M A R Z E C 2 0 1 2

Fiat wokół nas

CZASOPISMO PRACOWNIKÓW FIAT I FIAT INDUSTRIAL

LUDZIE / PRODUKT / AKTUALNOŚCI / CZAS WOLNY

debiut Narodowy

FIAT SpA I FIAT INDUSTRIAL W POLSCE W 2011 ROKU

Czasopismo pracowników spółek koncernów Fiat i Fiat Industrial w Polsce • Rok XVI/1 • Numer 96 • Marzec 2012

FREEMONT.
CAŁY ŚWIAT W JEDNYM SAMOCHODZIE.
• przeglądy co 30 000 km
• 32 konfiguracje siedzeń
• 5-7 miejsc siedzących
• spalanie 6,4 l/100 km (cykl mieszany)
• silnik Diesla 170 KM
EH 866RX
FIAT
EURO NCAP
www.euroncap.com
TEST 2011
Prezentowany samochód jest jedynie ilustracją. Prezentowany kolor karoserii nie jest dostępny w aktualnej ofercie. Emisja CO_2 dla silnika Diesla 170 KM wynosi 169 g/km. Szczegóły w salonach.
www.fiat.pl

fiat wokół nas

fwn

w numerze

rok 16/1
numer 96
marzec 2012

Odpowiedzialny za edycję w Grupie Fiat
Ettore Gregoriani

Dyrektor Wydawniczy
Enrico Pavoni

Redaktor Naczelny
Jerzy Piekarczyk

Z-ca Redaktora Naczelnego
Francesco Novo

Zespół redakcyjny
Filippo Gallino
Mirosława Malich

Studio graficzne
Barbara Juraszek
Irena Nycz-Imielska
Maciej Feodorów

Wydawca
Fiat Polska Sp. z o.o.

Redakcja
Satiz Poland
ul. 11 Listopada 60/62,
43-300 Bielsko-Biała
www.satiz.pl
e-mail: redakcja@satiz.pl

Reklama
Gabriela Kolonko
tel.: 033/813 27 61
kolonko@satiz.pl

Opracowanie, łamanie i przygotowanie do druku
Satiz Poland, Bielsko-Biała

Zdjęcie na okładce:
Ireneusz Kaźmierczak

Druk
Dimograf, Bielsko-Biała

Nakład
16.000 egz.

Oddano do druku:
12 marca 2012 r.

FIRMA

4 Wyniki Fiata SpA za 2011 rok
6 Wyniki Fiat Industrial za 2011 rok
8 **Podsumowanie 2011 roku w polskich spółkach Grupy Fiat**
30 Sprzedaż 2 milionowego Blue&Me
32 **Prezentacja spółki Magneti Marelli Aftermarket**
42 Newsy

LUDZIE

45 **Małgorzata Potocka**
66 Fiat to my

PRODUKT

16 **Grupa Fiat na salonie w Genewie**
22 **Polski debiut nowej Pandy**
26 Historia powstania projektu Panda
36 Premiera nowego bolida Ferrari F2012
62 Cennik samochodów

AKTUALNOŚCI

40 **Iveco Trakker triumfatorem Rajdu Dakar**
56 Fiat Freemont i Mistrzostwa we Freeskiingu

CZAS WOLNY

58 Filmy i książki
60 **Nowości**

50 **Danie specjalne: Efekt Puzzla**

Fiat i Chrysler *osiągają wszystkie cele*

Zatwierdzono bilans za rok 2011: 59,6 miliarda przychodów i 2,4 miliarda zysku z zarządzania zwyczajnego. Wyniki powyżej oczekiwań, mimo słabej i zmieniającej się sytuacji na rynku.

Zarząd spółki Fiat SpA zatwierdził sprawozdanie finansowe za rok 2011. Grupa osiągnęła przychód i zysk z zarządzania zwyczajnego – odpowiednio 59,6 i 2,4 mld euro – powyżej ustalonych celów. I to pomimo zmieniającej się, a także trudnej sytuacji na rynku motoryzacyjnym w Europie w drugiej połowie roku.

FIAT (łącznie z Chryslerem od czerwca 2011)
Rachunek zysków i strat za rok 2011

(w mln euro)	*2011*	*2010*
Przychody netto *Zmiana %*	**59.559** *66,00*	35.880
Zysk z zarządzania zwyczajnego *Zmiana*	**2.392** *1.280*	1.112
Marża od przychodów z zarządzania zwyczajnego (%)	**4,0**	3,1
Zysk operacyjny *Zmiana*	**3.336** *2.344*	992
Zysk przed opodatkowaniem *Zmiana*	**2.185** *1.479*	706
Zysk (strata) *Zmiana*	**1.651** *1.429*	222
Zysk (strata) z wyłączeniem zarządzania nietypowego *Zmiana*	**684** *342*	342

FIAT	**Przychody według sektora**		**Zysk z zarządzania zwyczajnego**	
(w mln euro)	*2011*	*2010*	*2011*	*2010*
Samochody (Fiat Group Automobiles, Chrysler, Maserati, Ferrari) Zmiana	**52.967** *75,8%*	30.130	**2.127** *1.193*	934
Komponenty i systemy produkcji (Magneti Marelli, Fiat Powertrain (*), Teksid, Comau) *Zmiana*	**11.965** *10,1%*	10.865	**348** *99*	249
Inna działalność *Zmiana*	**1.083** *-6,6%*	1.159	**(83)** *-12*	(71)
Operacje wyłączone	(6.456)	(6.274)		
Suma *Zmiana* *Zmiana wyłączając Chryslera*	**59.559** *66,0%* *4,2%*	**35.880**	**2.392** *1.280* *-65*	**1.112**

(*) Obejmuje działalność linii Passanger & Commercial Vehicles poprzedniego sektora FPT Powertrain Technologies

Marża od przychodów wyniosła 4%, zaś zysk netto sięgnął kwoty 1,7 mld euro (0,7 mld euro wyłączając pozycje nietypowe). Wspólnie Fiat i Chrysler sprzedały w ciągu roku 4 mln pojazdów. Dzięki utrzymywaniu stałej dyscypliny w zarządzaniu kapitałem bieżącym, w 2011 roku zadłużenie przemysłowe netto spadło do 5,5 mld euro. Płynność finansowa utrzymuje się na wysokim poziomie znacznie przekraczającym założony cel (powyżej 20,7 mld euro).
Oczekiwania Grupy na rok 2012 są natomiast uzależnione od wysokiego poziomu niepewności związanej z najbliższymi zmianami gospodarki w strefie euro. Stąd też cele, jakie zamierza się osiągnąć, plasują się na poziomie przekraczającym 77 mld euro przychodów, od 3,8 do 4,5 mld euro zysku z zarządzania zwyczajnego, od 1,2 do 1,5 mld euro zysku netto i od 5,5 do 6 mld euro zadłużenia przemysłowego netto.

WYNIKI SZCZEGÓŁOWE

Na przychody w kwocie 59,6 mld euro, uzyskane przez Grupę w roku 2011, składają się 23,6 mld euro osiągnięte przez Chryslera w okresie od czerwca do grudnia, oraz Fiata w wysokości 37,4 mld euro, które wzrosły o 4,2 procent względem roku 2010. Zwłaszcza Fiat Group Automobiles zrealizował przychód na poziomie porównywalnym z rokiem wcześniejszym, mimo trudnej sytuacji na rynku europejskim. Marki sportowe i luksusowe, jak również sektor komponentów, odnotowały wysoką stopę wzrostu, dzięki wyjątkowo pozytywnym wynikom Ferrari (+17,3%) i Magneti Marelli (+8,5%).
Jeśli chodzi o zysk z zarządzania zwyczajnego (2.392 mln euro; marża od przychodów 4 procent), nie wliczając Chryslera, odnotowano wynik na poziomie 1.047 mln euro z marżą od przychodów w wysokości 2,8 procent (w 2010 roku było to 1.112 mln euro; marża 3,1%).

Jak już wspomnieliśmy zysk netto wyniósł 1.651 mln euro wobec 222 mln w roku wcześniejszym. Wyłączając Chryslera, pozycje nietypowe oraz wycenę według wartości rynkowych dwóch spółek transakcji swapowej (equity swap), powiązanych ze sobą poprzez plan zakupu akcji Fiata (stock option), wynik netto Fiata jest zrównoważony w stosunku do 231 mln euro zysku w roku 2010. Zadłużenie przemysłowe netto, które pod koniec roku 2011 wynosiło 5,5 mld euro, uległo poprawie wobec 5,8 mld euro pod koniec września. Gdyby wziąć pod uwagę sytuację Fiata bez uwzględnienia Chryslera kwoty te wyniosły odpowiednio 2,4 wobec 2,9 mld euro. Poza wydatkami poniesionymi na zakup kolejnych akcji Chryslera (1,4 mld euro) i innymi ujemnymi pozycjami niepieniężnymi związanymi z kondycją rynków finansowych (0,3 mld), zadłużenie przemysłowe netto spółki Fiat bez Chryslera sięgnęło kwoty 0,7 mld euro. Nakłady inwestycyjne wyniosły 5,5 mld euro, z czego 3,6 mld euro dotyczyło samej spółki Fiat (+26% w stosunku do poprzedniego roku). Dostępne środki finansowe, włącznie z niewykorzystanymi liniami kredytowymi w kwocie 3 mld euro, uplasowały się na poziomie 20,7 mld euro wobec 20,8 mld pod koniec września. Oprócz zmiany zadłużenia netto Grupy pozycja ta uwzględnia w listopadzie spłatę obligacji w kwocie 1,1 mld euro, a także dostępność nowej odnawialnej linii kredytowej na sumę 1,95 mld euro zamkniętej w październiku i niewykorzystanej. Pod koniec okresu rozliczeniowego dostępne środki finansowe Fiata, nie wliczając Chryslera, wyniosły 12,3 mld euro, podobnie jak w poprzednim okresie. W kwestii dywidend, Zarząd zamierza zaproponować podczas Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy wypłatę dywidendy całościowej w kwocie 39,7 mln euro. Propozycja ta ma wyglądać następująco: 0,217 euro w przypadku akcji uprzywilejowanej na kwotę w wysokości 22,4 mln euro oraz 0,217 euro w przypadku akcji oszczędnościowej na kwotę ogółem równą 17,3 mln euro.

PRZYSZŁOŚĆ

Grupa Fiat-Chrysler potwierdza swoje pełne zaangażowanie w kontynuację działań związanych ze strategicznymi decyzjami określonymi w planach pięcioletnich przedstawionych w listopadzie 2009 roku w przypadku Chryslera i w kwietniu 2010 w przypadku Fiata. Po ponownym zbadaniu warunków ekonomicznych i sytuacji rynkowej w czterech strefach, w których obecna jest Grupa Fiat-Chrysler, potwierdzono oczekiwania dotyczące wyników w Ameryce Północnej, Ameryce Łacińskiej i strefie Azja-Pacyfik.

Jeśli zaś chodzi o Europę, wydarzenia z ostatnich 12 miesięcy, a zwłaszcza ostatniego półrocza 2011 roku, wywołały wątpliwości co do ilości sprzedaży, na bazie których opracowane zostały plany rozwoju Grupy w tym regionie do roku 2014. Niepewność sytuacji gospodarczej w strefie euro w najbliższej przyszłości jest na tyle duża, że mało wiarygodne mogą okazać się dokładne przewidywania wyników finansowych. W związku z tym informacje o celach na rok 2012 Grupy przekazano podając zakres wartości, która uwzględnia obecne trudne warunki na rynku do czasu stopniowej stabilizacji i poprawy sytuacji przewidywanej pod koniec 2012 roku.

W konsekwencji cele na 2012 rok dla Grupy Fiat-Chrysler są następujące: przychody przekraczające kwotę 77 mld euro, zysk z zarządzania zwyczajnego od 3,8 do 4,5 mld euro, zysk netto pomiędzy 1,2 i 1,5 mld euro. Wraz z rozwojem sytuacji w ciągu roku Grupa dostosuje swoje plany działań na lata 2012-2014 i poinformuje o nich przy okazji przedstawiania wyników za trzeci kwartał 2012. Pracując nad osiągnięciem celów Fiat nadal będzie wdrażał strategię opartą na sojuszach w celu zoptymalizowania zobowiązań spłaty kapitału i zmniejszenia możliwego ryzyka. ■

Fiat Industrial *odnotowuje wzrost*

W roku 2011 firma przekroczyła wszystkie założone cele. Przychody wyniosły ponad 24 miliardy euro (+14%), a zysk netto 701 milionów. Dobre są też perspektywy na rok bieżący.

W pierwszym roku, odkąd spółka notowana jest na giełdzie, Fiat Industrial przekroczył wszystkie cele. Wyniki finansowe Grupy za rok 2011 wykazują bowiem przychody w kwocie 24,3 mld euro, czyli o 13,8% więcej względem roku poprzedniego. Ta pozytywna passa spowodowana jest dwucyfrowym wzrostem przychodów odnotowanym we wszystkich sektorach działalności: maszynach rolniczych i budowlanych, pojazdach użytkowe i zespołach napędowych. Zysk z zarządzania zwyczajnego równy 1,7 mld euro wzrósł o 600 mln w stosunku do roku 2010 (+ 54,4%) dzięki zaangażowaniu wszystkich sektorów, a zwłaszcza doskonałym wynikom odnotowanym przez CNH. Zysk netto osiągnął sumę 701 mln euro (378 mln w roku poprzednim). Zadłużenie przemysłowe netto spadło natomiast w ciągu roku 2011 z 1,9 do 1,2 mld euro, zaś dostępne środki pieniężne wzrosły z 5,7 wzrosły do 7,3 mld. W roku bieżącym Fiat Industrial zamierza jeszcze bardziej poprawić pozytywne wyniki uzyskane

FIAT INDUSTRIAL
Rachunek zysków i strat za rok 2011

(w mln euro)	*2011*	*2010*
Przychody netto *Zmiana %*	**24.289** *13,8*	21.342
Zysk (strata) z zarządzania zwyczajnego *Zmiana*	**1.686** *594*	1.092
Marża zysku z zarządzania zwyczajnego (%)	**6,9**	5,1
Zysk (strata) operacyjny *Zmiana*	**1.629** *612*	1.017
Zysk (strata) przed opodatkowaniem *Zmiana*	**1.169** *593*	576
Zysk (strata) netto *Zmiana*	**701** *323*	378

FIAT INDUSTRIAL
Przychody wg sektora w roku 2011

(w mln euro)	*2011*	*2010*
Maszyny rolnicze i budowlane (CNH) *Zmiana %*	**13.896** *16,7*	11.906
Pojazdy użytkowe (Iveco) *Zmiana %*	**9.562** *15,1*	8.307
FPT Industrial *Zmiana %*	**3.220** *33,3*	2.415
Operacje wyłączone i inna drobna działalność	**(2.389)**	(1.286)
Suma *Zmiana*	*24.289* *13,8*	*21.342*

FIAT INDUSTRIAL
Zysk/(strata) z zarządzania zwyczajnego wg sektora w roku 2011

(w mln euro)	*2011*	*2010*
Maszyny rolnicze i budowlane (CNH) *Zmiana*	**1.154** *399*	755
Pojazdy użytkowe (Iveco) *Zmiana*	**490** *220*	270
FPT Industrial *Zmiana*	**107** *42*	65
Operacje wyłączone i inna drobna działalność	**(65)**	2
Suma *Zmiana*	*1.686* *594*	*1.092*

w roku minionym. Cel, jaki założono, to przychód wynoszący niemal 25 mld euro oraz zysk z zarządzania zwyczajnego pomiędzy 1,9 a 2,1 mld. Planowany zysk netto miałby wynieść około 900 milionów, zaś zadłużenie przemysłowe netto zakładane jest w kwocie od 1 do 1,2 mld. W roku 2012 przewidziano ponadto wzrost z 1,2 do 1,4 mld nakładów na inwestycje. Poniżej krótkie podsumowanie wyników poszczególnych sektorów.

MASZYNY ROLNICZE I BUDOWLANE

Przychody CNH – Case New Holland osiągnęły w roku ubiegłym 13,9 mld euro, czyli więcej o 16,7%, a w przypadku obliczeń w dolarach o 22,5%. Wzrost osiągnięto za sprawą korzystnych wyników rynku maszyn rolniczych we wszystkich strefach geograficznych (+12 procent) i utrzymującemu się większemu popytowi na maszyny budowlane, który w 2011 roku zarejestrował 27-procentowy progres. Przy ogólnie pozytywnym trendzie rynku firma CNH zdołała utrzymać korzystną tendencję popytu i skorzystała na sukcesie maszyn wyposażonych w nowe silniki FPT Industrial z homologacją Tier 4A/Stage IIIB. W minionym roku zysk z zarządzania zwyczajnego CNH wyniósł 1.154 mln euro, co przyniosło poprawę o 399 mln. Marża od przychodów uplasowała się na poziomie 8,3%.

POJAZDY PRZEMYSŁOWE

W 2011 roku Iveco wygenerowało przychody na sumę 9,6 mld euro, co dało wzrost o ponad 15% w stosunku do roku ubiegłego. Ta pozytywna tendencja miała miejsce głównie dzięki zwiększonemu popytowi w Europie Zachodniej i wzmocnieniu pozycji w Ameryce Łacińskiej. W ciągu roku Iveco sprzedało ogółem ponad 153 tys. pojazdów (+18,3%). Wzrost dotyczył wszystkich segmentów, od pojazdów lekkich, poprzez średnie, po pojazdy ciężarowe. Zysk z zarządzania zwyczajnego osiągnął kwotę 490 mln euro, przy marży od przychodów na poziomie 5,1%. Jest to więc istotna poprawa względem 270 mln odnotowanych w roku 2010 (marża od przychodów 3,3%). Pozytywna tendencja związana była głównie ze wzrostem sprzedanych jednostek i optymalizacją kosztów produkcji. We wrześniu Iveco uruchomiło nową gamę Daily.

FPT INDUSTRIAL

Przychody FPT Industrial w 2011 roku sięgnęły sumy 3.220 mln euro, odnotowując 33,3% tendencję wzrostową względem roku poprzedniego. Było to możliwe dzięki zwiększonej sprzedaży zarówno do klientów z Grupy (CNH i Iveco) jak i zewnętrznych. Klienci zewnętrzni stanowili niemal 33% całkowitych przychodów. Rok zamknięto z zyskiem z zarządzania zwyczajnego na poziomie 107 mln euro, co stanowi dużą poprawę względem roku 2010 (65 mln).

FPT Industrial wprowadził w 2011 roku wiele nowych produktów: od silników Euro 5 do samochodu dostawczego Fiat Ducato, po jednostki napędowe nowego Daily Iveco (łącznie z wersją o mocy 205 KM trzylitrowego F1C), od silników Cursor 13 z dwustopniowym turbodoładowaniem po NEF i Cursor Tier 4A wyposażone w technologię SCR dla CNH. ■

Z nadzieją *patrzę w przyszłość*

Dzięki znaczącym inwestycjom w 2011 roku uruchomiliśmy w Polsce nowe produkcje. Wykonaliśmy ogromną pracę i w związku z tym nie będę ulegał powszechnemu w dobie kryzysu nastrojowi pesymizmu, – mówi Enrico Pavoni, prezes Fiata Polska.

Filippo Gallino, fot. Ireneusz Kaźmierczak, Satiz Poland

To fakt, że na świecie panuje kryzys. Wszyscy to wiemy. I że w Tychach nie będzie wytwarzana nowa Panda, której produkcję zlokalizowano w zakładzie Pomigliano d'Arco we Włoszech. Ale przecież nadal w Tychach powstaje aktualny model Pandy (przynajmniej do końca 2012 roku i być może dłużej). Poza tym mamy Lancię Ypsilon, której produkcja właśnie się rozpoczęła, oraz Fiata 500, Abartha 500 i Forda Ka, ostatni powstaje we współpracy z Fordem. Pracy nam z pewnością nie zabraknie. Trzeba też pamiętać, że nowa Panda powstaje w dużej mierze z części i komponentów produkowanych w Polsce, począwszy od dwóch silników (z trzech dostępnych w ofercie), wytwarzanych w Bielsku-Białej przez Fiat Powertrain Technologies Poland, a skończywszy na wielu innych ważnych podzespołach.

To fakt, że produkujemy obecnie w Polsce mniej samochodów w stosunku do lat ubiegłych, a na 2012 rok przewiduje się dalsze zmniejszenie produkcji w Fiat Auto Poland. Ale w 2011 roku przekroczyliśmy 467 tysięcy egzemplarzy. W tym roku nadal wytwarzać będziemy aktualny model Pandy w liczbie odpowiadającej zapotrzebowaniu rynkowemu. Na pewno wielkość ta będzie mniejsza niż w 2011 roku, kiedy wyprodukowaliśmy 205 tysięcy Pand. Spadek ten częściowo zrekompensuje jednak większa produkcja Lancii Ypsilon, która odnosi niezłe wyniki sprzedaży w całej Europie, w tym w Niemczech i Anglii. Biorąc pod uwagę, że cały rynek samochodowy w Europie przeżywa trudne chwile, warto podkreślić, że marka Lancia-Chrysler odnosi znaczące sukcesy na starym kontynencie.

To także fakt, że w Polsce żadna inna marka samochodowa nie produkuje i eksportuje tyle, co my. W 2011 roku z linii montażowych zakładu w Tychach zjechało 65% całej produkcji polskiego przemysłu samochodowego, co pozwoliło firmie zafakturować w ciągu całego okresu rozliczeniowego 16,5 mld złotych (wynik na poziomie 2010 roku), z czego wartość eksportu wyniosła 13,3 mld złotych (+6%).

Oceniając nasze polskie fabryki, ich jakość, technologię i możliwości produkcyjne, nie mogę myśleć o ich przyszłości inaczej jak z pełnym optymizmem. Myślę zarówno o zakładzie w Tychach jak i innych należących do Grupy spółek. 19 z nich należy do Fiat SpA (z czego 3 to joint venture finansowe), a dwie spółki są częścią Fiat Industrial. W sumie zatrudniają one ponad 13 tysięcy polskich pracowników, a ich obroty w 2011 roku wyniosły 26,9 miliarda złotych (+7% w stosunku do 2010 r.). Ujmując te dane w sposób bardziej szczegółowy, możemy powiedzieć, że grupa Fiat SpA w Polsce osiągnęła obroty na poziomie 24,6 mld złotych (z czego 16,7 mld z eksportu), zaś Fiat Industrial (CNH Polska i Iveco Poland) – 2,3 mld złotych (z czego obroty z eksportu wyniosły 940 mln złotych). Produkujemy silniki najnowszej generacji, kilka podstawowych modeli samochodów z gamy Fiat SpA, kombajny i prasy, sprzedajemy samochody dostawcze, furgonetki i ciężarówki, produkujemy szeroką gamę części zamiennych, zarówno dla Fiata jak i innych marek samochodowych, począwszy od silników, poprzez zawieszenia, zespoły świateł i układy wydechowe. Wytwarzamy nawet model na zamówienie innej marki, takiej jak Ford. Fiat istnieje jako marka w Polsce od ponad 90 lat, a od ponad 20 jako inwestor bezpośredni. I w przyszłości na pewno nadal będzie stawiał na Polskę.

Fiat SpA w Polsce
2011 w liczbach

Obroty – 24,6 mld PLN
Eksport – 13,3 mld PLN
16 spółek + 3 jv finansowe
11.414 pracowników,
z czego 8.785 produkcyjnych

Fiat istnieje jako marka w Polsce od ponad 90 lat, a od ponad 20 jako inwestor bezpośredni. I w przyszłości na pewno nadal będzie stawiał na Polskę

Dzisiaj jest jeszcze za wcześnie, by mówić o planach długoterminowych. Fiat i Chrysler weszły niedawno w fazę reorganizacji, która ma przynieść całkowite odnowienie gamy wyrobów, a także gruntowną integrację przyszłych celów i strategii. Wystarczy popatrzeć na przykład Lancii Ypsilon, która na kilku rynkach sprzedawana jest pod marką Chryslera. Jeśli będziemy pracowali nadal tak, jak do tej pory, ulepszając procesy produkcyjne i jakość, na pewno nie zabraknie kolejnych uruchomień produkcyjnych. Nie może ich zabraknąć w takim zakładzie, a raczej sieci zakładów, które udowodniły w ciągu ostatnich lat, że są w stanie uzyskiwać doskonałe wyniki produkcyjne będąc częścią światowego koncernu samochodowego, który w 2011 roku sprzedał aż 4 miliony pojazdów.

W 2011 roku rozpoczęła także działalność grupa przemysłowa Fiat Industrial, którą w Polsce reprezentują dwie spółki: CNH Polska i Iveco Poland. Obie zatrudniają razem około 1.300 pracowników i udało im się w 2011 roku wykorzystać w pełni możliwości lokalnego rynku. Zanotowały w tym okresie wyraźny wzrost zamówień, odpowiednio o 28% i o 16%. To naprawdę dobry początek.

FIAT AUTO POLAND

Sprzedaż w 2011 roku

W 2011 zarejestrowano w Polsce poniżej 280 tys. samochodów osobowych (-12%). Pomimo niesprzyjającej sytuacji na rynku, produkty Grupy Fiat znajdowały uznanie wśród klientów, a niektóre marki odnotowały wzrost sprzedaży.

Najwyższą dynamiką wzrostu popularności może się pochwalić Lancia (443 szt., +55%). Zainteresowaniem cieszyły się zwłaszcza Delta oraz debiutująca w 2011 r. Ypsilon. W ostatnich miesiącach 2011 r. swoją premierę handlową w gamie Lancii miały modele Thema i Voyager.

Ubiegły rok był także udany dla marki Jeep, która obchodziła w 2011 r. siedemdziesiąte urodziny. Na samochody z siedmioszczelinową atrapą chłodnicy zdecydowało się 556 klientów (+40%). Motorem sukcesu Jeepa w Polsce jest najnowszy Jeep Grand Cherokee.

Alfa Romeo zakończyła rok 2011 sprzedażą 1.548 aut (+38%). Wynik ten to niewątpliwa zasługa modelu Alfa Giulietta, który został sprzedany w liczbie 927 szt.

Miniony rok do udanych może również zapisać Abarth. W 2011 roku z polskich salonów tej marki z logo legendarnego skorpiona na masce „wyjechały" 104 nowe samochody (wzrost o 7,2%).

Fiat sprzedał w 2011 roku 17.673 aut. Wynik ten oznacza 6,4% udział w polskim rynku samochodów osobowych. Najwięcej klientów zdecydowało się na model Punto (5.965 szt.), Panda (5.773 szt.) oraz Bravo (2.146 szt.). Największy wzrost sprzedaży zanotował produkowany w tyskiej fabryce model 500.

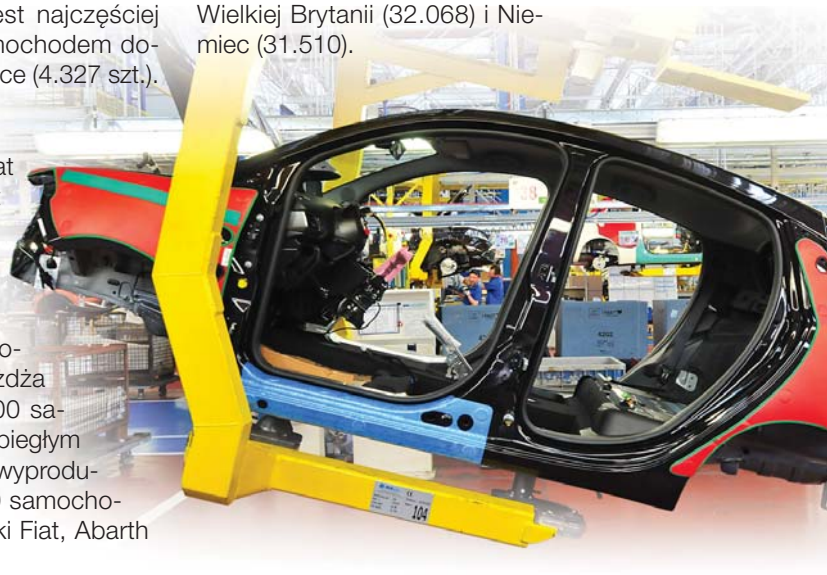
W 2011 r. także Fiat Professional znalazł się na czołowej pozycji w rynku samochodów dostawczych z udziałem równym 21,8% (+8,6%) i sprzedażą 9.305 sztuk. Niewątpliwym bohaterem „rynku dla profesjonalistów" jest model Ducato, który od 2007 roku jest najczęściej kupowanym samochodem dostawczym w Polsce (4.327 szt.).

Produkcja

Tyski zakład Fiat Auto Poland jest w grupie największych zakładów produkcyjnych w Europie – dziennie z linii produkcyjnych zjeżdża obecnie ok. 1.800 samochodów. W ubiegłym roku w Tychach wyprodukowano 467.760 samochodów, w tym marki Fiat, Abarth i Lancia – 400.556 szt. (Fiat Panda – 205.765 szt., Fiat 500 – 149.659 szt., Abarth 500 – 7. 572 szt. i Lancia Ypsilon – 37.560 szt.). Dobre wyniki zakład w Tychach uzyskał prowadząc równolegle prace związane z uruchomieniem produkcji nowej Lancii Ypsilon. To już trzeci nowy model samochodu, którego produkcja została uruchomiona w tyskim zakładzie Fiata w ciągu ostatnich czterech lat.

Większa część produkcji zakładu w Tychach wysyłana jest za granicę. W 2011 roku wyeksportowano aż 98,3% wyprodukowanych samochodów marki Fiat, Abarth, Lancia, tj. 393.838 szt., które trafiły na rynki 67 krajów świata, m. in.: do Włoch (217.569 szt.), Francji (36.595), Wielkiej Brytanii (32.068) i Niemiec (31.510).

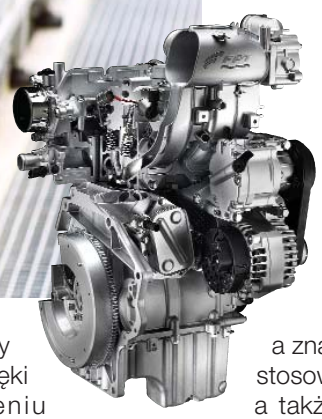
Pomimo niesprzyjającej sytuacji na rynku, produkty Grupy Fiat znajdowały uznanie wśród klientów, a niektóre marki odnotowały wzrost sprzedaży



FIAT POWERTRAIN TECHNOLOGIES POLAND

Rok 2011 był ważny, jeśli chodzi o działalność grupy FPT w Polsce. Przede wszystkim z punktu widzenia formalnego – mówi prezes **Emanuele Lorenzin**. Pod koniec roku całą działalność związaną z produkcją silników (benzynowych i diesla) w Bielsku-Białej skupiono w jednej tylko spółce, w Fiat Powertrain Technologies Poland, należącej w 100% do Grupy Fiat SpA., w której pracuje 1.148 osób. W ostatnich latach firma przeszła wiele zmian, począwszy od joint venture z GM. Ale to już należy do przeszłości, obecnie firma przybrała wreszcie definitywną postać.

Rok ten był ważny również z punktu widzenia produkcyjnego, co potwierdzają wyniki za rok 2011, w których odnotowano przychody wyższe niż w roku 2010 o niemal 24% (do kwoty 4,7 mld PLN), z czego połowa była przeznaczona na eksport. Wzrost zamówień uzyskano dzięki zwiększonej produkcji nowego silnika dwucylindrowego turbo benzyna TwinAir o pojemności 0,9 litra (i jego dobremu przyjęciu na rynku europejskim) oraz ponownemu zwiększonemu zainteresowaniu ze strony klientów silnikiem turbo diesel Multijet 1,3 litra, którego sprze-



W roku 2012 wiele zależeć będzie od sytuacji na rynku, który przeżywa obecnie trudne czasy

daż w poprzednich latach ucierpiała w związku z dotacjami rządów krajów Europy Zachodniej na zakup silników benzynowych z instalacją LPG. Ogółem w roku 2011 wyprodukowaliśmy 45.120 silników TwinAir i 568.214 silników Multijet (+10,5% względem roku 2010). Obie te jednostki napędowe w 2011 roku odnotowały ważne sukcesy. Pierwszy z nich zdobył nagrodę „International Engine of the Year 2011". Drugi natomiast obchodził w lutym wyprodukowanie 4-milionowego egzemplarza, począwszy od uruchomienia produkcji w marcu 2003 roku.

Dobry wynik, jeśli chodzi o ilość, zapewniony był dzięki wprowadzeniu zjawiska „downsizingu" silników, czyli zmniejszeniu pojemności skokowej bez negatywnego wpływu na moc. Obecnie, między innymi dzięki elektronice, choć nie tylko, niewielkie silniki umożliwiają osiągnięcie względnie dużej mocy, w związku z czym można je montować w samochodach o różnych rozmiarach. Na przykład, dwucylindrowy silnik benzynowy TwinAir o pojemności 0,9 litra, który może wygenerować moc maksymalną od 65 nawet do 105 koni mechanicznych, przeznaczony jest zarówno dla segmentu A, czyli samochodów miejskich (jak 500 czy nowa Panda), jak i dla segmentu samochodów kompaktowych, czyli klasy B (jak Punto i Ypsilon). Pozwala to oczywiście na zwiększenie potencjalnej liczby odbiorców. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku silników turbo diesel Multijet. Produkowany w Bielsku-Białej diesel 1,3 litra może osiągnąć moc 75, 85 lub 95 KM, a znajduje on obecnie 15 zastosowań w pojazdach Fiata, a także w Oplach, Chevroletach i Fordach Ka.

W roku 2012 FPT Poland zamierza wyprodukować niemal 90 tys. TwinAirów (podwajając wynik z roku ubiegłego) i prawie 450 tys. silników Multijet, ale wiele zależeć będzie od sytuacji na rynku, który zwłaszcza w Europie przeżywa obecnie trudne czasy. Będzie to także rok pełen wyzwań w zakresie World Class Manufacturing – programu stałej poprawy, w którym bielski zakład jest na czołowej pozycji w Grupie Fiat.

SPÓŁKI MAGNETI MARELLI W POLSCE

Dla polskich spółek grupy Magneti Marelli rok 2011 był okresem stabilizacji wyników, z lekkim wzrostem obrotów do ponad 2,7 mld złotych (z czego 27% to wartość eksportu) – twierdzi prezes **Adriano Fontana**. W spółkach tych pracuje prawie 3.100 pracowników. Automotive Lighting Polska, która od lat istnieje na rynkach światowych (eksport stanowi 60% ogółu przychodów), ma spośród wszystkich spółek Magneti Marelli najwięcej klientów poza Grupą Fiata (prawie 60% jej przychodów). Wśród najważniejszych klientów tej spółki są Volkswagen i GM, ale również Toyota, PSA, Renault, Hyundai, Suzuki, Daimler, Ford i Mitsubishi. W 2011 roku uruchomiono też cały szereg nowych produktów (na przykład zespół świateł do Lancii Ypsilon).

Podobną sytuację zanotowała kolejna spółka z grupy

Magneti Marelli, a mianowicie Suspension Systems Bielsko, która w 2011 wyeksportowała 34% swojej produkcji (pod względem wartości sprzedaży) zaś poza Grupą Fiat sprzedała aż 35% swoich wyrobów (amortyzatorów i zawieszeń). Trzeba podkreślić, że w 2011 roku spółka ta uruchomiła szereg ważnych podzespołów do Lancii Ypsilon, a także produkcję zwrotnic do BMW (nowy klient). Pozostałe spółki Magneti Marelli, produkujące elementy plastikowe i układy wydechowe, związane są ściśle z produkcją samochodów w Fiacie Auto Poland w Tychach i FPT Poland w Bielsku-Białej, ze względu na istotną dla tego procesu bliskość ostatecznego montażu i dostawcy części. Wszystkie spółki Magneti Marelli zaangażowały się w stopniowe wdrożenie WCM, zainicjowane przez Grupę w 2009 roku. Wyniki audytu z 2011 roku wskazują, że niektóre spółki (dwie z wcześniej wspomnianych) mają szansę zdobycia jeszcze w tym roku brązowego medalu.

TEKSID IRON POLAND

Miniony rok Teksid zamknął stratą, choć – jak mówi dyrektor **Marek Kanafek** – spółce udało się zrealizować założenia przyjęte w budżecie. O około 10%, do poziomu ponad 320 mln złotych, wzrosły natomiast przychody Teksidu na koniec ubiegłego roku. Stało się to mimo iż spółka nie wykorzystała pełnej zdolności produkcyjnej. Nasi klienci do tej pory nie powrócili z wielkościami zamówień. Dotyczy to głównie Grupy Fiat, do której dostarczamy ponad 60% naszej produkcji. Przy zdolnościach produkcyjnych w wysokości 75 tysięcy ton rocznie, wielkość portfela zamówień wyniosła w ubiegłym roku nieco ponad 58 tysięcy ton. Na słabszy wynik finansowy wpływ miał także niestabilny rynek surowców, głównie wahania ceny złomu.

Mówiąc o sukcesach należy zwrócić uwagę na uruchomienie detali do samochodów BMW. Ich odbiorcą jest polska spółka Grupy Magneti Marelli. Szczyt zamówień nastąpi w 2013 r. i sięgnąć ma około 15 tys. ton. Wówczas udział detali do tych samochodów powinien wynieść około 20%.

Ogromnym sukcesem było także zmniejszenie o połowę liczby wypadków w pracy (z 19 w 2010 r. do 10 w 2011 r.). Stało się to dzięki wprowadzeniu zmian w podejściu do spraw bezpieczeństwa, wdrożeniu systemu międzynarodowych norm OHSAS/ISO 18000 (w marcu Teksid uzyskał certyfikat zgodności wprowadzonych rozwiązań z wymogami

COMAU POLAND

W roku 2011 firma Comau Poland zakończyła realizację kilku dużych projektów rozpoczętych w roku poprzednim oraz podjęła nowe wyzwania poza granicami kraju – mówi dyrektor spółki, **Roberto Rossi**. Działanie te pozwoliły osiągnąć naszej firmie pozytywne wyniki ekonomiczne (zafakturowano 57,5 mln złotych), do których przyczyniło się także zaangażowanie 211 zatrudnionych pracowników.

Kontynuując nasz plan rozwoju skupiliśmy się głównie na działalności Robotics & Service oraz Body Welding & Assembly, ugruntowując bogate już doświadczenie w tych dziedzinach. Oprócz projektów związanych z uruchomieniem nowego modelu Lancia Ypsilon w FAP, współpracowaliśmy z kolegami z innych spółek Comau na świecie, biorąc udział w projektach realizowanych w Rosji, Rumunii, Francji i Serbii. Nasi specjaliści zaangażowani w pracach nad uruchomieniem nowych modeli platformy Fiat/Chrysler dzielili się swoimi umiejętnościami w międzynarodowych zespołach. Robotica kontynuowała z powodzeniem sprzedaż swoich produktów oraz świadczenie usług dla klientów nie tylko w Polsce, ale i we Włoszech, Niemczech, Belgii, Francji, Rosji, Czechach. Jakość świadczonych usług oraz zadowolenie klientów przyczyniły się do ugruntowania pozycji naszych specjalistów robotyków na rynku, także poza Grupą Fiat.

Zaangażowani w uruchomieniach nowych modeli Fiat/Chrysler specjaliści Comau Poland dzielili się swoimi umiejętnościami w światowych zespołach

normy) oraz uruchomieniu programu WCM.

Najbardziej jednak w ubiegłym roku ucieszyła nas zgoda na inwestycję. W tym i następnym roku wymienimy dwie baterie pieców, które pochodzą jeszcze z 1975 r. Pozwoli to podnieść naszą wydajność i obniżyć koszty eksploatacji. Zwiększy się elastyczność. Wartość inwestycji to 30 mln złotych. Sfinansujemy ją z funduszy własnych. Nakłady powinny się zwrócić w 3,5 roku. Pierwsza bateria zostanie zatrzymana 1 lipca. Montaż, a następnie rozruch dwóch pieców 12-tonowych, indukcyjnych średniej częstotliwości rozpocznie się z początkiem sierpnia. W połowie października z nowych pieców powinno już popłynąć żeliwo. Drugą baterię wymienimy w przyszłym roku. Zakład cały czas będzie dostarczał zamówione elementy do klientów, gdyż pozostałe piece i linie będą normalnie funkcjonowały.

Rok 2012 to czas wdrażania i rozwijania systemu WCM. Jesteśmy na początku. Mieliśmy jeden audyt, kolejny przewidziano na marzec. Teraz zgromadziliśmy tylko 7 punktów, ale zarówno audytorzy, jak i osoby szkolące, nie za bardzo wiedzą jak zinterpretować niektóre rozwiązania WCM do realiów odlewni. Mam nadzieję jednak, że jesienią nasz skok w punktacji WCM będzie zauważalny.

W tym roku Teksid wdroży też system zarządczy SAP, który obejmie logistykę, handel, zakupy, utrzymanie ruchu, jakość i produkcję. Także tu istnieją obawy, czy system poradzi sobie w realiach odlewni. Musimy jednak tak dostosować SAP, by sprawnie funkcjonował.

W produkcji 2012 rok oznaczał będzie także rozpoczęcie produkcji detali dla najmłodszego dziecka koncernu Fiat – nowej Pandy, a być może także dla nowych klientów – w tym z rynku niemieckiego.

Inne ważne projekty zrealizowano dla klientów Delfo Polska, Denso Thermal Systems, Magneti Marelli i Fiat Powertrain Technologies Poland. Pozwoliły one na wdrożenie innowacyjnych rozwiązań przy współpracy z naszymi partnerami.

W 2011 r. kontynuowaliśmy inwestycje służące poprawie bezpieczeństwa pracy oraz ochrony środowiska w naszych zakładach, co doprowadziło do potwierdzenia certyfikacji OHSAS 18001 i ISO 14001.

Zgodnie z tradycją lat ubiegłych, również w tym roku będziemy obecni na międzynarodowych targach Automaticon w Warszawie, gdzie zaprezentujemy zrobotyzowane rozwiązania z zakresu pakowania i paletyzacji do zastosowania głównie na rynku *general industry*.

W 2012 roku i w latach następnych będziemy również poza sektorem samochodowym w krajach ościennych, kontynuować realizację naszego ambitnego planu rozwoju biznesu Robotics & Service za pomocą ukierunkowanych strategii marketingowych.

CNH POLSKA

Rok 2011 był pełen wyzwań i osiągnięć, a zarazem pokazał, jak wielki potencjał drzemie w naszej fabryce – mówi **Werner Ballieu**, dyrektor zakładu. Firma CNH Polska (marka New Holland & Case IH) specjalizuje się w produkcji sprzętu rolniczego, tj.: kombajny, prasy rolujące, hedery oraz podzespoły i części zamienne dla innych fabryk CNH na świecie. W każdym aspekcie działalności wykorzystujemy najlepsze praktyki („Best Practice") z fabryk Fiata w Polsce oraz siostrzanych fabryk CNH (np. w Zedelgem). Dzięki ciągłemu rozwojowi oraz chęci stawania się „Najlepszą Organizacją" znacznej poprawie uległy wszystkie główne wskaźniki firmy dotyczące zarówno produkcji, jak i bezpieczeństwa, jakości itp. W całej historii naszego zakładu wyniki jeszcze nigdy nie były tak dobre, co ilustruje na przykład „benchmarking" fabryk CNH, w którym nasz zakład plasuje się w ścisłej czołówce.

W 2011 roku po raz pierwszy w płockiej fabryce odbył się także wewnętrzny audyt WCM. Osiągnęliśmy w nim 26 pkt.; kolejny audyt z końca ubiegłego roku przyniósł dodatkowe 5 punktów. To potwierdza, że jesteśmy na dobrej drodze do sprawnego działania i dalszej ekspansji metodologii WCM w zakładzie.

Nasze zaangażowanie w usprawnianie procesów produkcyjnych i technologii pozwoliło nam na rozpoczęcie oraz modernizację szeregu inwestycji związanych z bezpieczeństwem, ochroną środowiska itp. Przykładem może być automatyzacja niektórych procesów produkcyjnych przez wprowadzenie robotów spawalniczych, manipulatorów itp. Otwarte projekty, zwiększenie zdolności produkcyjnych, wydajności i skuteczności zakładu, wynikające z licznych działań związanych z metodologią WCM, pozwalają śmiało przypuszczać, iż asortyment produkowanych maszyn w przyszłości ulegnie zmianie.

Fabryka CNH Polska nie osiągnęłaby jed-

Fiat Industrial w Polsce
2011 w liczbach

Przychody – 2,3 mld PLN
Eksport – 0,9 mld PLN
2 spółki
1.276 pracowników, w tym 1034 produkcyjnych

W 2011 roku rozpoczęła działalność grupa przemysłowa Fiat Industrial, którą w Polsce reprezentują dwie spółki: CNH Polska i Iveco Poland

nak tego bez pasji, zaangażowania kadry nastawionej na sukces i tworzącej zgrany zespół. Dlatego też jako firma pragniemy nieustannie inwestować w umiejętności naszych pracowników, zapewniając im odpowiednie szkolenia.
Osiągnięte rezultaty, sposób wykorzystania skuteczności czasu pracy, stabilizacja i pełna kontrola wyników firmy oraz efektywność stale zwiększają zaufanie szefów koncernu do płockiej fabryki, co pozwala stawać się coraz lepszą firmą nastawioną na rozwój i oczekiwania klienta.

IVECO POLAND

Rok 2011 pod znakiem wzrostu udziału na rynku i sprzedaży

W 2011 roku odnotowano istotną poprawę rynku samochodów ciężarowych w Polsce, mimo iż liczba sprzedanych pojazdów nie wróciła jeszcze do poziomu sprzed kryzysu. Najbardziej znaczący wzrost zarejestrowaliśmy w kategorii pojazdów ciężkich (o dopuszczalnej masie całkowitej przekraczającej 16 ton), tj. o +80% w stosunku do 2010 roku, co sprawia, że Polska jest 4. największym w tym segmencie rynkiem w Europie, po Niemczech, Francji i Wielkiej Brytanii – mówi dyrektor **Massimiliano Perri**. W takiej sytuacji Iveco Poland uzyskało doskonałe wyniki w klasie pojazdów lekkich – od 3,5 do 6 ton – z największym od 2007 roku udziałem w rynku (12,3%). Rok 2011 upłynął pod znakiem wprowadzenia na rynek nowego Daily, który dzięki swej pojemności wynoszącej 17,2 m^3, maksymalnie 7 tonom masy całkowitej, maksymalnie 205 KM i ponad 7000 różnych kombinacji, plasuje pojazd na szczycie tej kategorii. W segmencie średnim (6-16t) nasza firma osiągnęła niezwykły udział w rynku na poziomie ponad 25%, m. in. dzięki modelowi Eurocargo, który jest dobrze znanym środkiem transportu wśród operatorów logistycznych, a poza tym jednym z najbardziej niezawodnych, skutecznych i wydajnych pojazdów na rynku. W klasie pojazdów ciężkich (>16t), Iveco Poland przypadł udział w rynku na poziomie 5,1% za sprawą m. in. modelu Stralis. Wynik ten nie przewyższa rezultatów z roku 2010, niemniej jednak istniały przesłanki ku poprawie udziału w rynku w ostatnim kwartale 2011 roku, kiedy pozycja Iveco plasowała się na stałym poziomie ponad 7%. Jeśli chodzi o 2012 rok, nadal będziemy odczuwać kryzys występujący w krajach Europy Zachodniej, który tylko częściowo wyrówna wzrastająca gospodarka Polski. Ostatnie prognozy zapowiadają niemal stabilną sytuację na rynku we wszystkich segmentach w porównaniu z 2011 r. W tym kontekście Iveco planuje wygenerować wzrosty, ze szczególnym naciskiem na klasę pojazdów ciężkich. ■

W segmencie pojazdów ciężkich Polska jest 4. największym rynkiem w Europie, po Niemczech, Francji i Wielkiej Brytanii

Grupa Fiat zaprezentowała na 82. Międzynarodowym Salonie Samochodowym w Genewie sporo nowości, począwszy od długo wyczekiwanego modelu Fiat 500L po super szybkie Ferrari F12. Z Ameryki przybyły Lancia Thema i Fiat Freemont z napędem na cztery koła oraz jeszcze bogatsza pod względem wyposażenia Lancia Voyager.

Filippo Gallino

Światowa prapremiera

Od 2007 roku w 110 krajach na całym świecie sprzedano już ponad 800.000 egzemplarzy tego modelu. Fiat 500 nie jest jedynie samochodem miejskim, ale prawdziwą „ikoną", w oparciu o którą Fiat Automobiles tworzy całą gamę samochodów naszpikowanych innowacyjnymi technologiami i cechujących się dbałością o szczegóły niczym w samochodach z wyższych kategorii. Zobaczmy więc, jakie nowości zaprezentowano na tegorocznej „Genewie".

Po modelu „C" (Cabrio) nadszedł czas na literę „L" (Large): samochód „urósł", by zaspokoić nowe wymogi użytkowania. W rzeczywistości bowiem, o ile 500 bez „L" zaliczana jest do samochodów superkompaktowych, o tyle model 500L to pierwsza „pięćsetka", którą można zakwalifikować do aut rodzinnych.

Długi na 414 centymetrów, szeroki na 178 i wysoki na 166, a także dysponujący bagażnikiem o pojemności prawie 400 litrów model 500L nawiązuje do koncepcji zaprezentowanego w 1956 roku Fiata 600 Multipla, prekursora kompaktowych minivanów.

Dzięki ponad 30 wariantom kolorystycznym 500L będzie dysponował najszerszą gamą kolorów w segmencie, które uzupełniać będą specyficzne odcienie bieli, szarości i czerni obręczy ze stopów lekkich.

Również wnętrze 500L będzie wyróżniało się różnorodnością i bogactwem dostępnych rozwiązań, wśród których znajdzie się deska rozdzielcza w kolorze nadwozia przywołująca styl retro 500-tki, innowacyjny design kierownicy, jasne podświetlenie zestawu wskaźników, praktyczne i oryginalne kształty hamulca ręcznego i dźwigni zmiany biegów.

Na początku dostępne będą trzy jednostki napędowe: dwie benzynowe (TwinAir o pojemności 0.9 litra i silnik 1.4 l) oraz jeden diesel (Multijet 1.3). Model będzie dysponował również awangardowymi technologiami, na przykład aplikacją *eco:Drive*, która – poprzez przekazywanie porad dotyczących stylu jazdy ukierunkowanego na ograniczenie zużycia paliwa i emisji – po raz pierwszy dostępna będzie w wersji „live". Ciekawa jest też unikalna aplikacja o nazwie *my:Car*, będącą w stanie przeprowadzić diagnostykę, zarejestrować i zatwierdzić historię oraz stan konserwacji samochodu. Wśród innych nowatorskich elementów wyposażenia na uwagę zasługuje nowy interfejs ekranu dotykowego, który po raz pierwszy obejmuje wszystkie kluczowe funkcje pojazdu (nawigacja, system informacyjno-rozrywkowy, autodiagnostyka). Produkowany w serbskim Kragujevacu Fiat 500L dostępny będzie od końca 2012 roku.

500L to pierwsza „pięćsetka", którą można zakwalifikować do aut rodzinnych

PUNTO 2012 EWOLUCJA BESTSELLERA

Od czasu rynkowej premiery w 1993 roku do dziś wyprodukowano niemal 8,5 miliona egzemplarzy tego modelu. Było to możliwe dzięki ciągłemu odnawianiu modelu, aby jak najlepiej zaspokajać wymogi kierowców. Zgodnie z tą filozofią Punto poddano restylingowi i wyposażono w dwie istotne nowinki techniczne: dwucylindrowy silnik TwinAir turbo o pojemności 875 cm³ – zdobywcę nagrody „International Engine of the Year 2011" – oraz ewolucję silnika 1.3 MultiJet 2.

Punto 2012 wyróżnia się nowym pasem przednim, który łączy w sobie zalety Grande Punto z 2005 roku i modelu Evo z roku 2009: zderzak przedni polakierowano w kolorze nadwozia, a kierunkowskazy usytuowano liniowo po obu stronach wlotów powietrza. Dodatkową nowością estetyczną Punto 2012 są 15", cechujące się nowym designem, obręcze ze stopu oraz trzy metaliczne kolory nadwozia: turkusowy, czerwony i szary.

Wraz z nową estetyką debiutuje dwucylindrowy silnik TwinAir turbo o pojemności 875 cm³ i mocy 85 KM, dzięki któremu model ten łączy w sobie dbałość o środowisko (emisja 98 g/km CO_2) i przyjemność z jazdy (moc 85 KM przy 5.500 obr./min. i moment obrotowy 145 Nm przy 2.000 obr./min.). Silnik ten może działać w dwóch różnych trybach, które przełącza się za pomocą przycisku w desce rozdzielczej. Tryb Normal generuje pełną dostępność osiągów silnika, dzięki czemu pozwala na bardziej dynamiczną jazdę. Tryb Eco natomiast powoduje ograniczenie momentu obrotowego, co pozwala na redukcję zużycia paliwa, a tym samym zapewnienie ekologicznej jazdy i tańszej eksploatacji.

Dodatkową nowością w dziedzinie jednostek napędowych jest ewolucja silnika 1.3 MultiJet 2 85 KM (nadal dostępne są też wersje 75 i 95 KM), który dzięki zastosowaniu dwóch nowych technologii (Intelligent Alternator i Intelligent Flow), w zakresie emisji osiąga rekordowy poziom 90 g/km CO_2.

Jak w przypadku wszystkich silników diesla i silników benzynowych Euro 5 Punto 2012 dysponuje technologią Stop&Start, czyli systemem wyłączającym automatycznie silnik, który w połączeniu z systemem GSI (wskaźnik zmiany biegów) sugeruje najlepsze przełożenie skrzyni biegów, tak aby ograniczyć zużycie paliwa i emisje nawet o 15% w cyklu miejskim.

Nowy styl, nieznane wcześniej kolory, dwa silniki łączące w sobie poszanowanie środowiska i przyjemność z jazdy. Oto Punto 2012

FREEMONT AWD NAPĘD NA 4 KOŁA

Dzięki nowej wersji z napędem na cztery koła (All Wheel Drive), model Freemont staje się jeszcze bardziej funkcjonalny.

Aktywny system napędu na cztery koła typu „on demand" (na żądanie) w Fiacie Freemont AWD sterowany jest elektronicznie. Za pośrednictwem specjalnych czujników dokonuje pomiaru stopnia przyczepności wszystkich czterech kół i decyduje, w którym momencie przekazać moment napędowy również na koła tylne. Możliwości interwencji przewidziano w przypadku nawierzchni o niskiej przyczepności (np. błota, śniegu czy lodu) celem zapewnienia lepszej trakcji, jednocześnie nie ograniczając możliwości dalszej podróży.

W przypadku jazdy po nawierzchni asfaltowej system AWD pozwala na zwiększenie przyczepności kół, dzięki czemu zapewnione jest bezpieczniejsze pokonywanie zakrętów.

Poprzez zastosowanie sprzęgła osiowego ECC (Electronically

Controlled Coupling) system elektroniczny moduluje przekazywany moment obrotowy, ale tylko w razie konieczności, aby w istotny sposób ograniczyć zużycie paliwa. „Aktywny” napęd integralny w modelu Freemont nie wymaga sterowania ani kontrolowania go przez kierowcę. W wielu warunkach jazdy system ten jest po prostu bierny, a napęd przekazywany jest wyłącznie na koła przednie.

Freemont AWD dostępny jest z dwoma wersjami silników do wyboru: turbodieslem Fiata Multijet 2 o pojemności 2.0 litra i mocy 170 KM lub jednostką benzynową Pentastar 3.6 V6 o mocy 280 KM. Obie jednostki występują w połączeniu z automatyczną, 6-biegową skrzynią biegów produkowaną przez markę Chrysler.

Celem tej nowej wersji jest zapewnienie jeszcze większego wzmocnienia i tak już doskonałych dotychczas wyników ze sprzedaży: w zaledwie sześć miesięcy ten pierwszy pojazd Fiata powstały we współpracy z Grupą Chrysler uzyskał już ponad 25 tysięcy zamówień.

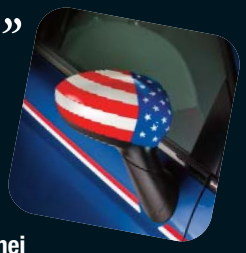
Fiat Strada *by Lumberjack*

W Genewie obejrzeć można było wersję „pick up” opracowaną na bazie najwyższego wyposażenia w gamie Adventure we współpracy z historyczną marką obuwia i odzieży typu outdoor Lumberjack.
W modelu dostępne są dwie różne konfiguracje kabiny i dwa różne silniki 1.4 Multijet 16v o mocy 95 KM. Karoserię pomalowano w kolorze „rosso Lumberjack”.
„Terenowy” wygląd modelu podkreślają relingi dachowe i obręcze ze stopu o średnicy 15 cali z powiększonymi oponami. We wnętrzu dostępne są skórzane siedzenia, kompas i miernik nachylenia.

Fiat 500 *„Color Therapy”*

Ta „pachnąca świeżością” wersja zainspirowana jest stylem pop oraz pastelową kolorystyką, która cieszyła się dużą popularnością we Włoszech i na świecie w pierwszej odsłonie tego modelu w latach 60. i 70. Płączenie „błękitu nieba” na karoserii z bielą obręczy kół w Pięćsetce z roku 1957, a także podkreślenie białym kolorem takich elementów jak obudowy lusterek i nowa antena typu „short-fin”, sprawiły, że ten model 500 wyróżnia się stylem zarówno nowoczesnym jak i romantycznym. Oprócz błękitnego modelu wystawionego w Genewie, 500-tka Color Therapy dostępna będzie w 4 innych odcieniach pastelowych, wśród których znalazł się elegancki kolor „kremowej kawy”, nawiązujący do modelu z lat 60. oraz legendarna „żółta ochra” inspirowana modelem z 1968 roku.

Fiat 500 *„America”*



Inspiracją nowego Fiat 500 America, produkowanego w zaledwie 500 egzemplarzach typu hatchback i 500 wersjach kabriolet, stał się kraj, w którym rozpoczęto sprzedaż tego modelu w roku 2011. Powstanie tej limitowanej edycji wiąże się również z początkiem współpracy z amerykańską piosenkarką pop Jennifer Lopez, która zażyczyła sobie, aby Fiat 500 towarzyszył jej w teledysku do utworu „Papi” z albumu „Love?”

Debiut Maserati *Gran Turismo Sport*

Jeszcze bardziej sportowy wygląd i jeszcze bardziej zapierające dech w piersiach wyniki zapewnione dzięki silnikowi V8 o pojemności 4,7 litra, który obecnie generuje moc 460 KM. To najkrótszy możliwy opis nowego Maserati Gran Turismo Sport. Przedni zderzak, przednie reflektory (ledowe) oraz lampy zespolone tylne przeprojektowano. We wnętrzu oferowane są nowe siedzenia i kierownica.

Najszybsze w historii *Ferrari F12*

Prędkość maksymalna ponad 340 km/h. To o 30 więcej niż w przypadku w pełni obciążonego Boeinga 747 przy starcie. Taka informacje chyba wystarczy, aby zdać sobie sprawę, że F12 to nowy samochód sportowy o najlepszych osiągach w historii Ferrari. Ale w tym przypadku lista rekordów się nie kończy. 12-cylindrowy silnik widlasty o kącie rozwarcia cylindrów 65 stopni i pojemności 6262 cm³ wydobywa z siebie moc 740 KM przy 8250 obrotów, a jego moment maksymalny wynosi 690 Nm. Samochód ten przyspiesza od 0 do 100 km/h w zaledwie 3,1 sekundy, a 200 km/h osiąga po kolejnych 5,4 sekundach (w sumie w 8,5 s). Ale same liczby nie są jedynymi walorami tego modelu. F12 wyróżnia się piękną karoserią powstałą we współpracy Centrum Stylu Ferrari i biura projektowego Pininfarina, która niczym „wijąca się" serpentyna przy agresywnej jednocześnie linii, nawiązuje do wielkich klasyków tej marki, takich jak 250 SWB, 275 GTB czy 365 GTB/4 Daytona.

Thema teraz z napędem *na cztery koła*

Lancia Thema AWD z napędem na cztery koła dostępna jest z silnikiem 3.6 V6 Pentastar o mocy 286 KM w dwóch wersjach wyposażenia: Platinum i Executive. Przełączanie napędu z dwóch na cztery koła napędowe i odwrotnie odbywa się automatycznie w zależności od stopnia ich przyczepności do nawierzchni drogi.

Odnowiona gama *Abartha 500*

Gamę Abartha poszerzono o nowe wersje wyposażenia: „turismo" i „competizione".
Pierwszy będzie idealny dla tych, którzy poszukują ekskluzywnego stylu, drugi natomiast spodoba się osobom bardziej wrażliwym na urok samochodu wyścigowego. W obu wersjach znajduje się silnik 1.4 Turbo T-Jet, o 16 zaworach i mocy 160 KM, którą zapewnia seryjny zestaw tubingowy. Ich osiągi są znakomite: moment obrotowy 230 Nm przy 3000 obrotów w trybie Sport, prędkość maksymalna 211 km/h, a przyspieszenie od 0 do 100 w zaledwie 7,4 sekundy. Jeśli chodzi o skrzynie biegów, dostępne są dwa rodzaje: manualna i Abarth competizione, czyli przekładnia zrobotyzowana z automatycznym lub sekwencyjnym trybem działania i elementami sterującymi na kole kierownicy.

Nadchodzi *Flavia Cabrio*

Na głównych rynkach europejskich od marca dostępna będzie w sprzedaży Lancia Flavia Cabrio, debiutujący w Europie pełen uroku kabriolet w stylu „Lancia", który powstał na bazie modelu Chrysler 200. Ten samochód, wyposażony w silnik benzynowy o pojemności 2,4 litra i mocy 175 KM oraz 6-biegową automatyczną skrzynią biegów, dysponował będzie niezwykle bogatym wyposażeniem seryjnym „all inclusive".

Bogatsze wyposażenie *Voyagera*

Gama Lancii Voyager wzbogaciła się o dwa nowe typy wyposażenia – Silver i Platinum, dwa nowe kolory (Cashmere Pearl i True Blue) oraz wyszukaną tapicerkę ze skóry i tkaniny Alcantara® w przypadku wnętrza wersji Platinum.

Punto Scorpione *o mocy 180 KM*

Przenoszenie doświadczenia z wyścigów do produkcji seryjnej produkcji samochodów osobowych jest jedną z podstawowych koncepcji marki Abarth. Potwierdzeniem takiego podejścia jest nowy Abarth Punto Scorpione, wersja w edycji limitowanej przeznaczona dla amatorów prawdziwej adrenaliny. Wyróżnia ją specyficzny typ lakierowania „ton w ton", w którym Nero Scorpione na karoserii przeplata się z matową czernią pokrywy silnika i dachu.

Nowa Panda *szybsza od piłkarzy*

Zanim na świeżo wykończony Stadion Narodowy po raz pierwszy wybiegli piłkarze, pojawił się na nim nowy Fiat Panda, który 23 lutego świętował polską premierę.

Anna Borsukiewicz, fot. Ireneusz Kaźmierczak, Jerzy Kozierkiewicz

Była to więc premiera podwójna, a przybyli na nią dziennikarze, dilerzy Fiata i najwięksi klienci flotowi z jednakową ciekawością oglądali najnowszy, słynny obiekt sportowy jak i najnowszy model samochodu. Pandy witały ich już przy schodach wejściowych na stadion, a także stojąc na jego galerii w rzędzie czerwonych i niebieskich samochodów. Nad nimi górował transparent zapowiadający premierę nowej Pandy i promujący jej hasło reklamowe „Panda po prostu [a] more".

Premiera prasowa samochodu odbywała się, co dodawało wydarzeniu splendoru, w stadionowej Loży Prezydenckiej. Tam przywitali dziennikarzy Bogusław Cieślar, dyrektor prasowy Grupy Fiat w Polsce i Rafał Grzanecki, szef biura PR FAP. W konferencji uczestniczyli: prezes Fiat Auto Poland Enrico Pavoni, członek zarządu spółki ds. finansowych Czesław Świstak oraz Wojciech Masalski, dyrektor handlowy FAP.

KONTYNUACJA

Rozpoczęcie sprzedaży nowego samochodu, będącego kontynuacją tak popularnego i cenionego w Polsce modelu Panda, który dotychczas kupiło u nas 100 tysięcy klientów, to wydarzenie mające wpływ na rynek motoryzacyjny. „Polski rynek jest zaś nietypowy" – co podkreślali w swych wypowiedziach na konferencji prasowej prezes Pavoni i dyr. Masalski. – „Mimo że jesteśmy znaczącym producentem pojazdów – fabryka Fiata Auto Poland w Tychach wytworzyła w ubiegłym roku 467.760 samochodów, ale tylko 7.475 trafiło do polskich klientów. To zaledwie nieco więcej niż trzydniowa produkcja tyskiego zakładu, cała reszta została wyeksportowana. Największym odbiorcą aut powstających w Polsce jest rynek włoski". „Wśród marek samochodów osobowych z Grupy Fiat na rynku polskim udział Fiata wynosi 6,4%. O 38% wzrosła sprzedaż aut Alfa Romeo, o 55% Lancii, o 39% Jeepa, a o 7% Abartha. Niekwestionowanym liderem na rynku samochodów dostawczych, z udziałem 22% jest Fiat Professional. Tak więc Fiat jako grupa jest w Polsce marką numer 2" – podkreślał dyr. Wojciech Masalski, informując, iż wyniki sprzedaży tegorocznego stycznia i dwóch dekad lutego sugerują, że na rynku może nastąpić wzrost. Nadzieje na to firma wiąże właśnie z wprowadzeniem do sprzedaży nowej Pandy. Tym bardziej że lojalność klientów wobec tego modelu jest najwyższa w segmencie. Wynosi aż 66% wobec średniej segmentu 41%.

Fiata Pandę dotychczas kupiło u nas 100 tysięcy klientów

Nową Pandę prezentował dziennikarzom Marcin Sochaczewski, menedżer marki Fiat. „Jest to samochód dla każdego" – mówił. – „Miejski, ale nie tylko do poruszania się po mieście, lecz i na dłuższe podróże. Auto urosło o 11,4 cm w długości, 11 mm w wysokości i 6,5 mm w szerokości. Jest też przestronniejsze. Może wygodnie pomieścić pięć osób, a nowe fotele, szersze i cieńsze, o większym zakresie regulacji i ośmiu ustawieniach, zapewniają z tyłu więcej miejsca na nogi. W podróżach bardzo przydatne okaże się 14 schowków na różne drobiazgi, a bagażnik Pandy jest jednym z największych w klasie. Ma pojemność 225 l, ale można go powiększyć o 35 l, przesuwając do przodu kanapę (opcja), a nawet do 870 l po złożeniu oparć tylnych siedzeń. Powstaje wówczas płaska podłoga ładunkowa na długości przedziału pasażerskiego. Przy podróży ważny jest też powiększony o dwa litry zbiornik paliwa".

Ta uniwersalność auta, a także jego 3 wersje wyposażenia, 3 silniki, 3 pakiety opcji, 6 kombinacji wnętrza i 10 kolorów nadwozi to atuty nowej Pandy w segmencie samochodów miejskich. Równie ważna jest cena, bo przy decyzji o zakupie auta ma ona decydujące znaczenie dla 40% klientów. Nową Pandę w wersji Fresh (czteroosobową) z 69-konnym silnikiem 1.2 8v można kupić za 32.990 zł (cena rynkowa).

Dla 22% klientów liczy się wygląd samochodu. I tu nowa Panda ma się czym pochwalić. Wprawdzie z zewnątrz zachowała swoje podobieństwo do poprzedniczki (m. in. w swoim charakterystycznym tylnym okienku), ale w jej karoserii pojawiło się więcej zaokrągleń, przetłoczeń. We wnętrzu nawiązano do „kwadratowej" stylistyki Pandy pierwszej generacji, nadając ten kształt m. in. zegarom, panelom z przyciskami, uchwytom na napoje, poduszce powietrznej w kierownicy, a nawet klamkom wewnętrznym w drzwiach, ale jednocześnie owe kwadraty otrzymały miękko zaokrąglone krawędzie. „Samochód stał się przytulniejszy. Powinien podobać się kobietom" – stwierdził Marcin Sochaczewski. – „Dotychczas stanowiły one 40% kupujących Pandy, teraz liczymy, że będzie ich więcej".

Na konferencji prasowej, od lewej: Marcin Sochaczewski, Wojciech Masalski, Bogusław Cieślar i Enrico Pavoni

W OBIEKTYWACH

Po krótkiej prezentacji nowego samochodu dziennikarze gremialnie ruszyli zapoznawać się z nowym autem. Wyjechali na trasę jazd próbnych, a przede wszystkim wybrali się na galerię Stadionu Narodowego.

Ustawione tam samochody cierpliwie pozowały do zdjęć. Pandy prezentowały do obiektywów swoje „uśmiechnięte buzie" i nowe elementy wyposażenia wnętrz, piękne koła z napisem „Panda". Uwieczniano też Pandy na tle stadionu, pokazywano, jak pięknie jego dach, iglica i czerwone oraz popielate foteliki dla widzów odbijają się w samochodowych lusterkach i szybach. Taka okazja drugi raz się przecież nie powtórzy.

– Szkoda, że nie ustawiono żadnego z samochodów na murawie boiska – wzdychali niektórzy z dziennikarzy. To jednak było niemożliwe. Niedawno położona i przystrzyżona już trawa musiała w nieskazitelnym stanie czekać na polskich i portugalskich zawodników, którzy za kilka dni mieli na niej rozegrać pierwszy w historii Stadionu Narodowego mecz piłkarski.

W WIRTUALU

A jednak Panda pokazała się na murawie. Wprawdzie tylko wirtualnie, ale wizerunek samochodu zobaczyli uczestnicy wieczornej Gali, też zorganizowanej na Stadionie Narodowym. Wyczarowane laserowymi, zielonymi i szafirowymi promieniami samochody przesuwały się po boisku, migały światła, rozbrzmiewały dźwięki muzyki.

Pokaz nagrodzono wielkimi brawami. Gratulowano też przedstawicielom Fiata Auto Poland pomysłu zorganizowania prezentacji nowego samochodu w tak oryginalnym miejscu jak stadion piłkarski. „Fiat ma związki z piłką nożną, zwłaszcza we Włoszech" – tłumaczył Bogusław Cieślar. – „Jest przecież właścicielem słynnego klubu Juventus, jego wybitni piłkarze wielokrotnie występowali w reklamach samochodów Fiata".

Stadion Narodowy swoim wyglądem zapiera dech w piersiach, a nowa Panda pokazała się na nim znakomicie

Czy zorganizowanie prezentacji Pandy na Stadionie Narodowym było trudne? „Pod pewnym względem tak" – mówi Bogusław Cieślar. – „Prowadziliśmy przecież negocjacje z gospodarzami stadionu w czasie, gdy jeszcze trwały na nim prace i istniało ryzyko, że coś może się nie udać. Ale... udało się. Stadion swoim wyglądem zapiera dech w piersiach, a nowa Panda pokazała się na nim znakomicie".

PANDECZKĘ KOCHAM...

Gala z okazji wprowadzenia na polski rynek nowej Pandy obfitowała też w momenty nostalgiczne, gdy wspominano miejsce, na którym znajduje się obecny, wspaniały Stadion Narodowy: stadion Dziesięciolecia jako świadka ważnych imprez sportowych, czy też mszy odprawionej przez papieża Jan Paweł II podczas pobytu w Polsce itp. Wiele wspomnień dotyczyło też Pandy, tej produkowanej w tyskiej fabryce Fiata Auto Poland i jej niecodziennych rekordów. Najbardziej spektakularnym była wyprawa wokół Afryki, którą w 2007 roku przedsięwzięła dwójka młodych polskich podróżników, Jolanta Czupik i Dominik Stokłosa. Fiatem Panda Cross pokonali trasę 52 467 kilometrów, przejeżdżając w 147 dni przez 3 kontynenty, 28 państw, w tym 19 afrykańskich. „I nic mechanicznie w aucie się nie zepsuło" – mówiła podczas gali Jolanta Czupik, prezentując fragmenty filmów z tamtej podróży. – „Panda jeszcze potem służyła nam w Polsce".

„Nasza Panda mieści się na każdym parkingu, wjeżdża w każdą dziurkę..."

Gdy na estradę wkroczył dyrektor Wojciech Masalski z wielkim kluczem, nadeszła chwila obdarowania nowym Fiatem Panda zwycięzczyni konkursu pod tytułem „Ile lat ma Twoja Panda i dlaczego ją kochasz?", zorganizowanego przez Fiata i radio RMF. Jego uczestnicy przez dziesięć dni, od 7 do 17 lutego, mieli wysyłać sms-y z odpowiedzią na to pytanie. Zwyciężyła pani Iga Marzec z Milczan koło Sandomierza, właścicielka Pandy wyprodukowanej w 2003 roku, którą przejechała już 147 tysięcy kilometrów. Przyjmując symboliczny kluczyk do nowego auta, tak wyrażała swoje uczucia do poprzedniczki: „Pandeczkę mam od jej narodzin, kocham ją bardzo. Mieścimy się na każdym parkingu, wjeżdżamy w każdą dziurkę..."

Galę zakończył występ zespołu „Perfekt". Jego przeboje w wykonaniu Grzegorza Markowskiego rozgrzały wszystkich, a co starsi słuchacze wspominali koncert grupy na dawnym Stadionie Dziesięciolecia.

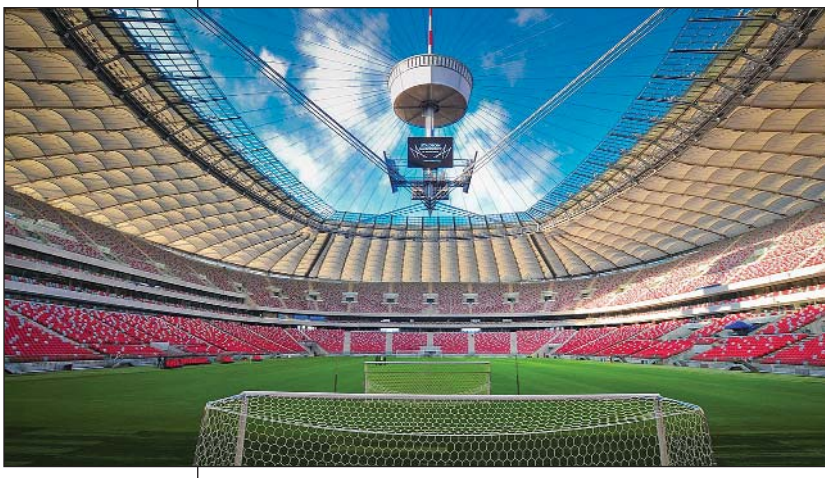
DO KLIENTÓW

To jednak nie koniec, a dopiero początek debiutu nowej Pandy na polskim rynku. Już następnego dnia po prezentacji na stadionie w programach telewizyjnych ukazały się filmy reklamujące samochód, a od 29 lutego do 4 marca we wszystkim salonach dilerów Fiata Auto Poland trwały „dni otwarte", podczas których każdy mógł się zapoznać z autem. Tak więc nowa Panda ruszyła „w Polskę". Powodzenia! ■

WARTO WIEDZIEĆ

Stadion Narodowy *w skrócie*

Stadion piłkarski przewidziany dla 58,5 tysiąca kibiców, został wybudowany w Warszawie na turniej Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA Euro 2012.
Powstał na miejscu dawnego Stadionu Dziesięciolecia. Pamiątką po nim jest rzeźba przedstawiająca trzech biegnących mężczyzn przekazujących sobie pałeczkę w sztafecie.
Fasada obiektu nawiązuje do polskich barw narodowych, przypominając falującą biało-czerwoną flagę i jest w kolorze srebrno-czerwonym. W podobnej kolorystyce są utrzymane fotele dla widzów.



Łączna kubatura stadionu (bez dachu) wynosi ponad 1.000.000 m³. Łączna powierzchnia całkowita – 204.000 m². Rozpiętość konstrukcji rozsuwanego dachu wynosi 240x270 m.
Długość dolnej promenady to 924 m. Iglica została zawieszona na wysokości 100 m ponad murawą.
Zamykany dach został wykonany z włókna szklanego pokrytego warstwą teflonu.
Otwieranie lub zamykanie dachu trwa około 20 minut i jest możliwe jedynie w temperaturze powyżej 5º Celsjusza.
Budowa stadionu rozpoczęła się 7 października 2008 r. Prace budowlane oficjalnie zakończono 29 listopada 2011 r.
23 lutego 2012 r. na Stadionie Narodowym odbyła się polska premiera Fiata Pandy.
29 lutego 2012 r. na Stadionie Narodowym został rozegrany pierwszy mecz piłkarski Polska-Portugalia. Towarzyskie spotkanie zakończył remis 0:0.

Wesołe, magiczne **pudełko**

Stefania Castano

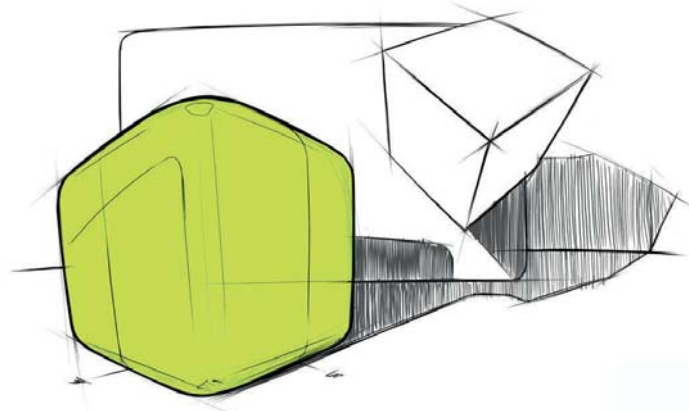
Roberto Giolito, twórca nowej Pandy, opowiada o historii powstania projektu. Uważa, że dzięki kilku inteligentnym pomysłom w modelu można poczuć się jak w domu.

„To przestrzeń, którą można wypełnić najlepszymi rozwiązaniami”. W ten sposób swoje ostatnie dzieło definiuje Roberto Giolito, twórca Fiata Multipli i Fiata 500, a teraz także nowej Pandy. „To zdanie dobrze tłumaczy walory samochodu: mały pojazd, który zaskakuje swoimi możliwościami – mówi szef Centro Stile – funkcjonalny i praktyczny, dynamiczny i ze świetną mechaniką. Panda jest nie tylko autem miejskim. Na przykład, wersja z napędem na cztery koła, która będzie zaprezentowana nieco później, jest jednym z najlepiej sprawdzających się w każdych warunkach samochodów terenowych. Trudno zaszeregować ją wyłącznie do segmentu A. Dzisiaj stała się przecież solidniejsza i bardziej funkcjonalna. Jest to samochód, który daje wyraz jakości, z jaką jest konstruowany. To model trwały, który będzie służył na lata i nie znudzi się klientom”.

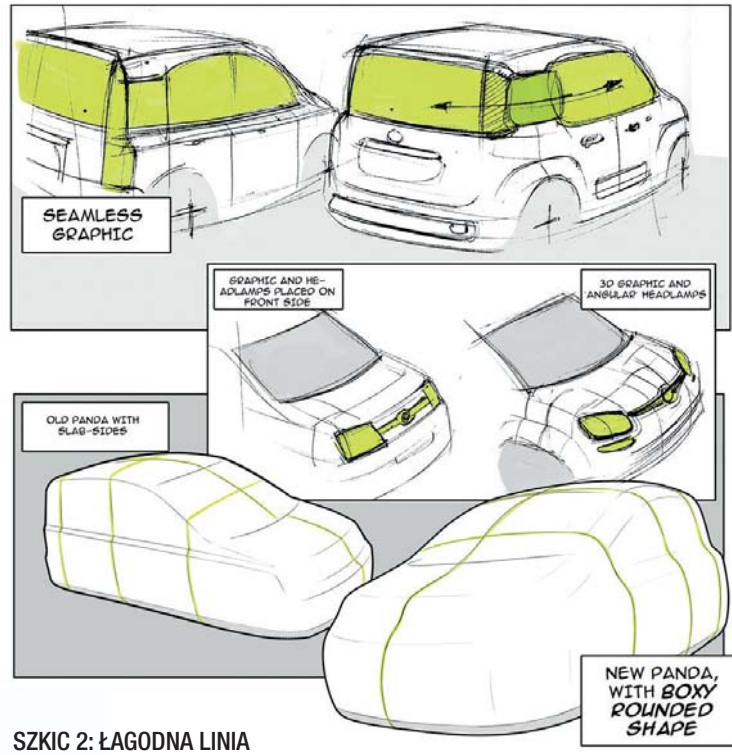
Panda to prawdziwe cacko od strony wzornictwa użytkowego. Trudno mówić nawet o zwykłym restylingu modelu. Choć nie można nie zauważyć podobieństwa do wcześniejszej wersji, to jednak nowa Panda jest całkowicie innym samochodem. Oczywiście, zmiana dotychczasowego stylu modelu wcale nie była łatwa. „Zadanie to było znacznie trudniejsze niż zaczynanie od zera” – przyznaje Giolito. „Kiedy masz przed sobą takiego giganta, który od ponad trzydziestu lat cieszy się nieprzerwanym sukcesem na rynku, ręce same ci się trzęsą. To nieuniknione. Pierwsi klienci, którzy pojawili się na wstępnych testach próbnych nowego projektu byli zadowoleni z poprzedniej wersji i pytali nas, dlaczego ją zmieniamy? Ludzie nie chcieli rewolucyjnej Pandy. Dlatego też postanowiliśmy zachować rozpoznawalne elementy „starej”

OD SZKICU DO GOTOWEGO AUTA

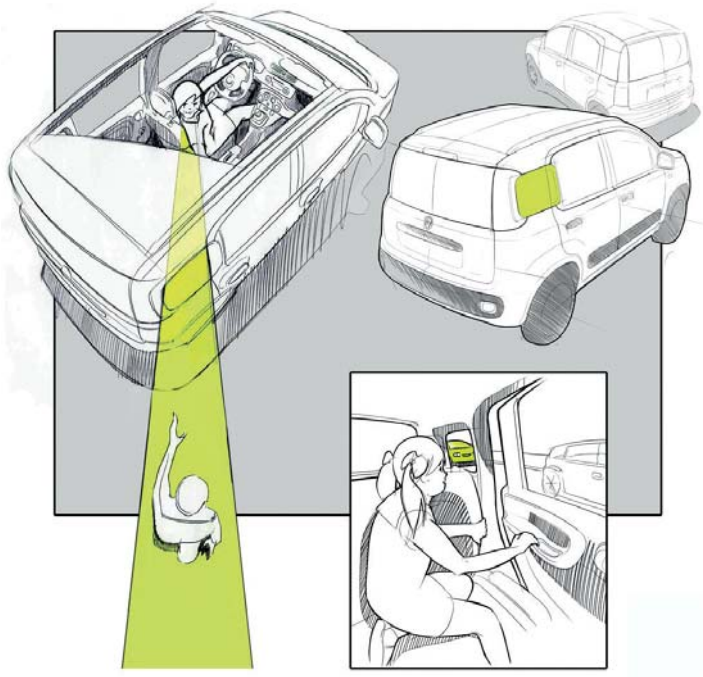
Aby lepiej zilustrować nowatorski pomysł nowej Pandy, projektanci z Centro Stile Fiat przygotowali jego rysunkową historię. Roberto Giolito opisał kilka szkiców.



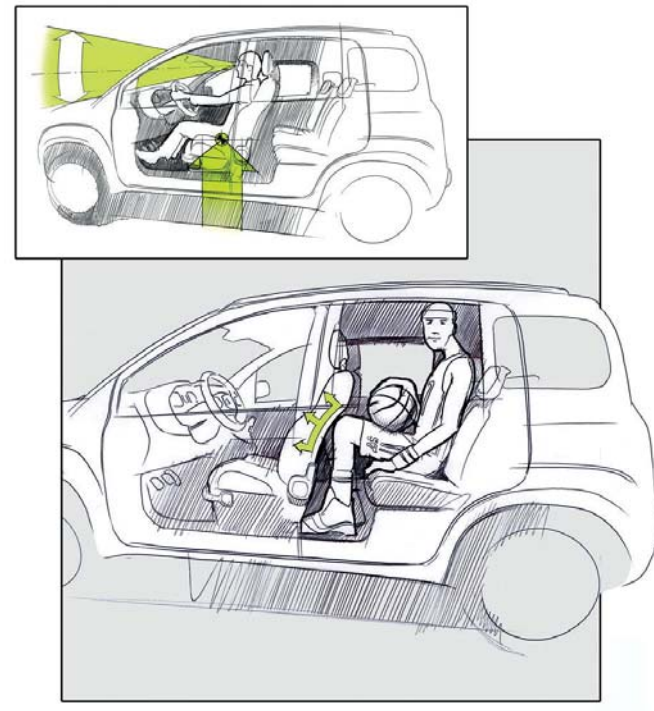
SZKIC 1: ZASADA „SQUIRCLE” - „ZAOKRĄGLONEGO KWADRATU”
„Wyszliśmy od elementu, który nazwaliśmy zaokrąglonym kwadratem, czyli takim, w którym ostre kanty zostały wygładzone. Zaokrąglony kwadrat sprawia wrażenie solidności i łagodności zarazem i stanowi idealną formę, która zapewnia bezpieczeństwo zarówno dla tego, co znajduje się w środku, jak i na zewnątrz. Jego regularne kształty sprawiają, że jest niezwykle łatwy w obsłudze i wszechstronny. A poza tym ma przyjazną i zabawną formę”.



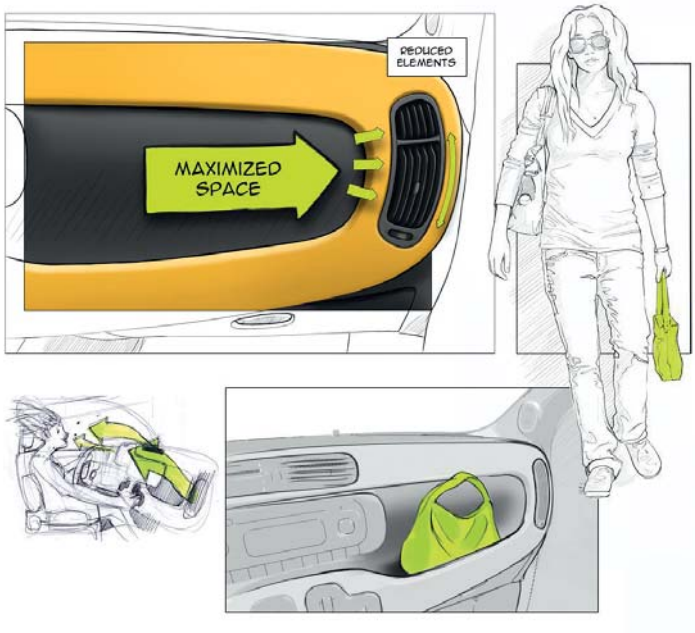
SZKIC 2: ŁAGODNA LINIA
„Mając na uwadze zasadę zaokrąglonego kwadratu, usunęliśmy wszystkie ostre kanty. Efekt pudełkowej konstrukcji dawnej Pandy pozostał, ale kształty są przez to bardziej opływowe. Pojazd został nieco zaokrąglony z przodu. To nowość w stosunku do poprzedniego modelu, dzięki któremu uzyskano efekt trójwymiarowości: na przykład reflektory widoczne są zarówno z przodu jak i z boku”.



SZKIC 3: ŁATWE PODRÓŻOWANIE
„Mocną stroną Pandy są rozwiązania ułatwiające jej użytkowanie. Na przykład, trzecia szyba boczna została umieszczona w taki sposób, aby maksymalnie poprawić widoczność tak zwanego martwego pola, zwykle słabo widocznego podczas jazdy. Takie rozwiązanie zwiększa bezpieczeństwo, zarówno osób stojących na zewnątrz pojazdu, jak i przebywających wewnątrz".



SZKIC 4: MOŻNA SIĘ W NIM POCZUĆ JAK W DOMU
„Nie wiedzieć czemu, kiedy ludzie zakładają rodzinę od razu myślą o kupnie samochodu typu SUV lub minivana, natomiast my proponujemy auto takie jak Panda. Lepiej jest prowadzić małe auto, ale czuć się w nim komfortowo. Próbujemy ten pomysł przenieść też do USA".



SZKIC 5: WSZYSTKO NA SWOIM MIEJSCU
„Wszystkie schowki na przedmioty zaprojektowano z myślą o tych kierowcach, którzy używają samochodu codziennie. Duża kieszeń w desce rozdzielczej, spadek po Pandzie z 1980 roku, został stworzony po to, by wkładać do niego wszystkie przedmioty, które musimy mieć pod ręką. Jeśli chcesz kogoś podrzucić, nie możesz przecież prosić go, żeby wsadził swoją teczkę lub organizer do bocznej kieszeni. Natychmiast by o nich zapomniał. A tak odkłada to, co ma w ręce, w najbliższym schowku".

SZKIC 6: MĄDRE ROZWIĄZANIA
„Kolejnym szczegółem są panele drzwiowe: umieściliśmy w nich wyżej głośnik, podniosła się też jakość dźwięku. Komfort poprawiono także poprzez zwiększenie powierzchni obszycia drzwi tkaniną".

Pandy w nowej wersji. Ale oczywiście nie chcieliśmy popadać w przesadną nostalgię, której efektem byłaby kolekcjonerska zabawka, mało przystosowana do potrzeb dzisiejszego klienta. Samochód dla ludzi musi odpowiadać aktualnym trendom".
Giolito wraz z zespołem – tym samym, który pracował nad Fiatem 500 – zajęli się najnowszą wersją Pandy krótko po wprowadzeniu na rynek jej poprzedniej wersji, czyli kilka lat temu. To były dwa lata wytężonej pracy, nad rysunkami, szkicami, badaniami, nowoczesnymi technologiami komputerowymi, a także modelami wykonanymi ręcznie. „Jak zabierasz się za model, który już osiągnął sukces – musisz wyjść od jakiegoś pomysłu. Tylko w ten sposób dojdziesz do konkretnego projektu, który nie będzie wyłącznie chwytem reklamowym, ale zespołem wielu harmonijnych rozwiązań, które łącznie dają efekt".
Giolito dodaje: „Może to zasługa doświadczenia w pracy nad Fiatem 500 albo fakt, że za każdym razem mamy do dyspozycji coraz nowocześniejsze urządzenia? Faktem jest, że nigdy wcześniej nie widziałem, żeby moi projektanci pracowali do tej pory z takim zaangażowaniem nad każdym, nawet najdrobniejszym szczegółem. Nawet czcionka komunikatów w zestawie głośników czy logo Pandy w reflektorach były długo analizowane. Włożyliśmy w ten projekt serce i duszę". W rezultacie powstało auto, które przeszło nie tylko zmiany kosmetyczne. Giolito porównuje efekty swojej pracy do najlepszych przykładów wzornictwa włoskiego, zwłaszcza wnętrz pojazdów, gdzie nie używa się materiałów, które mają „udawać" jakieś inne. W Pandzie wszystko jest na swoim miejscu, a każdy szczegół ma swoje strategiczne znaczenie. Po raz trzeci z rzędu model ten uczy nas, jak powinno wyglądać prawdziwie funkcjonalne auto. Projektanci mówią wręcz o „użyteczności", która znaczy więcej niż ergonomia i funkcjonalność formy. Żeby lepiej wyjaśnić swój koncept, Giolito wyciąga ze stosu dokumentów leżących na jego kolorowym biurku reklamę, na której widać Steva Jobsa pokazującego swojego pierwszego Maca: „Ludzie zakochują się w najprostszych urządzeniach, z łatwą obsługą, które mają silną osobowość i są łatwo rozpoznawalne". Panda taka właśnie jest, to swego rodzaju sympatyczne magiczne pudełko, które wyposażono w wiele potrzebnych rozwiązań, zmniejszających dystans między człowiekiem a samochodem, jego potrzebami a maszyną, w którym nie trzeba zastanawiać się „jak to zrobić?" ■

„Dużo pracy włożyliśmy w linię zewnętrzną samochodu, poszycia i kolory. Chcemy, aby Panda cieszyła się sympatią u ludzi"

Zespół Centro Stile Fiat, który zajmował się projektem nowej Pandy

Przyszłość *puka do drzwi*

Carola Popaiz

Świadczy o tym historia Blue&Me (dwa miliony sprzedanych egzemplarzy), urządzenia, które zmieniło styl jazdy.

Niedawno sprzedano dwumilionowy egzemplarz tego urządzenia. Rekordowy Blue&Me TomTom2 LIVE został zamontowany we Fiacie 500 Lounge 1.2, nabytym przez Ariannę Binello w Mirafiori Motor Village w Turynie.
Historia innowacji, która na przestrzeni ośmiu lat zmieniła życie kierowców, zaczęła się od współpracy Fiat Group Automobiles z Microsoftem. W 2004 roku obie firmy podpisały umowę partnerską, której celem było wspólne projektowanie urządzeń telematycznych do samochodów. Tak wyglądał początek udanej współpracy, która zaowocowała uzyskaniem prestiżowych międzynarodowych nagród. Pierwsza generacja urządzeń Blue&Me pojawiła się w Fiacie Grande Punto w 2005 roku. Jak na tamte czasy, było to bardzo nowatorskie rozwiązanie, miało system rozpoznawania głosu i łączyło się z telefonem komórkowym przez Bluetooth. Blue&Me był wbudowany w deskę rozdzielczą i miał wejście USB do podłączania palmtopa, odtwarzacza zewnętrznego czy dysku przenośnego. Za pomocą przycisków na kierownicy użytkownicy mogli bezpiecznie rozmawiać przez telefon i prowadzić samochód. Wkrótce urządzenie trafiło także do innych modeli Fiata, Alfy Romeo, Lancii oraz Fiata Professional. W 2007 roku w Fiacie Bravo zamontowano Blue&Me Nav, który posiadał funkcję nawigacji satelitarnej. Pojawiły się też usługi telematyczne, takie jak SOS oraz serwis informacyjny.
Fiat jako pierwsza marka zaoferował tak wiele funkcji w jednym urządzeniu. Wszystkie sterowane były za pomocą przycisków na kierownicy lub komend głosowych: wprowadzanie miejsca docelowego podróży, wybór numeru telefonu rozmówcy, prośba o pomoc. Port USB służył także do odczytywania map nagranych na pendrive'ie, a wyświetlanych na ekranie. Nawigacja ta pracowała z wielką precyzją, gdyż zaopatrzona była w funkcję „dead reckoning": tam, gdzie sygnał z satelity był słaby, system wykorzystywał takie parametry, jak kąt skrętu kierownicy oraz prędkość pojazdu, w celu obliczenia pozycji i kontynuowania nawigacji.
W roku 2009 Blue&Me odnotowuje swój pierwszy rekord – milion zamontowanych urządzeń.
Systemowi nowej generacji nadano nazwę Blue&Me TomTom, a montowany jest on w Punto Evo. Jest to ob-

Ekran Blue&Me TomTom. Po prawej zespół Infotainment & Telematics, któremu przypisuje się sukces urządzenia

sługiwany za pomocą kolorowego ekranu dotykowego system informacyjno-rozrywkowy będący efektem współpracy z firmą TomTom, europejskim liderem w produkcji przenośnych nawigacji samochodowych. Wśród wielu funkcji urządzenie to oferuje opcję „Car menu", pozwalającą na wyświetlanie m.in. informacji dotyczących stylu jazdy kierowcy, a także wskazówek jak ograniczyć zużycie paliwa oraz emisję spalin poprzez prawidłową zmianę biegów i operowanie pedałem przyspieszenia w zależności od typu trasy.

Obecnie najnowocześniejszą wersją tego urządzenia jest Blue&Me TomTom2, powstały w zeszłym roku specjalnie dla nowej Lancii Ypsilon, a teraz montowany też w nowej Pandzie. Mikrofon, mediaplayer, nawigacja oraz wszelkie potrzebne informacje obsługuje się za pomocą ekranu dotykowego systemu. Możliwa jest obsługa tak zwanych usług Live TomTom, wśród których znajduje się funkcja HD Traffic uznana za najlepszy system przekazywania informacji o ruchu drogowym. Serwis ten analizuje informacje o ruchu drogowym i na tej podstawie oblicza najlepszą trasę (dostępnych jest 45 map krajów europejskich) oraz przekazuje (w jednym z dziesięciu języków) propozycje tras alternatywnych tak, aby ominąć korki i zdarzenia spowalniające ruch. Blue&Me TomTom2 dzięki połączeniu z samochodową siecią wewnętrzną opracowuje dane dostarczane z pojazdu oraz łączy się z komputerem pokładowym, punktami POI, spisem kontaktów w telefonie czy Media playerem. I nie trzeba się obawiać, że skończy nam się benzyna, gdyż specjalny alarm poinformuje nas o zbliżającej się „rezerwie" i znajdującej się w pobliżu stacji benzynowej. Można też skorzystać z eco:drive, która przekazuje informacje, jak zmienić styl jazdy, by zmniejszyć zużycie paliwa i emisję spalin. Blue&Me dostępny jest także w Internecie. Na stronie www.blueandme.net można znaleźć dostępne aktualizacje, aplikacje, mapy i wiele innych ciekawych informacji i nowości.

Blue&Me z pewnością zmieniło sposób prowadzenia oraz obsługi samochodu. Wpłynęło zwłaszcza na poprawę bezpieczeństwa jazdy. Kierowcy są bardzo zainteresowani urządzeniami elektronicznymi, które gwarantują łączność między samochodem a Internetem. W przyszłości ten wzajemny dialog między urządzeniami pokładowymi pojazdów a siecią internetową zacieśni się poprzez łączność z operatorami komórkowymi oraz aktywację prawdziwych mikrosieci lokalnych Wi-Fi, dzięki którym poszczególne urządzenia będą mogły korzystać z zawartości stron internetowych również podczas jazdy. Eksperci z zakresu Infotainment & Telematics w Fiat Group Automobiles wciąż pracują nad nowościami, których będzie naprawdę sporo. ■

Handlowcy z Magneti Marelli

Magneti Marelli Aftermarket to dynamiczni i profesjonalni handlowcy. Ich misją jest sprzedaż i promocja produktów Magneti Marelli w Europie Środkowej i Wschodniej.

A. Szafrańska, fot. Satiz Poland

Dyrektora spółki Marka Burasa (na zdjęciu poniżej) najtrudniej zastać w siedzibie firmy, położonej w malowniczej katowickiej dzielnicy Giszowiec. Kazachstan, Rosja, Węgry, Serbia, Włochy. Z samolotu na samolot. Gdy usiedliśmy do rozmowy o firmie z kieszeni jego koszuli wystawał bilet na kolejny lot. „80 procent mojej pracy odbywa się poza biurem. Raz w miesiącu jestem we Włoszech. Jeżdżę do klientów w Polsce albo odległego kraju, czasami do dostawcy. Nasze szefostwo dało nam mandat na całą środkowo- i południowo-wschodnią Europę z wyjątkiem Albanii, która historycznie związana jest z Włochami, oraz Słowenii, która z kolei graniczy z krajem naszej centrali. Resztę obsługujemy my. Naszą misją jest sprzedaż produktów Magneti Marelli i promowanie tej marki w Polsce oraz 22 krajach leżących na wschód i południe. Naszym zadaniem jest pokazać, że Magneti Marelli jest częścią dużego koncernu Fiata, że mamy wysokiej jakości produkty, które sprzedajemy do Fiata, Mercedesa czy Volkswagena" – mówi dyrektor.

POCZĄTKI

W maju firma świętowała będzie 15 lat istnienia. Powstała jako dział części zamiennych Magneti Marelli Poland. Wraz z dyrektorem pracowało w niej pięć osób. Zajmowały się marketingiem, sprzedażą, informowały o produktach. „Do tego jakaś skromna reklama, produkcja gadżetów, a przede wszystkim sprowadzanie katalogów do Polski i rozsyłanie ich do klientów. W pierwszym roku mieliśmy ich dwunastu. Dla nich sprowadzaliśmy produkty z Włoch. Zajmowaliśmy się też logistyką, choć w ograniczonym zakresie, bo sprowadzała się ona wówczas do transportu. Nie magazynowaliśmy produktów. Klient zamawiał towar w sosnowieckim biurze (w 2006 roku prze-

niesiono siedzibę spółki do Katowic), a my sporządzaliśmy zamówienie do Włoch. Po dotarciu do Polski części były natychmiast przekazywane klientowi" – dodaje dyrektor Buras.
To się zmieniło w 2000 roku, kiedy utworzony został magazyn części zamiennych Magneti Marelli. Pierwszy, przez cztery lata, prowadzony był w Lublińcu. Od 2004 roku firma, która trzy lata wcześniej przekształciła się w istniejącą do dziś spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością Magneti Marelli Aftermarket, korzysta z bazy magazynowej Panattoni w Mysłowicach. Składem spółki zarządza wyłoniona w przetargu firma Ceva. Szefowa działu logistyki spółki Anna Rynczuk uzupełnia, że Magneti Marelli ma do dyspozycji 4,5 tysiąca metrów kwadratowych powierzchni. Zmieści się w nich 8 tysięcy europalet.

CO NA SKŁADZIE?

Oferta firmy obecnie liczy 30 tysięcy pozycji. To elementy produkowane przez Magneti Marelli, które dostarczane są także na pierwszy montaż, oraz części, które wytwarzają renomowane firmy, a Magneti Marelli sprzedaje je pod własną marką i we własnym opakowaniu. W ofercie znajdują się między innymi: oświetlenie, wahacze, amortyzatory, centralki wtrysku, elektronika samochodów, a także klocki hamulcowe, tarcze hamulcowe, filtry, chłodnice i lusterka.
„W Polsce trzymamy na stałe 7 tysięcy pozycji, które cały czas rotują, czyli mają największą sprzedaż. Resztę w każdej chwili możemy zamówić i sprowadzić z centralnego magazynu we Włoszech. Dwa razy w tygodniu dociera stamtąd do nas kilka ciężarówek. Magneti Marelli ma w Polsce bardzo mocną pozycję, dlatego staramy się, aby wszystko, co jest produkowane w naszym kraju, od razu trafiało do odbiorców, także za granicą. Przykładowo oświetlenie produkowane w zakładzie w Sosnowcu nie wędruje do centralnego magazynu we Włoszech; odbieramy wszystko z zakładu i sprzedajemy. W Bielsku–Białej Magneti Marelli produkuje amortyzatory i wahacze. Mamy umowę z fabryką: produkty trafiają do naszego magazynu w Mysłowicach, gdzie Ceva wszystko konfekcjonuje. Stąd części są ekspediowane do klientów w Polsce i krajach, do których my je dostarczamy" – mówi Marek Buras.

Misją spółki jest promowanie Magneti Marelli i sprzedaż jej produktów

KLIENCI

Gdy Magneti Marelli Aftermarket zaczynało działalność w pierwszym roku posiadało dwunastu klientów. „W tym momencie aktywnych klientów, którzy stale u nas kupują, mamy około 170, w tym około 70 w Polsce. Ta liczba z tygodnia na tydzień wzrasta i mamy nadzieję, że na koniec roku wyniesie 190. Przez ostatnie lata trzecią część naszego obrotu stanowił eksport. Na koniec roku ta relacja powinna wynieść pół na pół. Przybywa nam klientów na rynkach obcych" – informuje Marek Buras.
Odbiorcami w Polsce są niezależne hurtownie motoryzacyjne, które handlują różnymi markami produktów, nie tylko Magneti Marelli, ale także konkurencji. Dyrektor przypomniał, że produkty poszczególnych fabryk spółki, choćby oświetlenie z Sosnowca, czy wahacze i amortyzatory z Bielska-Białej, na pierwszy montaż (tzw. OE) trafiają do Opla, Fiata, Mercedesa czy BMW. Produkty fabryk odbierają również serwisy autoryzowane poszczególnych marek samochodowych, które obsługują swój rynek wtórny (tzw. OEM). Są one dystrybuowane wreszcie na rynku niezależnym, czyli jako aftermarket, gdzie nie wolno nam sprzedać ich pod nazwą Opla, czy Mercedesa, ale Magneti Marelli już tak. „W Europie Wschodniej dominują auta niemieckie. Musimy mieć gamę naszych produktów do tych samochodów i mamy ją" – dodaje dyrektor.

Stąd części są eksportowane do klientów z Polski i z zagranicy. Niżej: Magneti Marelli Aftermarket, korzysta z bazy magazynowej Panattoni w Mysłowicach

NA WSCHÓD...

Poza granice najwięcej produktów trafia do Rosji. Obrót z tym krajem sięgnął około 2,4 miliona euro przy 7 milionach euro obrotu łącznego w samym eksporcie. Rynek jest tam chłonny i na tyle obiecujący, że od czterech lat firma posiada w Moskwie przedstawicielstwo handlowe.

„Do tej pory naszym przedstawicielem była jedna osoba. Teraz wraz z nią pracuje Włoch, a jeszcze w tym miesiącu chcemy zatrudnić handlowca Rosjanina. Mamy plany stworzenia też filii, być może do końca roku, łącznie ze stworzeniem magazynu. Współpracujemy tam z 20 firmami" – mówi dyrektor.

Szefowa logistyki spółki w Katowicach Anna Rynczuk informuje, że do ubiegłego roku klienci ze Wschodu nie życzyli sobie, by dostarczyć im towar bezpośrednio. Wskazywali miejsce w Unii Europejskiej, skąd go zabierali. „Teraz pracujemy nad tym, aby klienci rosyjscy otrzymali towar do swego kraju. Przygotowujemy pierwsze wysyłki. Od przyszłego miesiąca będziemy wysyłać towar bezpośrednio do Rosji. Dotychczas było to bardzo ryzykowne, zwłaszcza pod względem celnym. Odprawy często były na granicy blokowane, a wiadomo, że do momentu dostarczenia towar jest naszą własnością. Pieniądze są zamrożone. Sytuacja trochę się jednak poprawia. Coraz dłużej współpracujemy z tymi krajami i wiemy jak to robić. Nauczyliśmy się etykietować produkty po rosyjsku. Uzyskaliśmy rosyjskie certyfikaty, umożliwiające legalną sprzedaż. One ułatwiają także kontakty z innymi krajami na Wschodzie, a jesteśmy obecni między innymi w Kazachstanie, czy Azerbejdżanie. Jak coś jest certyfikowane w Rosji, to właściwie formalnością jest certyfikacja w Kazachstanie" – wyjaśniła szefowa logistyki.

Anna Rynczuk, szefowa działu logistyki

...I POŁUDNIE

W połowie ubiegłego roku Magneti Marelli Aftermarket Polska otrzymało pozwolenie od włoskiej centrali, by wejść na rynek serbski. Firma odniosła tam już pierwsze sukcesy – w pierwszym roku obrót wyniósł 250 tysięcy euro. Plany tegoroczne zakładają, że wzrośnie on do 1 miliona euro. „Mamy tam niezależną hurtownię motoryzacyjną, dobrego partnera, który zajmuje się głównie Fiatem oraz Iveco. Jesteśmy dla niego idealnym partnerem. Sprzedajemy produkty pod naszą marką" – podkreśla Marek Buras.

Spółka ma w planach także utworzenie niewielkiego biura w Budapeszcie. Wiosną zatrudniona zostanie tam pierwsza osoba. Otrzyma służbowy telefon, laptopa i samochód. „Kandydatem na to stanowisko jest Rumun pochodzenia węgierskiego. Włada i rumuńskim, i węgierskim. Chcemy znaleźć jeszcze jednego handlowca, który posługiwałby się językami serbskim i bułgarskim" – dodaje dyrektor.

ZESPÓŁ POLIGLOTÓW...

W spółce z Giszowca pracuje około 35 osób. Do końca bieżącego roku będzie ich 40. Większość pracowników to kobiety. „Odnoszę wrażenie, że kobiety są w takiej pracy, jak nasza, sprytniejsze, solidniejsze, dokładniejsze, są systematyczne i zwyczajnie sprawdzają się w tym, co robią" – uważa dyrektor firmy. Każdy z pracowników zna co najmniej dwa ję-

zyki obce. To podstawa w tym fachu. Anna Rynczuk mówi świetnie po angielsku i włosku. Jedna z pracownic uczy się języka węgierskiego. Są osoby znające czeski. W spółce angielski znają wszyscy, a w dziale eksportu dodatkowo także rosyjski. Ukrainka, która jest przedstawicielką firmy w Moskwie, oprócz języków polskiego, rosyjskiego i ukraińskiego, płynnie posługuje się niemieckim i angielskim, a uczy się włoskiego. Spółka dba o edukację w tym zakresie finansując szkolenia. Rynczuk dodaje, że pracownikom przysługuje roczna pula na naukę języków. „Mogą oni z tej kwoty skorzystać ucząc się języka, który zostanie zaakceptowany przez szefostwo; chodzi o naukę języka, który będzie przydatny dla firmy. Zresztą taka inwestycja to konieczność biznesowa" – mówi.

Za dynamikę rozwoju spółka po raz czwarty została nagrodzona „Gazelą Biznesu"

na nich partnerów uczestnicząc w targach motoryzacyjnych. Informację na temat hurtowni motoryzacyjnych w różnych miejscach można też kupić lub znaleźć w Internecie.

Jak wygląda pozyskiwanie klienta także za granicą? „Gdy zdobędziemy kontakt, to dział eksportu wysyła zapytanie. Informujemy, kim jesteśmy i co oferujemy. Pytamy, czy są zainteresowani kontaktem. W promocji z kolei pomaga fakt, że Magneti Marelli jest uznaną marką, ale także to, iż w jej ofercie znajdują się produkty renomowanych firm. Bardzo często od razu otrzymujemy pozytywną odpowiedź. Klienci trafiają do nas także dzięki stronie internetowej. Gdy otrzymujemy zapytania zawsze odpowiadamy, proponujemy spotkanie i jedziemy do siedziby klienta, żeby wyrobić sobie opinie, dowiedzieć się, czy dysponuje magazynem, ile osób zatrudnia. Najczęściej rozpoczynamy od zastosowania przedpłat – partner płaci, a następnie my wydajemy mu towar. W ten sposób budujemy sieć w danym kraju. To proces ciągły" – mówi Marek Buras.

SUKCES

Działalność spółki, dynamika jej rozwoju i uzyskiwane wyniki nie uszły uwadze kapitule nagrody „Gazela Biznesu". W tym roku Magneti Marelli Aftermarket odebrała nagrodę po raz czwarty. Przyznaje ją dziennik „Puls Biznesu" małym i średnim firmom, które w trzech ostatnich latach osiągnęły wzrost obrotów. „Nagroda została wręczona 7 marca. Wszystkie cztery są u mnie w pokoju. Cenimy je sobie, bo są dowodem, że mamy dynamikę wzrostu w kraju i w eksporcie. Dowodzą, że się rozwijamy. To dzięki temu zaczynając od 5 osób zatrudniamy obecnie 35, a wkrótce będzie nas 40" – mówi dyrektor Buras. ■

Oferta firmy liczy 30 tysięcy pozycji, w Polsce jest ich natomiast 7 tysięcy

...SZUKA KLIENTÓW

To ten zespół sprowadza towar do magazynu w Mysłowicach z całego świata, nie tylko z Włoch i Polski, ale nawet tak odległych krajów jak Meksyk czy Brazylia. To ta stosunkowo niewielka grupa pozyskuje nowych klientów. W dziale eksportu zatrudnionych jest sześć osób. Penetrują rynki, którymi spółka jest zainteresowana i poszukują

Dwa Ferrari *w jednym*

Giancarlo Rlolfo

F2012 to nowy bolid Ferrari, w którym Alonso i Massa spróbują wygrać Mistrzostwa Formuły 1. Z powodu złej pogody jego prezentacja odbyła się wirtualnie, ale i tak było widać wiele nowości w stosunku do wersji z ubiegłego sezonu.

Premiera nowego bolida Ferrari F2012 Formuły1 odbyła się tylko wirtualnie. Niespodziewane i obfite opady śniegu zmusiły organizatorów do odwołania tradycyjnej konferencji prasowej, a model pokazano jedynie on line na stronach producenta z Maranello. Dwaj główni kierowcy marki, Fernando Alonso i Felipe Massa, uroczyście odsłonili bolid przed kamerą komputera.

Oczom oglądających ukazał się pojazd może nie „piękny", ale spełniający wszelkie wymogi samochodu wyścigowego. Zresztą producenci Ferrari już wcześniej mówili o mniejszym nacisku na aspekt estetyczny. Najważniejsze przecież, żeby bolid był szybki. Z jednej strony, zgodnie z nowymi przepisami, trzeba było obniżyć przednią część bolida i podnieść całe zawieszenie ze względów aerodynamicznych. Dlatego też przednia część pojazdu nabrała specyficznego, kwadratowego kształtu, który niestety niektórym może kojarzyć się z kaczym dziobem. Ale projektantom chodziło przede wszystkim o to, aby forma była funkcjonalna.

Porzućmy jednak czysto estetyczne rozważania i zajmijmy się konkretami. Model F2012 wyciągnął wnioski z doświadczenia ubiegłego sezonu oraz nowych przepisów technicznych. Dlatego w stosunku do zeszłorocznej wersji zaszło wiele zmian. Modyfikacji uległa wysokość przedniej części nadwozia, o czym pisali-

Warto wiedzieć

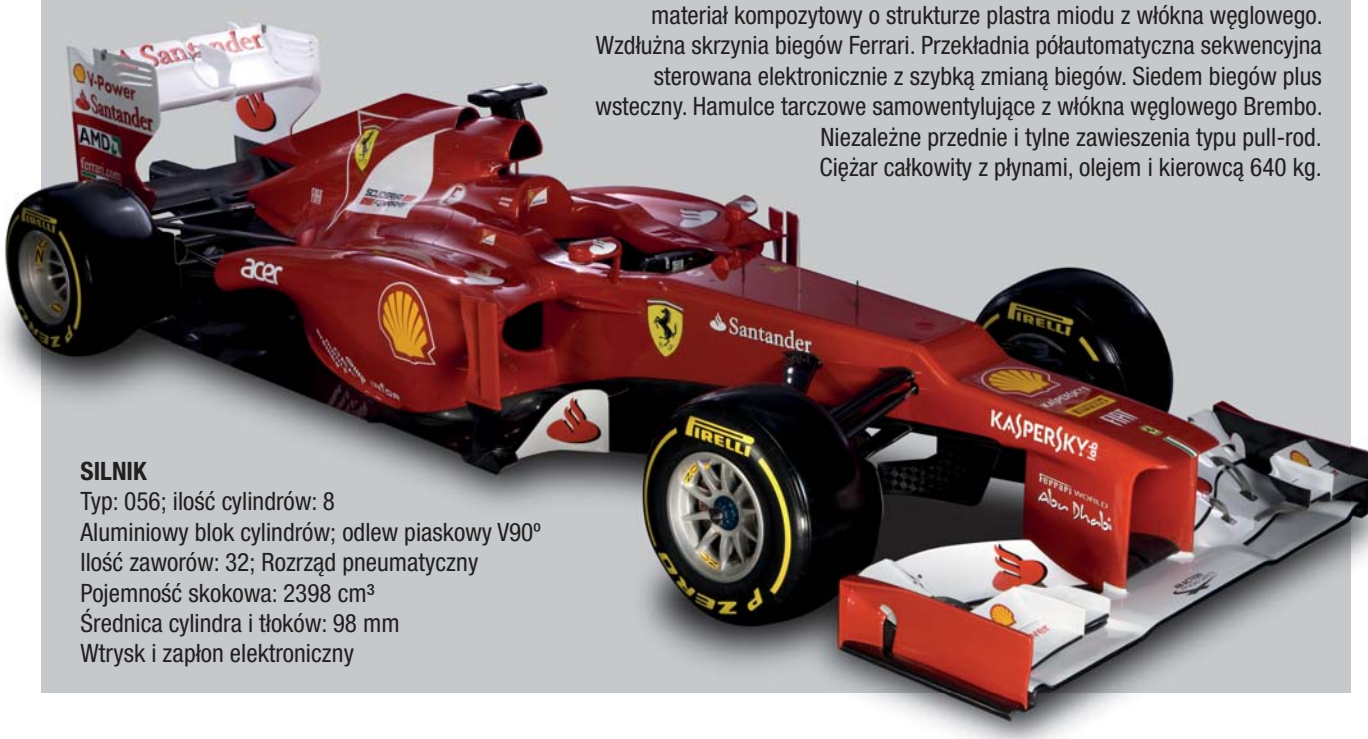
Ferrari a śnieg

Obfite opady śniegu uniemożliwiły zwołanie tradycyjnej konferencji prasowej. Dziennikarze, kierowcy oraz szefowie marki Ferrari musieli skorzystać z prezentacji on line. Równie dużo śniegu, a nawet więcej, spadło też 18 lutego 1898 roku, w dniu narodzin Enza Ferrari, założyciela marki. Ojciec Enza przez dwa dni nie mógł wydostać się z domu, by zarejestrować syna w urzędzie. Dlatego właśnie według oficjalnych dokumentów Ferrari urodził się 20, a nie 18 lutego.

DANE TECHNICZNE

NADWOZIE

materiał kompozytowy o strukturze plastra miodu z włókna węglowego. Wzdłużna skrzynia biegów Ferrari. Przekładnia półautomatyczna sekwencyjna sterowana elektronicznie z szybką zmianą biegów. Siedem biegów plus wsteczny. Hamulce tarczowe samowentylujące z włókna węglowego Brembo. Niezależne przednie i tylne zawieszenia typu pull-rod. Ciężar całkowity z płynami, olejem i kierowcą 640 kg.



SILNIK

Typ: 056; ilość cylindrów: 8
Aluminiowy blok cylindrów; odlew piaskowy V90°
Ilość zaworów: 32; Rozrząd pneumatyczny
Pojemność skokowa: 2398 cm³
Średnica cylindra i tłoków: 98 mm
Wtrysk i zapłon elektroniczny

FIAT

BANK

www.fiatbank.pl

KREDYT JUŻ OD 346 ZŁ MIESIĘCZNIE AC/OC/NW ZA ZŁOTÓWKĘ

- SILNIKI TWINAIR I MULTIJET 2. GENERACJI Z SYSTEMEM START&STOP
- SYSTEM DUALDRIVE
- MULTIMEDIALNY SYSTEM BLUE&ME ZINTEGROWANY Z NAWIGACJĄ TOMTOM LIVE2
- 8 KOMBINACJI USTAWIEŃ SIEDZEŃ
- 14 PORĘCZNYCH SCHOWKÓW

FIAT

panda

po prostu(a)more

Parametry przyjęte do kalkulacji reprezentatywnego przykładu – cena samochodu: 33 990 zł, wpłata własna: 13 596 zł, finansowana opłata przygotowawcza: 5% kwoty kredytu, czas obowiązywania umowy: 96 miesięcy, miesięczne raty równe przez okres 84 miesięcy w wysokości 346,14 zł, po 84 miesiącach Klient decyduje o jednorazowej spłacie całkowitej w kwocie 6 798 zł lub kontynuacji płatności w dalszych ratach do końca okresu umowy w wysokości 560,22 zł; stopa oprocentowania: 13,35% w okresie do 84. miesiąca obowiązywania umowy oraz 11,99% po 84 miesiącach, RRSO: 21,87% (uwzględnia estymowane koszty polisy AC przez cały okres kredytu), całkowita kwota kredytu: 21 414,75 zł, całkowity koszt kredytu: 15 686,80 zł, całkowita kwota do zapłaty przez Konsumenta: 36 081,80 zł, wymagane ubezpieczenia: Bezpieczny Kredyt Promo na cały okres umowy w cenie 1 zł oraz polisa komunikacyjna AC/OC/NW na 1. rok umowy w cenie 1 zł. Ubezpieczenie AC obowiązkowe przez cały okres umowy. Kredytodawca: Fiat Bank Polska S.A.

śmy wcześniej, a także pozycja rur wydechowych. Zastosowano nowy schemat zawieszeń pull-rod przednich i tylnych, które poprawiają aerodynamikę pojazdu i obniżają jego środek ciężkości. Na nowo zaprojektowano boki bolida oraz inaczej rozmieszczono chłodnice. Tylna część pojazdu jest teraz węższa, co wynika też z odmiennego kształtu skrzyni biegów. Na nowo zaprojektowano też „skrzydła" oraz ułożenie silnika. Silnik jest zresztą ewolucją zeszłorocznego modelu. Inżynierowie pracowali intensywnie nad jego ulokowaniem, by stawiał najmniejszy opór powietrza, zwiększyli także jego pojemność, by wydłużyć wysokie osiągi w czasie, dzięki czemu każdy silnik będzie mógł być wykorzystany aż w trzech wyścigach. Układ odzyskiwania energii kinetycznej znajduje się na dole w środkowej części pojazdu.

Tak zatem wygląda bolid Ferrari, na którym marka postara się stanąć na najwyższym podium w Mistrzostwach Świata Formuły 1, które od czasu inauguracji w 1950 r. rozegrane zostaną po raz 63. Oczekiwania miłośników marki są ogromne, o czym świadczą tłumy odwiedzających stronę internetową – w dniu prezentacji F2012 w ciągu zaledwie dziesięciu godzin miało miejsce ponad pięć milionów wejść. To prawdziwy rekord. ■

Charakterystyczny dziubek modelu F2012. Tak specyficzna forma sprzyja aerodynamice, a jednocześnie jest zgodna z nowym regulaminem Formuły 1

JEEP GRAND CHEROKEE SRT8

Dwie *esclusive wersje*

Fernando Alonso i Felipe Massa jako jedyni nie mieli problemów ze śniegiem w dniu światowej premiery nowego modelu F2012. Tego dnia obaj piloci otrzymali po egzemplarzu nowego modelu Jeep Grand Cherokee SRT8, najmocniejszego i najszybszego pojazdu z napędem 4x4 ze wszystkich wyprodukowanych do tej pory w Ameryce. Wyposażono go w legendarny ośmiocylindrowy silnik w układzie V Hemi i poj. 6,4 litra, który osiąga moc 470 KM i moment obrotowy 630 Nm. Maksymalna prędkość samochodu wynosi 255 km/h, zaś przyspieszenie od 0-100 km/h zaledwie 4,9 sekundy. Zachowanie modelu w każdym trudnym terenie odpowiada w pełni renomie marki Jeep. Oba Grand Cherokee SRT8 Alonsa i Massy zostały polakierowane na czerwono – kolor marki Ferrari. To pierwsze egzemplarze tego nowego modelu w Europie.

Trakker – król offroadu

Paola Ravizza i Giancarlo Riolfo

Iveco zostało triumfatorem Rajdu Dakar. Ciężarówki marki uplasowały się na pierwszym, drugim i szóstym miejscu.

To koniec rosyjskiej dominacji. Po 14 latach przewagi Kamaza nareszcie prymat w Dakarze pewnie przejęło Iveco. To zwycięstwo wymarzone i upragnione w najmniejszym nawet szczególe. Zespół Petronas-De Rooy-Iveco w liczbie niemal czterdziestu osób, w tym kierowców i techników, zmiótł dosłownie konkurencję w najtrudniejszym na świecie rajdzie typu „tout terrain". Był to niezwykle trudny, bojowy, wręcz rozpaczliwy wyścig, charakteryzujący się szybką i agresywną jazdą – zupełnie tak jak przewiduje nowa filozofia Iveco.

A oto wyniki: pierwszy w klasyfikacji generalnej wśród kierowców ciężarówek był Gerard De Rooy jadący pojazdem Iveco Powerstar (czyli Trakkerem produkowanym i sprzedawanym w Australii), drugi Ian Stacey, a szósty Massimo „Miki" Biasion, obaj za kierownicą dwóch Trakkerów Evolution.

Jak wyglądała trasa: ponad 8 tysięcy kilometrów, 14 odcinków, zwodnicze piaszczyste tereny, kamienie, mokradła i niesamowite różnice poziomów powodujące w kierowcach 73 współzawodniczących ze sobą ciężarówek stres i niezłą dawkę adrenaliny.

Iveco Trakker prowadzony przez Mikiego Biasiona w wyczerpującym wyścigu. Podobnie jak w poprzednich rajdach, które odbywały się w Afryce, również w edycji południowo-amerykańskiej jedną z najbardziej uciążliwych przeszkód stanowił piasek

Bez wątpienia największym bohaterem imprezy był wyposażony niczym samochód wyścigowy Trakker. Pod jego maską krył się seryjny silnik Cursor 13, ale o mocy 900 koni mechanicznych. W ciężarówkach zmieniono rozmiar hamulców, aby można było łatwo zatrzymać ważącego prawie 9 ton olbrzyma potrafiącego jechać z prędkością 200 kilometrów na godzinę. Odpowiednio zadbano o specjalne podwozie, mosty i osie, a także zainstalowano system pompowania kół podczas jazdy sterowany z kabiny. Uproszczono skrzynię biegów i instalacje (elektryczną, hydrauliczną itd.).

Potwierdzeniem, a jednocześnie pozytywnym skutkiem poczynionego w rajdzie wysiłku był medialny sukces na całym świecie: w prasie, telewizji, na stronach internetowych. Według Alfredo Altavilla, dyrektora pełnomocnego Iveco i pierwszej osoby, która uwierzyła w udział tej marki w rajdzie, „Dakar 2012 po raz kolejny potwierdza niezawodność i jakość pojazdów Iveco. Niezwykły sukces w postaci zwycięstwa i dojechania do celu trzema ciężarówkami w pierwszej szóstce rajdu świadczy o skuteczności, trwałości i bezpieczeństwie Trakkera i Powerstara, już wcześniej uważanych przez klientów za idealne rozwiązanie do użytku codziennego, a zarazem bardziej wymagający typ eksploatacji".

Rajd Dakar stanowił dla Iveco doskonały sposób na kolejne zaprezentowanie się na arenie międzynarodowej. Telewizje 190 krajów na pięciu kontynentach transmitowały tę słynną imprezę po bezdrożach. Stronę www.dakar.com odwiedziły 73 miliony osób. Obliczono, że wydarzenia na żywo wzdłuż trasy w Ameryce Południowej obserwowało pięć milionów fanów. O zawrót głowy przyprawiają również dane o wejściach na stronę Iveco – www.dakar.iveco.com miała prawie 27 tysięcy odwiedzin, podczas których przeczytano 68 tysięcy stron; 120 tysięcy osób obejrzało załadowane na portalu You Tube filmiki poświęcone Iveco oraz 4 tysiące zdjęć załadowanych na stronie Flickr.

Na uwagę zasługuje też wpływ nowinek technologicznych. W Trakkerze bowiem wypróbowano różnego rodzaju rozwiązania, które są gotowe do seryjnego wprowadzenia w nowych produktach. Szczegóły w tym zakresie mają oczywiście status „top secret". ■

NIEZNISZCZALNE SILNIKI

Sześć cylindrów, 12.800 centymetrów sześciennych, 900 KM mocy i niewiarygodny moment obrotowy w wysokości 4000 Nm przy zaledwie 1200 obrotach. To dzięki tym imponującym wartościom parametrów silników Cursor 13 pojazdy typu Trakker marki Iveco dominowały na całej trasie 8336 km tegorocznego rajdu Dakar. Bardzo wysokie osiągi silników – prawie podwójna moc w porównaniu z modelami seryjnymi – uzyskano poprzez zmianę charakterystyki turbosprężarki i parametrów ustawienia centralki, przy zachowaniu pozostałych elementów.

CZYTELNICY NAGRADZAJĄ MODELE FIATA

Uznanie w oczach czytelników pism motoryzacyjnych i portali Internetowych znalazło kilka modeli Fiata. W plebiscycie „Auto Lider 2011", zorganizowanym przez tygodnik „Motor" i magazyn „Auto Moto", Fiat Ducato zwyciężył jako najlepiej sprzedający się samochód dostawczy w Polsce. Produkowana w Zakładzie Tychy FAP Lancia Ypsilon podbija natomiast serca kobiet. Jury konkursu magazynu „Twój Styl" w wyniku testów 24 samochodów uznało nową Lancię Ypsilon za „Najlepszy Samochód Miejski 2011". Model nagrodzili także Internauci portalu Onet. pl, którzy przyznali mu tytuły „Najlepszy samochód 2011" oraz najlepszy „Samochód do miasta". Najmniejsza Lancia swoje zwycięstwo zawdzięcza m.in. nietuzinkowej „urodzie" oraz temu, że oferuje luksus, elegancję, nowoczesną technologię i ekologiczną moc wydajnych silników. Kolejnym ważnym laurem czytelników portalu Onet dla samochodu wywodzącego się z Grupy Fiat jest tytuł idealnego auta „Dla kochających przygodę", którą bezapelacyjnie zdobył Jeep Wrangler. Czytelnicy Motoru i Auto Moto, poza samochodami Fiata, docenili także produkowany w Fiat Powertrain Technologies Poland w Bielsku-Białej silnik spalinowy TwinAir, o pojemności 0,9 litra, któremu przyznali tytuł „Auto Lider 2011" w kategorii najlepsza „Innowacja Techniczna".

Nagrodę magazynu „Twój Styl" dla „Najlepszego Samochodu Miejskiego 2011" odebrał z rąk redaktora naczelnego magazynu Jacka Szmidta i redaktor Agnieszki Litorowicz-Siegert, dyrektor marki Lancia i Jeep w Polsce, Sławomir Szałkowski.

AUTOSTRADĄ DO WŁOCH

Na rynku prasowym ukazało się nowe pismo motoryzacyjne „Autostrada". Publikacja jest swego rodzaju zaproszeniem do świata włoskiej motoryzacji, która od zawsze kojarzyła się fanom motoryzacji z urzekającymi autami o niezwykle urodzie. Teraz znani dziennikarze, m.in. Włodzimierz Zientarski (redaktor naczelny), Piotr R. Frankowski, Marek Zaborowski i inni, zwracają także uwagę czytelnikom, że wbrew utartym stereotypom włoskie samochody, poza wyrafinowaną, piękną stylistyką, są także perfekcyjnie budowane. O tym wszystkim można przeczytać w magazynie Autostrada, który od lutego jest już dostępny w kioskach na terenie całego kraju. Prenumeratę dwumiesięcznika można nabyć także w Internecie pod adresem: www.autostrada-online.pl

WYSOKOPRĘŻNE SILNIKI FIATA DLA INDYJSKIEGO MARUTI SUZUKI

Fiat i Suzuki podpisały porozumienie na dostawę silników Fiat 1.3L MultiJet o mocy 75 KM, produkowanych przez joint-venture Fiata i Tata Motors. Począwszy od stycznia 2012 roku, przez okres trzech kolejnych lat, FIAL dostarczać będzie rocznie do 100.000 jednostek 1.3 MultiJet SDE, które montowane będą w autach marki Suzuki. Produkcję 75-konnych silników 1.3 MultiJet rozpoczęto w styczniu br. w zakładzie Ranjangaon w stanie Maharashtra.

FIAT W GRONIE NAJBARDZIEJ **POŻĄDANYCH MAREK ŚWIATA**

W opiniach konsumentów marka Fiat odnotowała jeden z największych wzrostów pod względem chęci posiadania. Tak wynika z najnowszego rankingu „Brand Desire 2012", opublikowanego przez należącą do M&C Saatchi firmę konsultingową Clear. Doroczny ranking analityków firmy Clear został oparty na badaniu, które obejmowało 555 globalnych marek, a udział w nim wzięło ponad 22 tys. konsumentów z 6 państw na 4 kontynentach. Respondenci usłyszeli m.in. takie pytania jak: „Czy jest to marka, w przypadku której jesteś dumny, że jesteś z nią kojarzony" oraz „Czy jest to marka, której pożądasz?".
Po przeanalizowaniu odpowiedzi wynika, że: Fiat znalazł się w pierwszej piątce największych triumfatorów w 2012 roku, zyskując aż 10% w oczach konsumentów na całym świecie w porównaniu do zestawienia z 2011 roku.

NOWY SAMOCHÓD **KOMPAKTOWY DODGE DART**

Nowy Dodge Dart 2013 jest pierwszym pojazdem Chrysler Group zbudowanym w oparciu o architekturę Fiat Group, który łącząc skrzynię biegów DNA Alfy Romeo z oszczędnymi jednostkami napędowymi i typową dla marki Dodge pasją sportową, na nowo definiuje pojęcie osiągów na drodze. Jego produkcja w amerykańskim zakładzie Chrysler Group Belvidere Assembly Plant (Belvidere, stan Illinois) rozpocznie się w drugim kwartale 2012 r.

NOWY DAILY: TERAZ DOSTĘPNY W SPRZEDAŻY **Z DWOMA NOWYMI SILNIKAMI**

Iveco znowu poszerza gamę nowego Daily. Teraz model będzie oferowany także w nowej wersji z silnikiem Euro 5 o pojemności 2,3 litra i mocy 146 KM oraz z 3 l silnikiem o mocy 146 KM, spełniającym rygorystyczną normą czystości spalin EEV. Połączenie zalet oferowanych przez nowy silnik o pojemności 2,3 litra i mocy 146 KM oraz nowej 6-biegowej skrzyni biegów oraz funkcji Start i Stop na trasach o mieszanym profilu sprawia, że nowy Daily może zaoszczędzić nawet do 10% paliwa. Oszczędności w zużyciu paliwa są jeszcze większe w cyklu miejskim, gdzie korzyści płynące z funkcji Start i Stop oraz wskaźnika biegów z sugestią optymalnego wyboru są większe.
Nowy Daily Iveco w trzy miesiące po wprowadzeniu zdobył już trzy nagrody. W Chorwacji „Nagrodę dla najlepszego pojazdu użytkowego" w kategorii „pojazdów lekkich"; w Niemczech „Europejską nagrodę za zrównoważony rozwój w transporcie", a w Hiszpanii „Europejską Nagrodę Transportową" za innowacyjność.

DEBIUT JEEPA **CHEROKEE OVERLAND**

Najbardziej ekskluzywny z dotychczasowych modeli Jeep Cherokee ma reflektory przednie w kolorze „black”, 20-calowe obręcze ze stopu, skórzaną tapicerkę, system audio Infinity o mocy 368 Watt i dziewięć głośników. Tak prezentują się elementy wyposażenia wersji Overland, która występuje obok wersji Sport i Limited i dostępna jest z dynamicznym silnikiem 2,8 litra turbodiesel common-rail o mocy 200 KM w połączeniu z automatyczną skrzynią biegów.

CNH POLSKA „LIDEREM HR 2012”

Firma CNH Polska znalazła się w gronie laureatów, najlepszych pracodawców w Polsce otrzymując tytuł „Odpowiedzialnego Pracodawcy – Lidera HR 2012” przyznany przez Dziennik Gazetę Prawną. Kryterium, jakim kierowano się przy wyborze laureatów, to przede wszystkim wysoka jakość zatrudnienia, w skład której wchodzą m.in. takie czynniki jak: przestrzeganie prawa pracy, przestrzeganie przepisów BHP, możliwość podnoszenia kwalifikacji pracowników, system motywacyjny, reputacja firmy oraz dynamika zatrudnienia.

DZIEWIĘĆ POLSKICH ZAŁÓG **W XV RALLYE MONTE-CARLO HISTORIQUE**

W Rallye Monte-Carlo Historique mogą startować modele samochodów, które brały udział w klasycznym Rajdzie Monte Carlo w latach 1955 – 1980, a więc wyprodukowane do końca grudnia 1979 roku. Samochody zostały podzielone na cztery grupy przy zastosowaniu kryterium „wieku” oraz trzy klasy pod względem pojemności silnika. W rajdzie startowało 9 polskich załóg, w tym w barwach Fiat Auto Poland startowały cztery załogi na Fiatach 125p oraz Alfie Romeo GTV. Zawodnicy wystartowali na trasę rajdu 29 stycznia br. z Placu Teatralnego w Warszawie. Trasa całego rajdu liczyła 3863 kilometry.

„SREBRNY INŻYNIER 2011”

Inż. Antoni Greń, szef jakości w Zakładzie Tychy Fiat Auto Poland, został nagrodzony tytułem Srebrnego Inżyniera 2011 w plebiscycie organizowanym przez Naczelną Organizację Techniczną i redakcję Przeglądu Technicznego. Tytuły Złotego i Srebrnego Inżyniera przyznawany jest od 18 lat.
W plebiscycie tym najbardziej zasłużonych twórców polskiej techniki wybierają czytelnicy Przeglądu Technicznego. Lista wszystkich nagrodzonych od roku 1994 liczy już 221 nazwisk.

ZMIANY PERSONALNE W TEKSID IRON

Po przejściu Ryszarda Klaczaka na emeryturę od 1 stycznia br. odpowiedzialność za personel w Teksid Iron w Skoczowie przejął Wojciech Rojek (34 lata). Nowy szef personelu ukończył Finanse na Akademii Ekonomicznej w Krakowie i Zarządzanie na Uniwersytecie Jagiellońskim.
Po skończeniu studiów przez ponad rok pracował w dziale handlowym jednej ze spółek sektora energetycznego, a wiedzę z obszaru HR zaczął zdobywać od lipca 2005 roku, kiedy został zatrudniony w Teksid Iron Poland. Wojciech Rojek stawia na wzmocnienie roli HR w firmie, także na wykorzystanie w większym stopniu nowoczesnych narzędzi w zarządzaniu i rozwoju pracowników.

IVECO CONSTRUCTION TOUR 2012

Iveco Construction Tour 2012 to obecnie największy test pojazdów oraz maszyn budowlanych w Polsce, który pozwala przetestować pojazdy budowlane Iveco i Iveco Astra, ale również zapoznać się z bogatą ofertą grupy Fiat Industrial (Case New Holand) i Fiat Auto (Jeep). Iveco gwarantuje testy pojazdów budowlanych w najbardziej wymagających warunkach, dzięki czemu właściciele firm budowlanych i kierowcy mogą przetestować niejednokrotnie w wymagającym środowisku ciężarówki i maszyny budowlane.

Anna Lubertowicz -Sztorc
fot. z Archiwum Teatru Sabat

Małgorzata Potocka opowiada nam o swoim teatrze, wielkich miłościach i o krwistoczerwonej Alfie Romeo...

Moja Alfa Romeo *jest jak moje tancerki...*

Jest Pani tancerką, choreografką, producentką spektakli teatralnych, właścicielką teatru Sabat...

Jestem przede wszystkim twórcą spektakli rewiowych i twórcą teatru Sabat. Zaczynałam karierę jako tancerka klasyczna, potem stworzyłam teatr Sabat, którego jestem właścicielką. Przede wszystkim jednak zajmuję się produkcją spektakli rewiowych. Piełam się tak po szczeblach kariery – od tancerki do producentki.

Sabat to chyba jedyny w Polsce teatr rewiowy?

Tak, rewiowo-musicalowy w tej formie chyba jedyny. W takim stylu chyba nie ma żadnego teatru w Polsce. U nas widownia zasiada przy stolikach, może zjeść kolację, po spektaklu zatańczyć, pobawić się. Cały wieczór jest specyficzny – jest to gala, wyjątkowy wieczór, dobre party. Spektakle są dynamiczne, kolorowe, odprężające.

Jeżeli to jedyny taki teatr, to nie ma Pani konkurencji. Trudno więc prowadzić takie przedsięwzięcie?

Prywatny teatr w Polsce jest bardzo trudno prowadzić. Przeszkadzają dwie rzeczy: trochę za bardzo gonimy za biznesem, Warszawa jest miastem typowo biznesowym, a poza tym nigdy nie byliśmy specjalnie zabawowi. W naszej naturze nie ma wspólnego biesiadowania. A taki teatr musi być wytworny więc jest drogi, bo jeden spektakl to

przygotowanie przynajmniej 300 kostiumów doskonałej jakości i efektownych. A poza tym gadżety, pióra, cekiny... I przede wszystkim doskonały balet, profesjonalni wokaliści – to jest siła tego teatru i trzeba to utrzymać. Na przykład artysta frakowy, stylowy to u nas dzisiaj rzadkość i nie każdy może nim być, tego nigdzie nie uczą.

Co najbardziej cieszy szefową teatru?

Każdego z nas cieszy serdeczna publiczność, podziękowania, kwiaty... A mnie także wspaniały mój zespół, doskonały management. Wiem, że mogę na tych ludziach polegać.

Osobiście Pani dogląda wszystkiego?

Tak, nad wszystkim czuwam, nawet nad bukietami do dekoracji teatru i nakryciem stołu, nad menu i wystrojem sali. Jest to przecież teatr autorski.

Te wszystkie drobne elementy składają się na sukces. Niczego nie odpuszczam, jestem profesjonalistką i wszystko musi być dopięte na ostatni guzik. Jestem bezwzględnym dyktatorem. Ale ta praca nie jest dla mnie uciążliwa, ponieważ to moja pasja i miłość...

Czyli ma Pani receptę na sukces...

Sukces to profesjonalizm i podporządkowanie swojej osoby pewnej idei. Jestem obecna na rynku ponad 30 lat i aby tak długo się utrzymać „na fali" trzeba mieć i umieć stworzyć swój własny styl. Na ogół artyści w Polsce mają zaledwie swoje „pięć minut", a ja niebawem będę obchodziła dziesięciolecie swojego teatru...

Mam stałą publiczność, fanów, wielbicieli i to jest dla mnie ważne.

Jaki był zwrotny moment w Pani karierze?

Dla tancerki taki przełomowy moment jest wtedy, kiedy przestaje tańczyć. Ale ja poza tańcem projektuję kostiumy do spektakli, jestem pedagogiem, choreografem i reżyserem rewii. Czyli dalej pracuję w tej branży....

W moim życiu wszystko idzie według mojego planu. Zawsze wiedziałam, że nie mogę być wyłącznie żoną, zajmować się domem. Śmieję się, że pewnie umrę na scenie, bo w dalszym ciągu kocham być na scenie, kocham kostiumy, gadżety i całą tę atmosferę teatru. Tu jest moje miejsce w życiu...

Marzy Pani o jakiejś roli?

Nie. Marzę tylko, by premiera spektaklu, który stworzyłam, odniosła sukces, by publiczność dopisała. A nie jest to proste, bo teraz jest kryzys i pierwsza rzecz, z której ludzie rezygnują, to rozrywka i kultura. Mam nadzieję, że ta sytuacja jest przejściowa. Ale marzy mi się także, aby tę scenę i ten teatr zamienić na większy, z większym rozmachem i by był bardziej zaawansowany technicznie.

Małgorzata Potocka lubi psy. Bez zwierząt nie wyobraża sobie życia

Lubi Pani otaczać się luksusowymi przedmiotami?

Luksus dla mnie to przede wszystkim zwierzęta: 3 pekińczyki: Tunio, Bumio i księżniczka Lily. Te psy są bardzo trudne w utrzymaniu – wymagają wiele czasu, uwagi, miłości. Mam też dwie papugi, z jedną rozmawiam, to moja przyjaciółka. Lubię też starą biżuterię – wszystko, co noszę, to rzeczy po babci i po mamie. Podoba mi się także dobra porcelana oraz stare meble – mają w sobie zawsze jakąś tajemnicę, historię.

A samochody?

Jeżeli zaś chodzi o samochody to od zawsze jeżdżę Alfą Romeo, bo uważam, że są to najbardziej seksowne samochody. Moja Alfa jest moją przyjaciółką, świetnie mnie rozumie. Ja jestem technicznie beznadziejna, potrafię tylko kluczyk przekręcić i dlatego ważne jest dla mnie, by samochód był niezawodny. Nigdy żadna moja Alfa mnie nie zawiodła.

Kocham atmosferę teatru. To moje miejsce w życiu

Kupiła Pani podobno ostatnio nowe auto? Pomagał ktoś Pani w wyborze samochodu?

Nikt mi nie doradza. Mnie bardzo trudno przekonać, mam swoje zdanie... Tak naprawdę na pierwszą Alfę, kilkanaście lat temu, namówił mnie Krzysztof Bołtowicz, właściciel warszawskiego salonu tej marki. To

wyjątkowy człowiek, miły i serdeczny. Dzięki niemu moja miłość do Alfy trwa tak długo.
Teraz mam Giuliettę. Jest piękna, jest taka jak moje rewiowe tancerki: śliczna, seksy, z klasą. I ma cudowne przyspieszenie i tę niezwykłą lekkość w prowadzeniu. Tak, zdecydowanie to moja ulubiona marka. Poprzednio miałam Alfę 147. Lubię nieduże samochody, bo kiepsko parkuję.

A kolor Giulietty?

Czerwony oczywiście. Uwielbiam czerwony kolor, a Alfa ma przepiękną czerwień, taką krwistą.

Jakieś przygody motoryzacyjne Pani miała?

Staram się nie mieć przygód motoryzacyjnych. Głównie mam spotkania ze strażą miejską i policją – oni nie bardzo rozumieją, co to znaczy „kurtyna w górę", a tu korek, brak miejsca do parkowania. Czasem trzeba nieco naruszyć przepisy.

Lubi Pani podróżować?

Jak już gdzieś jadę, lubię odpoczywać. Nie jestem osobą, która z plecakiem przemierza świat. Fantastycznie odpoczywam w naprawdę dobrym SPA, nad ciepłym morzem i w słońcu. Poza tym mój mąż ma dom na wsi, nad jeziorem i tam jeżdżę jak tylko mam czas. Kocham również nieprzytomnie Włochy, bardziej jestem Włoszką niż Polką, do Włoch jeżdżę regularnie, mam tam dużo przyjaciół. Jak chcę naprawdę dobrze wypocząć, to jadę do Włoch. Ale moje pekińczyki nie lubią podróżować, męczą się.

Poniżej: Małgorzata Potocka z mężem, aktorem Janem Nowickim

A miasto, w którym mieszka mąż, Kraków, często Pani odwiedza?

To nie jest tak, że musimy być bez przerwy razem – każdy z nas ma swój rytm życia. Ale Kraków często odwiedzam. To miasto jest dla mnie trochę takim uzdrowiskiem, życie płynie niespiesz-

nie, w kawiarniach i restauracjach spotyka się wielu znajomych... Warszawa jest zupełnie inna, tutaj pracuje się od rana do wieczora i robi biznesy. I zawsze trzeba się spieszyć. Tu nie ma miejsc, gdzie rano można celebrować kawę w gronie przyjaciół.

Pani jest romantyczką? Teatr trzyma Pani twardą ręką, ale z drugiej strony wielka miłość...

Ja myślę, że nie straciłam takiej radości życia charakterystycznej dla młodego wieku, kocham życie, nie rozumiem i nie lubię przemijania i tak samo teraz mogę iść na randkę jak wtedy, gdy miałam 18 lat. Tak, jestem romantyczna, dziewczęca, nie wypaliłam się i nie ma takiej siły, która by mnie powstrzymała przed realizacją planów, które sobie założyłam. I mam w sobie niezależność, której nigdy nie zabrał mi żaden mąż...

To ile tych mężów było?

Ile mężów miałam? Już nie pamiętam... (śmiech). Zawsze mówi się o tym ostatnim, jedynym. I niech tak zostanie...

Wstaje Pani rano i o czym myśli?

O niczym. Wstaję i jem śniadanie z moimi zwierzakami, celebruję je, trwa często ponad godzinę. Nie umawiam się wcześniej niż o 12 w południe. Potem dzwoni menedżerka i przypomina mi o spotkaniach. Spędzam dużo czasu w teatrze i w domu – ja i mąż nie lubimy bywać na galach, imprezach itp. Żyję dosyć cnotliwie, a przyjaciół zapraszam do siebie do teatru.

Od zawsze jeżdżę Alfą Romeo, bo uważam, że są to najbardziej seksowne samochody

Popularność jest przyjemna?

Ja nie jestem aż tak popularna, aby mi to przeszkadzało, bym musiała się przed nią opędzać. To, że jestem rozpoznawana jest miłe.

Napisze Pani wspomnienia?

Na pewno napiszę, bo moje życie jest wyjątkowe: od epizodu z biznesem, po moje bardzo liczne podróże i przygody na świecie. Przeżyłam – na przykład – porwanie terrorystyczne i zamach wojskowy. No i pewnie warte opisania są moje miłości: zarówno do mężów, jak moich artystów i do zwierząt.

Zwierzęta też Pani kocha...

Nie wyobrażam sobie swojego życia bez zwierząt – to niesamowite doznania, wypełniają moje życie. Odkąd pamiętam w naszym domu były zawsze pekińczyki. Moja mama przyjaźniła się z Mieczysławą Ćwiklińską i ona miała psy tej właśnie rasy.

To dobrze, że mąż nie ma uczulenia na pekińczyki...

Ma uczulenie, nie lubi ich, ale toleruje, nie ma wyjścia.

Jak walczy Pani ze stresem?

Ja cudownie relaksuję się w SPA, ale także w domu, gdzie zamykam się z moimi zwierzętami, projektuję kostiumy, pracuję nad spektaklem.

Plany na najbliższą przyszłość?

Niebawem, 26 kwietnia, premiera nowego spektaklu: Europe Football Show. Serdecznie zapraszam. ■

PERSONALIA

Małgorzata **Potocka**

Polska tancerka, reżyser, choreograf i pedagog baletu. Twórca teatru kabaretowo-rewiowego „Sabat" przy ul. Foksal 16 w Warszawie. Autorka spektakli rewiowych, estradowych i telewizyjnych. „Sabat" wystąpił między innymi w Wiedniu, Berlinie, Nowym Jorku, Las Vegas, Londynie, Bangkoku, Rzymie, Sztokholmie. W 1985 roku wraz z nim oraz członkami grupy Sabat była jednym z zakładników porwanego przez palestyńskich terrorystów statku MS „Achille Lauro". Absolwentka Warszawskiej Szkoły Baletowej. W latach 70. stworzyła zespół „Naya-Naya", późniejsza nazwa to zespół baletowy „Sabat". Małgorzata Potocka została odznaczona Złotym Krzyżem Zasługi za propagowanie polskiej kultury w świecie. Trzykrotnie zamężna. W maju 2009 roku wyszła za mąż za aktora Jana Nowickiego. Ślub odbył się w rodzinnej miejscowości aktora, Kowalu koło Włocławka na Kujawach.

Efekt Puzzla

Tekst: Marcin Matuzik, fot: Fotolia

Dziś w epoce Internetu i telefonii komórkowej, w której każdy – poprzez wyszukiwarkę Google – ma dostęp do wielkiego wirtualnego zasobu danych, Efekt Puzzla nabiera zupełnie innego znaczenia. Na forach internetowych, blogach, a w szczególności w portalach społecznościowych, zostawiamy w sposób niezamierzony, wiele informacji o sobie bez świadomości konsekwencji, jakie mogą nastąpić.

ZDEMASKOWANI W SIECI

Na początku lipca 2009 roku media doniosły o zdemaskowaniu wizerunku i możliwości zidentyfikowania danych o rodzinie szefa brytyjskiego wywiadu MI5 Johna Sawersa, bowiem jego żona zamieściła kilkadziesiąt rodzinnych zdjęć na portalu społecznościowym Facebook. A brytyjska gazeta „Mail on Sunday" przedrukowała je i skomentowała. Zdaniem tygodnika ujawnienie, gdzie polityk spędza wakacje, z kim się przyjaźni, ile ma dzieci, kim są jego rodzice i gdzie mieszka, mogło zagrozić jego osobistemu bezpieczeństwu. Lady Shelley Sawers zamieściła na Facebooku 19 zdjęć z ostatnich rodzinnych wakacji w zachodniej Anglii. Następnego dnia uzupełniła je, dodając 26 dalszych, w tym zdjęcia z krewnymi i przyjaciółmi. Ponadto przyjaciele i znajomi lady Sawers wykorzystali jej strony na Facebooku, by pogratulować nominacji męża. Jeden z krewnych napisał żartobliwie, że swego wuja będzie musiał teraz tytułować „C", co jest powszechnie stosowanym kryptonimem szefa wywiadu.

Zdjęcia usunięto z portalu Facebook, ale gazeta przedrukowała je na dwóch kolumnach. Lady Sawers nie zabezpieczyła bowiem swoich stron na portalu, za pośrednictwem których utrzymuje kontakt ze znajomymi.

Na wiosnę 2008 r. podobną naiwnością wykazali się polscy agenci. Oficerowie Służby Kontrwywiadu Wojskowego postanowili pochwalić się swoimi

Pojęcie Efektu Puzzla powstało w epoce przedinternetowej. Definicja ta, zawarta w kodeksie etyki BBC, zaleca, by unikać przypadków, w których może pojawić się „efekt puzzla", czyli sytuacja pozwalająca z cząstkowych informacji podawanych przez media, zwłaszcza na temat ofiar przestępstw seksualnych, ułożyć obraz pozwalający na zidentyfikowanie ofiary.

wyczynami na Naszej Klasie, gdzie zamieścili zdjęcia z akcji prowadzonych w Afganistanie. Większość odbiorców potraktowała te zdarzenia z rozbawieniem zmieszanym z dezaprobatą. Reakcja opozycji i rządu była podobna, minister obrony narodowej wszczął postępowanie dyscyplinarne przeciw oficerom, a Zbigniew Wasermann domagał się wyrzucenia ich ze służby.

Wrażenie anonimowości w sieci może okazać się złudne

Skojarzenie wielu danych np. numerów IP i godzin pojawiania się wpisów na blogu pozwoliło w 2006 roku zdemaskować internautom blog pisany przez Laurę i Jima. Podróżująca po USA para zatrzymywała się na noc na parkingach przy sklepach Wallmart ze względu na możliwość darmowego parkowania w nocy samochodu kempingowego. Blog słynnej pary okazał się wymysłem agencji PR pracującej dla tej sieci sklepów. Czujnym internautom wydało się podejrzane entuzjastyczne pisanie o promocjach i dialogach z pracownikami na temat pakietów socjalnych.

WIEDZIEĆ, CZEGO SZUKAĆ

Z puzzli udało mi się ułożyć portret łódzkiej wróżki. W serwisie aukcyjnym Allegro podaje ona bowiem niemal wszystkie dane na swój temat, łącznie z numerem Gadu-Gadu i numerem konta bankowego. Wróżkę Bernadettę łatwo znaleźć też na kilku stronach WWW, gdzie reklamuje swoje usługi oraz w serwisie Nasza-Klasa, z którego można się dowiedzieć, jakie ma nazwisko, ile lat i jakie szkoły kończyła.

Stosowanie przez internautów takich samych nicków na różnych forach pozwala z dużym prawdopodobieństwem dowiedzieć się więcej o danym użytkowniku. Na przykład kibic Wisły Kraków

Stosowanie przez internautów takich samych nicków na różnych forach pozwala dowiedzieć się więcej o danym użytkowniku

o nicku Alojz (nick zmieniono) umieszczający swoje wpisy na forum strony www.wislakrakow.com, najprawdopodobniej interesuje się też poezją i fotografią, bo użytkownik o tym samym nicku jest też częstym gościem portali poświęconych tej tematyce. Choć oczywiście nie można wykluczyć, że taki sam pseudonim nosi kilka innych osób. Fred – inny kibic, to także student matematyki AGH. Użytkownik Kowalski76 z forum Renault występuje też na forum Citroëna, czy to ta sama osoba, czy nick używany przez kilka osób?

ciach z przysięgi znajdujemy twarze jego znajomych z Naszej Klasy. I tak znamy część składu plutonu, w którym służył. W portalu Golden Line znajdujemy jego profil zawodowy, a dzięki nickowi poznanemu na Naszej Klasie znajdujemy jego aukcje na Allegro i numer konta. Numer Gadu Gadu podany w Naszej Klasie pozwala nam też ustalić, że XY odmłodził się o 2 lata. Potwierdza to fakt, że zapisał się do starszych klas w Naszej Klasie niż powinien. Przypadek sprawia, że znajdujemy w Naszej-Klasie zdjęcie klasowe córki XY, której wizerunek chronił i nie pozwalał publikować w Internecie, ale o zgodę na opublikowanie zbiorowego zdjęcia nikt go nie pytał. Na zdjęciu w profilu jego kolegi znajdujemy XY opartego o swój samochód. Na drzwiach nazwa i adres firmy. XY prowadzi warsztat koło domu. Wiemy zatem, gdzie mieszka. No i wiemy, że od liceum ko-

Poszukiwanie danych o kimś w Internecie, komu wydaje się, że zachował całkowitą prywatność, nie jest wcale trudne

Poszukiwanie danych o kimś w Internecie, komu wydaje się, że zachował całkowitą prywatność, może wyglądać następująco: Użytkownik Naszej Klasy XY publikuje na swoim koncie zdjęcie z rodziną, przed domem. Na innym zdjęciu widać jego fotografię w mundurze, podczas służby wojskowej. Niechętnie wspomina ten epizod. Z nieznanych względów nie chce pochwalić się kolegom, gdzie służył. Jednak na jego ramieniu widać naszywkę jednostki. Poszukiwania w serwisie aukcyjnym hasła „naszywka + wojsko" pozwala znaleźć właściwy wzór i już wiemy, że służył w Koszalinie. Na zdję-

cha samochody pewnej marki – tu się nie zmienił. Początki korzystania z Efektu Puzzla w Polsce były bardziej niewinne. Na początku wieku właściciel Daewoo Matiza zdumiony dowiedział się, że firma nie naprawi sprzęgła w jego aucie w ramach gwarancji. Musiał zapłacić za naprawę auta, bo chwalił się na jednym z forów dla posiadaczy marki, że holował przyczepę cięższą niż pozwała na to instrukcja.

Niefrasobliwe umieszczanie informacji i zdjęć w Internecie może prowadzić do tego, że osoby mające złe intencje mogą zdobyć o nas dane, których nie chcieliśmy ujawnić. Nie trzeba podawać adresu w sieci, skoro na zdjęciu na Naszej Klasie rozpoznajemy widok z naszego okna, biurowiec, w którym pracujemy, tablicę rejestracyjną samochodu z adresem dealera, u którego został kupiony. Dla złodzieja atrakcyjne okazuje się również to, czym chcemy się pochwalić, ponieważ takie zdjęcia widnieją w portalu społecznościowym.

Zdobywaniu danych, a nawet budowaniu dużych baz sprzyja także możliwość kreowania na portalach społecznościowych fikcyjnych profili, np. „wszystkich Agnieszek", „miłośników gier w telefonach".

W SŁUŻBIE POLICJI

Efekt Puzzla służy często policji. Dzięki numerowi IP, z którego na strony programu telewizyjnego 997 wchodził jeden z przestępców, ustalono miejsce jego pobytu. Efekt Puzzla nie dotyczy tylko Internetu. Można go wykorzystać we wszystkich dziedzinach, w których króluje elektronika i technika cyfrowa. Skojarzenie danych stacji nadawczej telefonii komórkowej i zapisu z monitoringu miasta pozwoliło na przykład na ujęcie autora fałszywego alarmu bombowego w warszawskim metrze w 2005 roku, choć korzystał on z niezarejestrowanej karty SIM. Fakt, że sprawca kupił ją chwilę przed użyciem w monitorowanym przez kamerę kiosku spowodował, że został namierzony tego samego dnia.

„Często porównujemy godziny logowania się telefonów do stacji nadawczych z zeznaniami podejrzanych i świadków. W ten sposób weryfiku-

Niefrasobliwe umieszczanie zdjęć w Internecie może prowadzić do tego, że ktoś zdobędzie o nas informacje

jemy, czy mówią prawdę na temat miejsca swojego pobytu w danym czasie. Technika ta jest też nieoceniona do określania trasy przemieszczania się osoby, którą się interesujemy" – powiedział nam jeden z krakowskich ekspertów kryminalnych. Analiza bilingów, godzin i miejsc wysyłania e-maili oraz czasu zmian na twardych dyskach kilku komputerów, wraz z nieudaną próbą wyczyszczenia jednego z nich, były podstawą wniosków komisji dotyczącej afery Rywina.

CZUJNI PRACODAWCY

Coraz częściej weryfikację danych w Internecie prowadzą także pracodawcy. „Oprócz standardowego sprawdzania referencji badamy też informacje, jakie można znaleźć w Internecie, np. przez wspomniane serwisy społecznościowe. Muszę jednak przyznać, że to źródło jest raczej uzupełnieniem czy potwierdzeniem wcześniej zebranych informacji" – powiedział Piotr Sedlak z firmy rekruta-

Prof. dr hab. Zbigniew Nęcki
Uniwersytet Jagielloński

PSYCHOLOGIA INTERNETU

Błyskawiczny i triumfalny pochód Internetu od jego początków w latach sześćdziesiątych XX wieku do czasów obecnych, a więc przez 50 lat, pokazał jak wartościowe społecznie wynalazki potrafią się upowszechnić. Z narzędzia ukrytej wymiany informacji (wojskowej) awansował w kierunku niemal najważniejszego środka kształtującego podstawy społecznej świadomości. Jego popularność jest faktem bezspornym, większość nas to mniej lub bardziej systematyczni użytkownicy Internetu. Jednak jego psychologiczne znaczenie, funkcje i skutki nie są tak jednoznaczne – podziw dla przekazu wiedzy i informacji może być nieco zakłócony gdy sprawdzimy, jaka to wiedza i informacja. Wśród wielu wartościowych wiadomości pojawia się ogromna ilość „śmieci" o bardzo wątpliwym charakterze. Podobnie uznanie dla szybkości i zakresu komunikacji między użytkownikami Internetu, a jest to jedna z głównych funkcji Internetu, łączy się z wieloma wątpliwościami, co do jakości i charakteru tych kontaktów. I kolejny dylemat to biznesowa funkcja Internetu. Z jednej strony to handel, promocja, reklama itd., które tworzą korzystne warunki współpracy i usprawnienia w realnym działaniu ekonomicznym, w tym w produkcji, dystrybucji i użytkowaniu samochodów. Ale z drugiej strony treści nieprawdziwe, obłudne, maski, maskarady, fałsze, piractwo i krętactwa są codziennością życia sieciowego. Ostatni konflikt społeczny związany z paktem ACTA jest jednym z wyrazów tego dylematu. Doszło niemalże do rewolucji! Gdzie są umiejscowione granice wolności wykorzystania sieci, a gdzie prawa i granice własności? Intelektualne, społeczne, ekonomiczne i estetyczne wartości zawarte w zasobach Internetu podlegają ochronie prawnej, ale jakże trudno uzgodnić to, kiedy można, a kiedy nie można w sposób względnie swobodny z tych zasobów korzystać. Ogólne wzbogacenie środowiska życia człowieka i wartościowe impulsy psychologiczne sprzyjające rozwojowi intelektualnemu i społecznemu użytkowników to jedna strona. Jednak nieprzystosowanie społeczne i uzależnienie emocjonalne od Internetu, inwestowanie wielkich ilości czasu i ucieczka od „realności" ku wyobrażonym światom to druga strona. Róża Internetu – jak zwykle – ma swoje kolce. Bezkrytyczny zachwyt dla internetowej formy społecznego życia mamy chyba już za sobą. Choć zapewne zagorzałych zwolenników, takich jak Marshal McLuhan – intelektualny kapłan ery elektroniki i pogromca kultury druku papierowego – jest wielu. Podobnie jak są zwolennicy informatyzacji wszystkiego i wszędzie, łącznie z kulturą. Jak głosi McLuhan, era Gutenberga jest już za nami, z nią druk i drukowane materiały, książka, gazeta itd... Oczywiście, jest to kolejny dylemat związany z Internetem – eliminacja czytelnictwa czy też popularyzacja literatury? Podobnie jak nieco bardziej psychologiczny aspekt specyficznego dla Internetu sposobu przekazu. W „epoce Gutenberga" wydarzenia miały swój początek, rozwinięcie, połączenia i zakończenie, logika wydarzeń była do wykrycia. Internet daje obraz chaotycznego natłoku zdarzeń bez wyraźnego początku, rozwinięcia i zakończenia. Nakładanie się warstw reklamy i śledzonego wątku, równoczesne prowadzenie blogów, oglądanie filmu i słuchanie muzyki z przerwami na wysyłanie maili oraz zaskakujące połączenia udzielają się użytkownikom Internetu, w wyniku czego ich psychika staje się „internetowa" – liniowa struktura świata zmienia się w sieć, gdzie wszystko łączy się z wszystkim. Wystarczy kliknąć, by przenieść się w całkowicie odległe konteksty, z wątków

Portale społecznościowe, a także fora dyskusyjne są coraz częściej monitorowane przez pracodawców

cyjnej Sedlak&Sedlak. „Często szukamy kandydatów przeglądając globalną sieć, w tym portale dla profesjonalistów, bez zamieszczania ogłoszenia" – dodaje Joanna Kotzian z firmy doradztwa personalnego HRK.

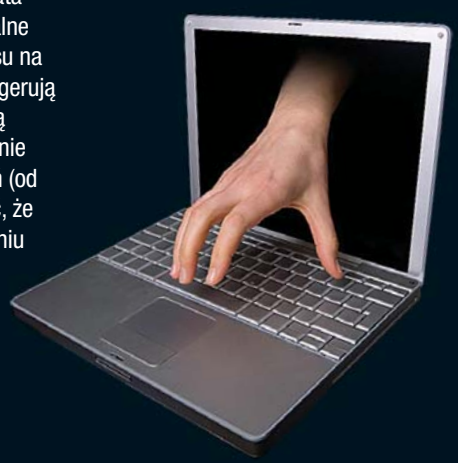
Portale społecznościowe, a także fora dyskusyjne są także coraz częściej monitorowane przez pracodawców, by wyeliminować informacje niezgodne z polityką informacyjną firmy, które są tam zamieszczane przez pracowników. Tym bardziej że pracownicy publikują tam niejednokrotnie swoje opinie prywatne, podpisane nie tylko imieniem i nazwiskiem, lecz także nazwą pracodawcy.

Wrażenie anonimowości w sieci może być złudne nawet dla bardzo zabiegających o nią. Numery IP, bilingi telefonów, stacje bazowe telefonii komórkowej, transakcje z kart kredytowych, monitoring miejski skutecznie przeszkadzają w ukryciu tożsamości, szczególnie, gdy dane z nich są kojarzone ze sobą. ■

kosmicznych do erotycznych jest bardzo blisko, w podzielonym ekranie może współistnieć wiele wątków, bodźców, smaków. Stąd atrakcja Internetu, a równocześnie zagrożenie uzależnieniem, chaosem, zatonięciem. Zmiana myślenia z przyczynowo – skutkowego na chaos węzłów wielowymiarowej teraźniejszości to cecha myślenia pokolenia internetowego.

Wątki psychologiczne Internetu są liczne. Jeden z częściej dyskutowanych to uzależnienie psychiczne, przejawiające się preferowaniem surfowania w świecie wirtualnym ponad działania w świecie realnym. Zwłaszcza w odniesieniu do kontaktów społecznych – czy znajomości i przyjaźnie wirtualne nie przeszkadzają znajomościom w świecie realnym? – sporo danych za tym przemawia, choć nie bardzo wiadomo, co jest przyczyną, a co skutkiem. Może osoby mające trudności w budowaniu kontaktów realnych „uciekają" do świata kontaktów wirtualnych? A może wirtualne przyjaźnie powodują ograniczenia czasu na przyjaźnie realne? – dane naukowe sugerują ostrożność w tak prostych regułach. Są sytuacje obu rodzajów – jednak podobnie jak w odniesieniu do innych uzależnień (od hazardu, alkoholu itd.) trzeba pamiętać, że rozsądek nakazuje umiar w angażowaniu się w internetowe środowiska.

Podobnie jak cyber – seks jest zjawiskiem równie normalnym jak miłość do aktorów i aktorek filmowych, ale w psychice niektórych osób prowadzi do wielkich spustoszeń, do eliminacji seksualności realnej. To właśnie kolejny dyskusyjny nurt Internetu – popularność stron pornograficznych – około 80% zdjęć w Internecie ma charakter pornograficzny (Wallace P., Psychologia Internetu", str. 209). Potwierdza się teza Freuda o dużej roli popędu seksualnego w kształtowaniu zachowań ludzi, ale jednak człowiek ma także normy i reguły postępowania mające seksualność uporządkować zgodnie z zasadami kultury społecznej. Erotomania to problem, erotyka – nie. Wszyscy zgadzamy się z zakazem popularyzacji gwałtu i przemocy seksualnej, a także zakazem popularyzacji ideologii zawierających tego rodzaju przekazy. Jednak wskazanie granicy między aktem artystycznym a ujęciem pornograficznym dalej nie jest sprecyzowane. Podobnie jak ujęcie Internetu jako tzw. złodzieja czasu – ile godzin dziennie czy tygodniowo to norma, a ile będzie już stratą wynikająca z nadmiernego „uinternetowienia" życia? Sposoby korzystania zależą w bardzo dużym stopniu od środowiska użytkowników i od ich wieku. Przeciętny czas korzystania z komputera, w tym Internetu wynosi około 10-15 godzin tygodniowo (Czapiński J., 2012, Diagnoza społeczna, s. 315). Ale jak? – powszechność dostępu do Internetu sugeruje masowość. Z Internetu korzysta prawie 60% Polaków, wśród młodszych jest to więcej, wśród starszych (powyżej 60 lat) mniej. Również podział na mieszkańców wsi i miast przestaje mieć znaczenie – upowszechnienie Internetu na wsi przebiega bardzo sprawnie. Mówiąc z pewną przesadą dostrzega się fascynujące zjawisko: przenosimy swe życie do Internetu. Tam znajdujemy rozrywkę, wiadomości, modele postępowania, prowadzimy dyskusje o rzeczywistości społecznej i każdej innej. Internet wymaga uważności i rozsądku, by nas nie wchłonął! A więc popatrzmy na siebie przyjaźnie – większość z nas spotyka się na rozmaite sposoby w Internecie. Ale życie toczy się w świecie realnym. I tak ma być!



M. McLuhan, kanadyjski medioznawcza, autor serii kontrowersyjnych publikacji nt. współczesnej kultury, np. Galaktyka Gutenberga głosi rychły koniec epoki druku.

Fiat Freemont *w towarzystwie gwiazd*

Biuro Prasowe FAP

W ostatni weekend stycznia w Zakopanem odbyły się zawody The North Face Polish Freeskiing Open 2012 powered by Fiat. Po raz czwarty z rzędu oficjalnym sponsorem imprezy był Fiat.

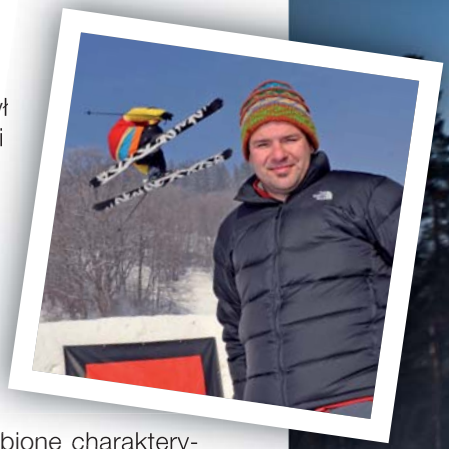
Na stoku Harenda w Zakopanem przez dwa dni trwała rywalizacja w ramach zawodów The North Face Polish Freeskiing Open 2012 powered by Fiat. Przy mroźniej i słonecznej pogodzie zgromadzeni na stoku kibice podziwiali umiejętności 50 zawodników z 8 krajów. Na zaproszenie Fiat Auto Poland, oficjalnego sponsora imprezy, do stolicy polskich Tatr przybyli też goście, m.in. aktor Tomasz Karolak, Piotr Kupicha, wokalista popularnego zespołu Feel oraz zawodowy Mistrz Świata organizacji WBC w boksie Krzysztof „Diablo" Włodarczyk.

Na tę największą freeskiingową imprezę w Polsce przygotowano specjalny snowpark, dzięki czemu 50 startujących zawodników z 8 krajów mogło w pełni zaprezentować swoje umiejętności. Dopisali też zgromadzeni na stoku kibice, którzy stworzyli świetną atmosferę. Mistrzem Polski we Freeskiingu po raz czwarty z rzędu został Szczepan

Karpiel-Bułecka Polak był także drugi w konkurencji Big Air, w której zwyciężył Szwajcar Rico Schuler. Wśród kobiet triumfowała „juniorka", 9-letnia Estonka Kelly Sildaru.

Do dyspozycji organizatorów Mistrzostw Polski oraz zaproszonych gości były samochody Fiat Freemont. Auta przyozdobione charakterystycznym pasami z motywem amerykańskiej flagi jednoznacznie sugerowały północnoamerykańskie pochodzenie Fiata Freemont, a włoska flaga przyklejona na szybie samochodu podkreślała włoskie cechy samochodu, jak nowoczesne wzornictwo wnętrza wykonanego z typowo włoskich dobrym smakiem i dbałością o szczegóły oraz nowoczesne jednostki napędowe Common Rail II-generacji, opracowane i produkowane na Półwyspie Apenińskim. Fiat Freemont, to pierwszym model Fiata, który zrodził się w wyniku współpracy włoskiego koncernu z Chrysler Group. Nazwa Freemont ma przywoływać na myśl poczucie wolności i swobody. Fiat Freemont z powodzeniem łączy wszechstronność aranżacji wnętrza i prawdziwą funkcjonalność z oryginalnym i wyróżniającym się stylem, a dzięki swym wymiarom (długość 489 cm, szerokość 188 cm, wysokość 169 cm) oraz potężnemu rozstawowi osi (289 cm) – samochód ten dysponuje niezwykle obszernym wnętrzem, w którym wygodnie może podróżować nawet 7 osób.

Aktualna oferta wyposażenia Fiata Freemont jest najbogatsza w segmencie. To 7-osobowe auto może być wyposażone w napęd na cztery koła AWD (All Wheel Drive) i automatyczną skrzynię biegów. Uzyskanych niedawno pięć gwiazdek Euro NCAP najlepiej oddaje zaangażowanie Fiata w tworzenie auta plasującego się na szczycie pod względem bezpieczeństwa. Nowy Fiat Freemont AWD, to wersja z napędem na cztery koła z jednostkami napędowymi 2.0 Multijet II o mocy 170 KM lub 3.6 benzyna V6 o mocy 280 KM. Obie wersje wyposażono w sześciobiegową, automatyczną skrzynię biegów. Jest to system o wysokim stopniu zaawansowania technicznego, całkowicie zautomatyzowany. ■



Na zdjęciach od góry: Tomasz Karolak, Krzysztof „Diablo" Włodarczyk oraz Staszek Karpiel -Bułecka

Joanna Lasek

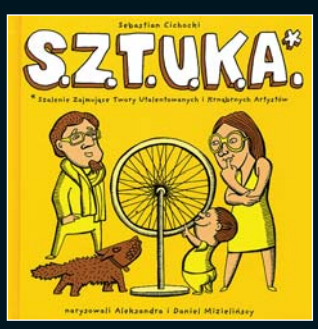
Uczta dla oka *i intelektu*

Dni są coraz dłuższe, ale pogoda nie zachęca jeszcze do spędzania czasu na świeżym powietrzu. Okres ten możemy więc spokojnie wykorzystać na obejrzenie dobrego filmu. Obraz Davida Lyncha „**Mullholand Drive**" to skok na głęboką wodę, od tego bowiem momentu zaczyna się coraz intensywniejsza podróż reżysera w obszary oniryczne. „Mullholand" ogląda się z zapartym tchem. To prawdziwa uczta dla oka i ucha (Lynch jest słynny z pieczołowitości, z jaką dobiera ścieżkę dźwiękową), a słoneczne Los Angeles pozwoli choć na chwilę zapomnieć o niskich temperaturach. Historia dwóch kobiet (choć czasem nie wiadomo do końca, ile ich naprawdę jest), które próbują zrobić karierę w show biznesie, a którym przydarzają się najbardziej niesamowite zdarzenia, wciąga, a jednocześnie przeraża, gdyż David Lynch, oprócz tego, że

jest mistrzem obrazu, jest także mistrzem tworzenia dość przerażającego klimatu...
W głównej roli wystąpiła popularna ostatnio aktorka Naomi Watts. „**Prosta Historia**" to także film tego samego reżysera, lecz na pierwszy rzut oka wydaje się to nieprawdopodobne. To uroczy film o starszym człowieku, który wybiera się w podróż. Podróż jest o tyle nietypowa, że odbywa się ona... kosiarką. Kosiarka wygląda jak mały traktorek i niezbyt szybko się przemieszcza, w związku z czym bohater ma sporo czasu na przemyślenia i przeżywanie niesamowitych przygód. To naprawdę kameralny i ciepły obraz o sile miłości (bohater odbywa tę karkołomną podróż, by po raz ostatni spotkać się z bratem). Co ciekawe,

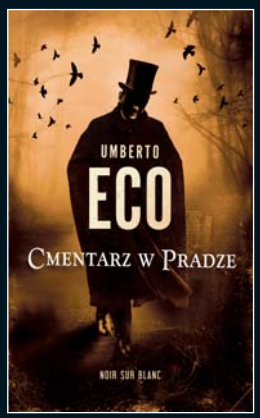
Sztuka *dla najmłodszych*

Kolejna kapitalna pozycja dla miłośników pięknie wydanych książek dla dzieci. Wydawnictwo Dwie Siostry to pionier w wydawaniu niebanalnych perełek, które śmiało można nazwać małymi dziełami sztuki. Do współpracy zapraszani są najlepsi ilustratorzy, a treść stanowi intelektualną pożywkę zarówno dla małych główek, jak i większych głów. Książka skupia się wyłącznie na sztuce współczesnej, poczynając od Marcela Duchampa, kończąc na całej litanii najbardziej znanych współczesnych artystów. Sam temat nie jest więc łatwy, tym bardziej warto zainwestować w oswojenie go. Oprawą graficzną książki zajęło się małżeństwo Aleksandry i Daniela Mizielińskich („Mamoko", „Miasteczko Mamoko", „D.E.S.I.G.N.").



Sebastian Cichocki: S.Z.T.U.K.A. Wydawnictwo Dwie Siostry. Warszawa 2011.

Powieść szpiegowska *Mistrz historycznych zagadek*

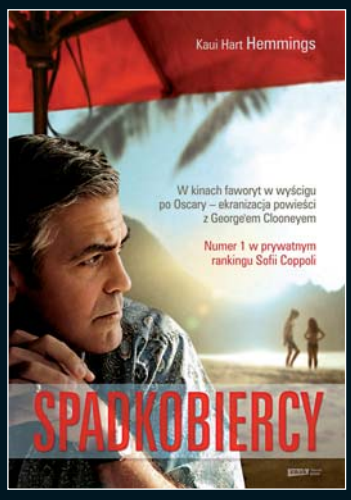


Na każdą nową książkę Umberto Eco czekają na całym świecie miliony czytelników. Jest to zjawisko niezwykłe, gdyż literatura tworzona przez prof. Eco nie należy do łatwych. Eco ma umysł erudyty i żeby połapać się we wszystkich wątkach, trzeba nie lada wysiłku. Ale na szczęście dla wytrwałych, trud się opłaca. Kolejna książka przenosi nas do Italii Garibaldiego, Paryża i wielu innych miast nasyconych tajemnicą. W tej książce nic nie jest oczywiste, nie wiadomo, kim jest narrator, kim jest główny bohater, jaźnie i historie przeplatają się ze sobą, taki uporządkowany chaos mógł się udać jedynie mistrzowi intelektu i pióra. **Umberto Eco: Cmentarz w Pradze. Noir sur Blanc. Warszawa 2011.**

film jest czarno-biały, co jedynie podkreśla jego bezpretensjonalność. Kasia Adamik jest ostatnio na fali, a to w związku z nominacją do Oskara za film „W ciemności”, którego była drugą reżyserką. Kasia Adamik ma dobre geny – jest córką Agnieszki Holland, z którą robi w duecie wiele filmów. Warto w tym całym zamieszaniu przypomnieć sobie jej doskonały film „**Boisko bezdomnych**”. Udało się reżyserce zgromadzić na planie świetnych aktorów – Marcina Dorocińskiego, Jacka Poniedziałka, Eryka Lubosa, Bartłomieja Topę. „Boisko” to historia bezdomnych z Dworca Centralnego (oparta luźno na prawdziwych wydarzeniach), którzy zawiązali drużynę piłkarską. Poplątane życiorysy, dramaty, alkohol, wszystko to staje się mało ważne, kiedy trwa mecz, ale kiedy się kończy, następuje powrót do brutalnej rzeczywistości. Miłego oglądania!

Powieść obyczajowa
Kłopoty w raju

Książka cieszy się dużym powodzeniem ze względu na ekranizację dokonaną przez George’a Clooneya (nominacja do Oskarów). Zasłużenie. Młoda hawajska pisarka opisała w niej dramat rodzinny z tajemnicą w tle. Hawaje, które turystom jawią się jako istny raj, są tu skontrastowanym tłem do wydarzeń, które mogłyby się wydarzyć gdziekolwiek na ziemskim padole. Matt King, ojciec i mąż, traci nagle żonę i staje się jedynym rodzicem dla swych córek (w tzw. trudnym wieku). Mało tego, okazuje się, że jego przykładna żona przed śmiercią miała romans, o którym nie wiedział jedynie on.
Kaui Hart Hemmings: Spadkobiercy. Wydawnictwo Znak. Kraków 2012.



PREMIERY

Przetrwanie

Historia 8 mężczyzn, którzy jako jedyni przetrwali katastrofę samolotu na Alasce. Wygłodniali i zmęczeni, ścigani przez stado wilków, muszą walczyć o przetrwanie. Jeszcze wczoraj jeden z bohaterów chciał umrzeć, dziś za wszelką cenę chce żyć… Nowy film słynnego reżysera Ridleya Scotta (Helikopter w ogniu, Gladiator). Reż.: Ridley Scott, wyst.: Liam Neeson, Frank Grillo.

Zapiski z Toskanii

Wbrew tytułowi to historia o skomplikowanych stosunkach damsko-męskich. W głównej roli wystąpiła świetna Juliette Binoche. Kanwą fabuły jest spotkanie właścicielki małego sklepu z antykami ze sławnym angielskim pisarzem, od czasu wycieczki do małego toskańskiego miasta rozpoczyna się między nimi dziwna gra… Reż.: Abbas Kiarostami, wyst.: Juliette Binoche, William Shimell.

Joanna Lasek

Ekologiczne **pranie**

Pralki Samsung Eco Bubble to prawdziwy hit na rynku AGD. Myśl przewodnia, która towarzyszyła projektantom urządzenia, opierała się na pogodzeniu funkcjonalności z ekologią. Mariaż ten jest niezwykle udany. Pralka wytwarza wielką ilość piany, która wnika w ubrania 40 razy szybciej niż w przypadku „normalnego" urządzenia. Pranie w Eco Bubble jest efektywne nawet w temperaturze 15 stopni. Za wszystko odpowiada generator bąbelków, który już na początku procesu tworzy aktywną pianę będącą mieszaniną detergentu i powietrza. Na rynek wchodzi właśnie kolejny model z serii Eco Bubble – najbardziej pojemny WF1124ZAC. Mimo wielkości, pralka jest bardzo oszczędna – ma klasę energetyczną A+++.

Ekologii *mówimy tak!*

Firma Ocenic jest liderem produkcji kosmetyków dla wrażliwej skóry. Nowa seria AA Eco to cała gama produktów ekologicznych do pielęgnacji twarzy i ciała. Nowa marka łączy dbałość o nasze cery z dbałością o środowisko. Receptury są oparte wyłącznie na składnikach naturalnych, wszystkie opakowania nadają się do recyclingu, a te papierowe zostały wykonane z materiału ekologicznego. W ofercie firmy znajdzie się też cała gama kosmetyków dla panów. Mężczyźni przestali się wstydzić używania kremów, balsamów etc. AA Men Classic składa się z Orzeźwiającej pianki do golenia, balsamu do golenia, żelu po goleniu, kremu na dzień, kremu przeciwzmarszczkowego, orzeźwiającego żelu pod prysznic i żelu do higieny intymnej.

Pomysł *na prezent*

Ramki elektroniczne to genialny wynalazek, świetnie nadają się na prezent dla kogoś, kto lubi wspominać szczęśliwe chwile ze swojego życia. Sony W 700 to ramka o ekranie panoramicznym (16:9), wyświetlacz Clear Photo LCD o dużej rozdzielczości zapewnia doskonały kontrast i szczegółowość oglądanych zdjęć. 1 GB pamięci stanowi pojemność ok. 400 zdjęć. Panel dotykowy jest łatwy w użyciu, a ramka wyświetla również na żądanie prognozę pogody (!) dla naszego regionu. Fotografie można przesyłać pocztą mailową, a także mieć dostęp do zdjęć umieszczonych ostatnio przez naszych znajomych na Facebooku.

Budzenie
nie musi być bolesne!

CF-DSI5I p to nowa stacja dokująca dla iPoda i iPhone'a. Radio z zegarem to najlepszy sposób, aby się obudzić swoją ulubioną muzyką z iPoda lub iPhone'a. Radio jest ładnie zaprojektowane, z pewnością nie będzie szpecić nocnego stolika. Jakość dźwięku, według zapewnień producenta, jak na tak małe urządzenie, jest imponująca. Radio-budzik ma funkcję dualnego budzenia – można ustawić budzenie weekendowe i budzenie w dni powszednie. Pilot umożliwia sterowanie urządzeniem z łóżka.

Trzecia odsłona
słynnej gry wojennej

Battlefield 3 jeszcze przed swoim rynkowym debiutem stała się grą pod wieloma względami rekordową. Cały nakład edycji limitowanej został wyprzedany jeszcze przed premierą. Współautorem scenariusza jest znany pisarz i były żołnierz elitarnej jednostki SAS-Andy McNabb. Battlefield 3 w wersji na PC, Playstation 3 oraz Xbox 360 dostępny jest w pełnej polskiej wersji językowej. Dzięki kampanii single player gracze poczują się jak uczestnicy wojennego filmu akcji. Bohaterem jest oskarżony o zdradę sierżant Blackburne, razem z nim możemy się poruszać po polach bitwy na ulicach Teheranu, Nowego Jorku, Paryża czy irackiego Kurdystanu. Producenci zapewniają, iż Battlefield ma najlepszy dubbing oddający wiernie wojenne odgłosy. Doznania wzrokowe i słuchowe zapewnione.

Mały odkurzacz
z dużymi możliwościami

Wielkością nie grzeszy pionowy odkurzacz Samsung Flex Slim. Model SS7550 to bezprzewodowe, proste w obsłudze urządzenie, które może być używane przez wszystkich domowników. Technologia bezworkowa pozwala na błyskawiczne oczyszczenie pojemnika z nieczystości. Podstawowy plus odkurzacza to jego niewielki rozmiar, zajmuje naprawdę mało miejsca, może być schowany na przykład za szafą. Producent zapewnia, iż urządzenie jest na tyle elastyczne, że można go używać nawet pod niskimi meblami.

CENNIK RABATOWY DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT

Ceny z rabatem dla pracowników Grupy Fiat zawierają VAT i są aktualne w momencie zamknięcia numeru. Firma zastrzega sobie możliwość dokonania w każdej chwili zmiany cen i wyposażenia. Pracownicy spółek Grupy Fiat mogą alternatywnie skorzystać z opcji z darmowym pakietem ubezpieczeniowym. Kompletny wykaz wyposażenia i dostępnych opcji można otrzymać w salonach sprzedaży.

Panda

WYMIARY 354/158/154 — BAGAŻNIK 206 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.2 ACTUAL ECO 69KM	29.742	1242	162	4,9	4/5

Punto 2012

WYMIARY 403/169/149 — BAGAŻNIK 275 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 EASY 77 KM 3D	38.242	1368	165	5,7	5
1.4 MULTIAIR 16V EASY 105 KM 3D	44.192	1368	185	5,7	5
1.4 MULTIAIR 16V LOUNGE 105 KM 3D	46.742	1368	185	5,7	5
1.4 M-AIR TURBO 16V LOUNGE 135 KM 3D	51.842	1368	205	5,6	5
1.2 ESTIVA 69 KM 5D	35.267	1242	156	5,1-5,4	5
1.4 ESTIVA 77 KM 5D	36.967	1368	165	5,7	5
1.3 MULTIJET 16V ESTIVA 75 KM 5D	44.617	1248	165	4,1	5
1.4 EASY 77 KM 5D	39.517	1368	165	5,7	5
1.4 EASY DUALOGIC 77 KM 5D	43.767	1368	165	5,4	5
1.4 MULTIAIR 16V EASY 105 KM 5D	45.467	1368	185	5,7	5
1.3 MULTIJETII 16V EASY 95 KM 5D	48.867	1248	178	4,2	5
1.4 CNG NATURAL POWER EASY 70 KM 5D	49.717	1368	162	6,3	5
0.9 8V TWINAIR 85 KM 5D	44.617	875	172	4,2	5
1.4 MULTIAIR 16V LOUNGE 105 KM 5D	48.017	1368	185	5,7	5
1.4 M-AIR TURBO 16V LOUNGE 135 KM 5D	53.117	1368	205	5,6	5

500

WYMIARY 355/163/149 — BAGAŻNIK 185 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.2 POP 69KM	36.975	1242	160	5,1	4
1.2 LOUNGE 69KM	43.775	1242	160	5,1	4
0.9 SGE S&S LOUNGE 85KM	48.875	875	173	4,1	4
1.3 Multijet 16v S&S DPF LOUNGE 95KM	53.125	1248	180	3,9	4
1.4 16v LOUNGE 100KM	50.575	1368	182	6,1	4
0.9 SGE S&S TWINAIR 85KM	43.775	875	173	4,1	4
0.9 SGE S&S TWINAIR PLUS 85KM	48.875	875	173	4,1	4

500C

WYMIARY 355/163/149 — BAGAŻNIK 185 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.2 LOUNGE 69KM	53.125	1242	160	5,1	4
0.9 TwinAir LOUNGE 85KM	58.225	875	173	4,1	4
1.3 Multijet 16v S&S DPF LOUNGE 95KM	62.475	1248	180	3,9	4

Qubo

WYMIARY 396/172/174 — BAGAŻNIK 329 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 ACTIVE 73KM	40.630	1360	155	6,6	5
1.3 Multijet 16v ACTIVE 75KM	48.280	1248	155	4,3	5
1.4 DYNAMIC 73KM	45.730	1360	155	6,6	5
1.3 Multijet 16v DYNAMIC 75KM	53.380	1248	155	4,3	5
1.3 Multijet 16v DYNAMIC 95KM	55.080	1248	170	4,3	5
1.3 Multijet 16v TREKKING 75KM	56.780	1248	155	4,3	5
1.3 Multijet 16v TREKKING 95KM	58.480	1248	170	4,3	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego
** tylko auta ze stocku

Bravo

WYMIARY 434/179/149 | BAGAŻNIK 400 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 16v ACTIVE 90KM	43.767	1368	179	6,3	5
1.4 16v DYNAMIC 90KM	47.592	1368	179	6,3	5
1.4 T-Jet 16v DYNAMIC 120KM	52.692	1368	197	6,3	5
1.4 MultiAir 16v DYNAMIC 140KM	57.792	1368	204	5,7	5
1.6 Multijet 16v DYNAMIC 105KM	57.792	1598	187	4,9	5
1.6 Multijet 16v DYNAMIC 120KM	58.642	1598	195	4,7	5
1.6 Multijet 16v DYNAMIC DUALOGIC 120KM	62.892	1598	195	4,6	5
1.4 16v ESTIVA+ 90KM	50.567	1368	179	6,3	5
1.4 T-Jet 16v ESTIVA+ 120KM	55.667	1368	197	6,3	5
1.6 Multijet 16v DYNAMIC 105KM	60.767	1598	187	4,9	5
1.6 Multijet 16v DYNAMIC 120KM	61.617	1598	195	4,7	5
1.4 T-Jet 16v EMOTION 120KM	59.067	1368	197	6,3	5
1.4 MultiAir 16v EMOTION 140KM	64.167	1368	204	5,7	5
1.6 Multijet 16v EMOTION 120KM	65.017	1598	195	4,7	5
2.0 Multijet 16v EMOTION 165KM	67.567	1956	215	5,3	5
1.4 MultiAir 16v SPORT 140KM	64.167	1368	204	5,7	5
2.0 Multijet 16v SPORT 165KM	67.567	1956	215	5,3	5

Sedici

WYMIARY 412/176/162 | BAGAŻNIK 270 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.6 16v DYNAMIC 4X4 120KM	54.400	1586	170	7,1	5
2.0 Multijet 16v Z DPF DYNAMIC 4X4 135KM	63.750	1956	180	6,6	5
1.6 16v EMOTION 4X2 120KM	53.550	1586	185	6,2	5
1.6 16v EMOTION 4X4 120KM	58.650	1586	170	7,1	5
2.0 Multijet 16v Z DPF EMOTION 4X4 135KM	68.000	1956	180	6,6	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego
** tylko auta ze stocku
DPF – filtr cząstek stałych (dla silników diesla)

Linea

WYMIARY 456/173/150 | BAGAŻNIK 500 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 ACTIVE 77KM	35.955	1368	165	6,3	5
1.4 DYNAMIC 77KM	40.205	1368	165	6,3	5

Doblò

WYMIARY 425/172/182 | BAGAŻNIK 750 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
ACTIVE 1.4 16V 95KM	50.320	1368	161	7,2	5
ACTIVE 1.6 MULTIJET 16V 105KM	60.775	1598	164	5,2	5
ACTIVE 1.6 MULTIJET 16V 90KM	59.925	1598	158	5,2	5
DYNAMIC 1.4 16V 95KM	53.720	1368	161	7,2	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16V 105KM	64.175	1598	164	5,2	5
DYNAMIC 1.4 T-JET 16V 120KM NAT. POWER	72.420	1368	172	7,5	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16V 90KM DUALOGIC	67.575	1598	158	5,0	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16V 90KM	63.325	1598	158	5,2	5
DYNAMIC 1.4 T-JET 16V 120KM	58.395	1368	172	7,4	5
EMOTION 1.4 16V 95KM	57.970	1368	161	7,2	5
EMOTION 1.6 MULTIJET 16V 105KM	68.425	1598	164	5,2	5
EMOTION 2.0 MULTIJET 16V 135KM	72.675	1956	179	5,7	5
EMOTION 1.4 T-JET 16V 120KM	62.645	1368	172	7,4	5

Freemont

WYMIARY 489/188/169 | BAGAŻNIK 145/540 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
URBAN 2.0 Multijet II 140KM 4x2	98.592	1956	180	6,4	5/7
URBAN 2.0 Multijet II 170KM 4x2	103.692	1956	195	6,4	5/7
URBAN 2.0 Multijet II 170KM 4x4	113.892	1956	184	7,3	5/7
LOUNGE 2.0 Multijet II 16V 170KM 4x2	109.642	1956	195	6,4	5/7
LOUNGE 3.6 V6 24V 276KM 4x4	107.092	3605	206	11,3	5/7
LOUNGE 2.0 Multijet II 16V 170KM 4x4	119.842	1956	184	7,3	5/7

Oferta jest dostępna w Centrum Sprzedaży Fiat Auto Poland, ul. Katowicka 24, Bielsko-Biała.
Centrum Sprzedaży Fiat Auto Poland • tel. 033 813 44 40

MiTo Seria 1

WYMIARY 406/172/145 — BAGAŻNIK 270 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 M-Air 16v S&S 105KM DISTINCTIVE	52.615	1368	187	5,7	4/5
1.4 TB M-Air 16v S&S 135KM DISTINCTIVE	59.415	1368	207	5,6	4/5
1.4 TB M-Air 16v S&S TCT 135KM DISTINCTIVE	64.515	1368	207	5,5	4/5
1.3 JTDM S&S 95KM DISTINCTIVE	56.865	1248	180	4,3	4/5
1.6 JTDM S&S 120KM DISTINCTIVE	63.665	1598	198	4,8	4/5
1.4 TB M-Air 16v S&S 170KM QUADR. VERDE	73.015	1368	219	6,0	4/5

159**

WYMIARY 466/182/142 — BAGAŻNIK 400 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
2.0 JTDM 16v 136KM SPORT	84.915	1956	202	5,1	5
2.0 JTDM 16v 170KM SPORT	90.015	1956	218	5,4	5
2.0 JTDM 16v 170KM SPORT PLUS	98.515	1956	218	5,4	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego
** tylko auta ze stocku

Giulietta

WYMIARY 435/180/147 — BAGAŻNIK 350 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 TB 16v 120KM DISTINCTIVE S&S	66.215	1368	195	6,4	5
1.4 TB M-Air 16v 170KM DISTINCTIVE S&S	71.315	1368	218	5,8	5
1.4 TB M-Air 16v 170KM DISTINCTIVE S&S TCT	78.115	1368	218	5,2	5
1.6 JTDM 16v 105KM DISTINCTIVE S&S	74.715	1598	185	4,4	5
2.0 JTDM 16v 140KM DISTINCTIVE S&S	79.815	1598	205	4,5	5
2.0 JTDM 16v 170KM DISTINCTIVE S&S	81.515	1956	218	4,7	5
2.0 JTDM 16v 170KM DISTINCTIVE S&S TCT	88.315	1956	218	4,5	5
1750 TBi 16v 235KM QUADRIFOGLIO VERDE	90.865	1742	242	7,6	5

159 Sportwagon**

WYMIARY 466/183/143 — BAGAŻNIK 445 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
2.0 JTDM 16v 136KM SPORT	90.865	1956	200	5,2	5
1750 TBi 16v 200KM SPORT PLUS	104.465	1750	233	8,3	5
2.0 JTDM 16v 170KM SPORT PLUS	103.615	1956	216	5,5	5

Ypsilon

WYMIARY 384/168/152 — BAGAŻNIK 245 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.2 8V 69 KM SILVER	37.315	1242	163	4,9	4
1.2 8V 69 KM BLACK&RED	38.165	1242	163	4,9	4
1.2 8V 69 KM GOLD	41.565	1242	163	4,9	4
0.9 85 KM GOLD	45.815	875	176	4,2	4
1.3 JTD 95 KM GOLD	50.915	1248	183	3,8	4
0.9 85 KM GOLD MTA	49.215	875	176	4,2	4
1.2 8V 69 KM PLATINUM	46.665	1242	163	4,9	4
0.9 85 KM PLATINUM	50.915	875	176	4,2	4
1.3 JTD 95 KM PLATINUM	56.015	1248	183	3,8	4
0.9 85 KM PLATINUM MTA	54.315	875	176	4,2	4

Delta

WYMIARY 452/180/150 — BAGAŻNIK 465 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 Turbojet E5 16v STEEL 120KM	58.642	1368	195	6,3	5
1.6 Multijet E5 16v STEEL 105KM	63.742	1598	186	4,6	5
1.4 Turbojet E5 16v SILVER 120KM	65.442	1368	195	6,3	5
1.4 MultiAir E5 16v S&S SILVER 140KM	68.842	1368	203	5,7	5
1.6 Multijet E5 16v SILVER 105KM	70.542	1598	186	4,6	5
1.6 Multijet E5 16v SILVER 120KM	73.942	1598	194	4,7	5
1.6 Multijet SELELECTRONIC E5 16v SILVER 120KM	77.342	1598	194	4,6	5
1.4 MultiAir E5 16v S&S GOLD 140KM	73.942	1368	203	5,7	5
1.6 Multijet E5 16v GOLD 120KM	79.042	1598	194	4,7	5
1.6 Multijet SELELECTRONIC E5 16v GOLD 120KM	82.442	1598	194	4,6	5
2.0 Multijet E5 16v GOLD 165KM	84.915	1956	214	5,1	5
1.8 Turbojet SPORTRONIC E5 16v PLATINUM 200KM	107.942	1742	230	7,8	5
1.9 Twinturbo Multijet E5 16v PLATINUM 190KM	107.942	1910	222	5,7	5

Musa

WYMIARY 403/169/166 — BAGAŻNIK 390 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
1.4 16v S&S GOLD 95KM	51.765	1368	175	6,0	5
1.3 Multijet 16v S&S GOLD 95KM	59.415	1248	173	4,3	5
1.4 16v MTA S&S 5th AVENUE 95KM	61.115	1368	175	6,0	5

Thema

WYMIARY 507/190/149 — BAGAŻNIK 462 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
3.6 BZ AT8 GOLD 286KM	155.635	3604	240	9,4	5
3.0 DS AT5 GOLD 190HP	164.560	2987	220	7,1	5
3.6 BZ AT8 PLATINUM 286KM	166.685	3604	240	9,4	5
3.0 DS AT5 PLATINUM 239HP	175.610	2987	230	7,1	5
3.6 BZ AT8 EXECUTIVE 286KM	180.285	3604	240	9,4	5
3.0 DS AT5 EXECUTIVE 239HP	189.210	2987	230	7,1	5

Voyager

WYMIARY 522/200/175 — BAGAŻNIK 934 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	km/h	l/100km	miejsca
2.8 AT6 GOLD 163KM	152.915	2768	193	7,9	5
3.6 AT6 GOLD 283KM	141.015	3604	209	10,8	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego
SELECTRONIC - zautomatyzowana skrzynia biegów; SPORTRONIC - automatyczna skrzynia biegów

WYMIARY (dł./szer./wys. - mm) 4448/1812/1718 | POJEMNOŚĆ BAGAŻNIKA (l) 328 | RABAT 15%

JEEP COMPASS

MODEL	NAPĘD	POJEMNOŚĆ SILNIKA (cm³)	PRĘDKOŚĆ MAKS. (km/h)	ZUŻYCIE PALIWA W CYKLU MIESZANYM (l/100 km)	CENA PLN z VAT
SPORT 2.0L DVVT 16V M5 156 KM	przedni	1998	185	7,6	**70.125**
LIMITED 2.0L DVVT 16V M5 156 KM	przedni	1998	185	7,6	**78.115**
SPORT 2.2 CRD M6 163 KM FREEDOM-DRIVE I™	4x4	2143	202	6,6	**98.600**
LIMITED 2.2 CRD M6 163 KM FREEDOM-DRIVE I™	4x4	2143	202	6,6	**106.250**

WYMIARY (dł./szer./wys. - mm) 4233/1873/1825 | POJEMNOŚĆ BAGAŻNIKA (l) 142 | RABAT 15%

JEEP WRANGLER

MODEL	NAPĘD	POJEMNOŚĆ SILNIKA (cm³)	PRĘDKOŚĆ MAKS. (km/h)	ZUŻYCIE PALIWA W CYKLU MIESZANYM (l/100 km)	CENA PLN z VAT
SPORT 2.8L CRD M6 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,1	**107.772**
SPORT 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,1	**110.492**
SAHARA 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,1	**123.675**
RUBICON 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP ROCK-TRAC	4x4	2777	169	8,0	**135.337**

WYMIARY (dł./szer./wys. - mm) 4751/1877/1825 | POJEMNOŚĆ BAGAŻNIKA (l) 498 | RABAT 15%

JEEP WRANGLER UNLIMITED

MODEL	NAPĘD	POJEMNOŚĆ SILNIKA (cm³)	PRĘDKOŚĆ MAKS. (km/h)	ZUŻYCIE PALIWA W CYKLU MIESZANYM (l/100 km)	CENA PLN z VAT
SPORT 2.8L CRD M6 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,4	**120.522**
SPORT 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,4	**123.242**
SAHARA 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP COMMAND-TRAC	4x4	2777	172	7,4	**136.425**
RUBICON 2.8L CRD A5 200 KM SOFT-TOP ROCK-TRAC	4x4	2777	169	8,3	**148.087**

WYMIARY (dł./szer./wys. - mm) 4822/1943/1781 | POJEMNOŚĆ BAGAŻNIKA (l) 457 | RABAT 15%

JEEP GRAND CHEROKEE

MODEL	NAPĘD	POJEMNOŚĆ SILNIKA (cm³)	PRĘDKOŚĆ MAKS. (km/h)	ZUŻYCIE PALIWA W CYKLU MIESZANYM (l/100 km)	CENA PLN z VAT
LIMITED V6 3.0 CRD A5 241 KM QUADRA-TRAC II	4x4	2987	202	8,3	**180.285**
OVERLAND V6 3.0 CRD A5 241 KM QUADRA-TRAC II	4x4	2987	202	8,3	**210.800**

Zastrzegamy sobie prawo do wycofania dowolnego samochodu z oferty bez podania przyczyny.

stan na 1 marca 2012 r.

Spółki koncernu Fiat

1. Fiat Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (22) 6074350, Fax (22) 6074352 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	reprezentacja i koordynacja działalności Grupy Fiat w Polsce
2. Fiat Auto Poland SA	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132100, Fax (33) 8132036 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	produkcja samochodów osobowych
3. Teksid Iron Poland Sp. z o.o.	ul. Ciężarowa 49, 43-430 Skoczów Tel. (33) 8538200, Fax (33) 8532964 Wiceprezes Zarządu: Marek Kanafek	produkcja odlewów żeliwnych dla przemysłu samochodowego
4. Automotive Lighting Polska Sp. z o.o.	ul. Gen. M. Zaruskiego 11, 41-200 Sosnowiec Tel. (32) 2960111, Fax (32) 2960340 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – oświetlenie
5. Magneti Marelli Exhaust Systems Polska Sp. z o.o.	ul. Mikołajczyka 80, 41-200 Sosnowiec Tel. (32) 3642857, Fax (32) 3642858 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – układy wydechowe
6. Magneti Marelli Suspension Systems Bielsko Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132199, Fax (33) 8132955 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – zawieszenia
7. Magneti Marelli Aftermarket Sp. z o.o.	Plac pod Lipami 5, 40-476 Katowice Tel. (32) 6036107, Fax (32) 6030108 Dyrekcja Generalna	handel częściami zamiennymi
8. Plastic Components and Modules Poland SA	ul. Gen. M. Zaruskiego 11, 41-200 Sosnowiec Tel. (32) 3681200, Fax (32) 2930839 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja komponentów samochodowych z tworzyw sztucznych – deska rozdzielcza, zderzaki
9. Plastic Components Fuel Systems Poland Sp. z o.o.	ul. Jedności 44, 41-200 Sosnowiec Tel. (32) 3681200, Fax (32) 2930839 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja komponentów samochodowych z tworzyw sztucznych – systemy zasilania paliwem, zbiorniki
10. Comau Poland Sp. z o.o.	ul. Turyńska 100, 43-100 Tychy Tel. (32) 2179404, Fax (32) 2179440 Dyrektor, Wiceprezes: Roberto Rossi	produkcja i obsługa urządzeń dla przemysłu samochodowego
11. Fiat Services Polska Sp. z o.o.	ul. Węglowa 72, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132182, Fax (33) 8134108 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	administracja księgowa, personalna i płace
12. Fiat Group Purchasing Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132549, Fax (33) 8126988 Członek Zarządu: Tomasz Trombala	zakupy materiałów pośrednich i bezpośrednich do produkcji samochodów
13. Sadi Polska – Agencja Celna Sp. z o.o.	ul. Konwojowa 51, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (33) 8135323, Fax (33) 8134113 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	usługi celne
14. Sirio Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132485, Fax: (33) 813 5333 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	ochrona osób, mienia i ochrona przeciwpożarowa oraz transport
15. Fiat Powertrain Technologies Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132452, Fax (33) 8132451 Prezes Zarządu: Emanuele Lorenzin	produkcja silników do samochodów
16. Gestin Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132660, Fax: (33) 813 5444 Prezes Zarządu: Bronisław Bartosik	zarządzanie i utrzymanie nieruchomości

Spółki joint venture

1. Fiat Bank Polska SA	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (22) 6074990, Fax (22) 6074879 Prezes Zarządu: Grażyna Portas	usługi bankowe
2. FGA Leasing Polska Sp. z o.o.	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (22) 6074800, Fax (22) 6074982 Prezes Zarządu: Giovanni Polimeni	leasing samochodów
3. Fidis Finance Polska Sp. z o.o.	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (22) 6074821, Fax (22) 6074854 Prezes Zarządu: Giovanni Polimeni	usługi finansowe i leasingowe

Spółki koncernu Fiat Industrial

1. CNH Polska Sp. z o.o.	ul. Otolińska 25, 09-407 Płock Tel. (24) 2679600, Fax (24) 2679605 Dyrektor Zakładu: Werner Ballieu	produkcja maszyn rolniczych
2. Iveco Poland Sp. z o.o.	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (22) 5784300, Fax (22) 5784318 Dyrektor Generalny: Massimiliano Perri	import i sprzedaż samochodów dostawczych i ciężarowych

ZAKOCHAJ SIĘ W NOWEJ PANDZIE

- SILNIKI TWINAIR I MULTIJET 2. GENERACJI Z SYSTEMEM START&STOP
- SYSTEM DUALDRIVE
- MULTIMEDIALNY SYSTEM BLUE&ME ZINTEGROWANY Z NAWIGACJĄ TOMTOM LIVE2
- 8 KOMBINACJI USTAWIEŃ SIEDZEŃ
- 14 PORĘCZNYCH SCHOWKÓW

SZCZEGÓŁY OFERTY W SALONACH FIATA.

FIAT

panda

po prostu(a)more