M A J 2 0 1 4

Fiat wokół nas

CZASOPISMO PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT W POLSCE

LUDZIE / PRODUKT / AKTUALNOŚCI / CZAS WOLNY

FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

Plan Grupy

Czasopismo pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce • Rok XVIII/2 • Numer 109 • Maj 2014

Jeep® z

EXPO MILANO 2015

jeep.pl

DZIKIE JEST PIĘKNE

Nowy Jeep® Cherokee. **Stworzony, by odkrywać.**

3 LATA GWARANCJI BEZ LIMITU KILOMETRÓW

Nowy Jeep® Cherokee to indywidualność w najczystszej postaci. Jego zaawansowana 9-stopniowa automatyczna skrzynia biegów zapewnia komfort jazdy i jeszcze większą oszczędność paliwa. Nowy Cherokee dostępny jest z trzema najlepszymi w swojej klasie systemami napędu 4x4, które odłączają tylną oś, kiedy nie jest potrzebna. Jeep® Cherokee bezpiecznie i komfortowo dowiezie Cię do celu – nieważne, czy prowadzi do niego autostrada, czy dzikie bezdroże. Już czas! Ciekawość wzywa.

Jeep® jest zastrzeżonym znakiem handlowym firmy Chrysler Group LLC. Najlepszy wynik w kategorii Small Off Road 4×4 w teście Euro NCAP w 2013 roku. Model chroniony dwuletnią gwarancją producenta oraz rocznym Ubezpieczeniem Awarii Elektromechanicznych Przedłużona Gwarancja Zakres Pełny. Szczegóły na http://www.jeep.pl/specs/przedluzona_gwarancja_zasady.pdf. Jeep® Cherokee – emisja CO_2 od 139 do 232 g/km, zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 5,3 do 10,0 l/100 km, w cyklu miejskim od 6,4 do 13,9 l/100 km, w cyklu pozamiejskim od 4,6 do 7,7 l/100 km. Informacje o odzysku i recyklingu samochodów wycofanych z eksploatacji na stronie www.jeep.pl/service/recycling/index.html.

EURO NCAP www.euroncap.com ★★★★★ TEST 2013

Znajdź nas na:

Jeep®

fiat wokół nas

fwn w numerze

rok 18/2
numer 109
maj 2014

Wydawca
Fiat Polska Sp. z o.o.

Odpowiedzialny za edycję w Grupie Fiat
Claudio D'Amico

Redaktor Naczelny
Filippo Gallino

Z-ca Redaktora Naczelnego
Francesco Novo

Redakcja Satiz Poland Sp. z o.o.
Mirosława Malich

ul. Sempołowskiej 19,
43-300 Bielsko-Biała
www.satiz.pl
e-mail: redakcja@satiz.pl

Studio graficzne
Irena Nycz-Imielska
Maciej Feodorów

Reklama
Gabriela Kolonko
tel.: 33 813 27 61
kolonko@satiz.pl

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

Druk
Dimograf, Bielsko-Biała

Nakład
12.550 egz.

Oddano do druku:
21 maja 2014 r.

FIRMA

4 **Plan grupy Fiat Chrysler Automobiles**
12 W fabryce „Renegata"
22 Team Kaizen w Zakładzie Tychy
26 **Innowacyjny wydech MM Exhaust Systems**
30 Nagrody dla Comau na Targach Automaticon
33 VM Motori – Fachowcy od Diesla
36 Ferrari: Ta marka nie ma sobie równych
40 Newsy

LUDZIE

45 **Agata Młynarska**
66 Fiat to my

PRODUKT

10 **Mały buntownik Jeepa**
14 Jeep Cherokee: Taki, jakiego pragniesz
62 Cennik samochodów

AKTUALNOŚCI

20 **Nowości Fiat-Chrysler na Motor Show**
38 Bieg Fiata
43 XXI Grand Prix Fiat Auto Poland

CZAS WOLNY

56 56 Nowości
58 58 Książki
60 **Kuchnia**

50
Danie specjalne
Przyjaciele w naszych domach

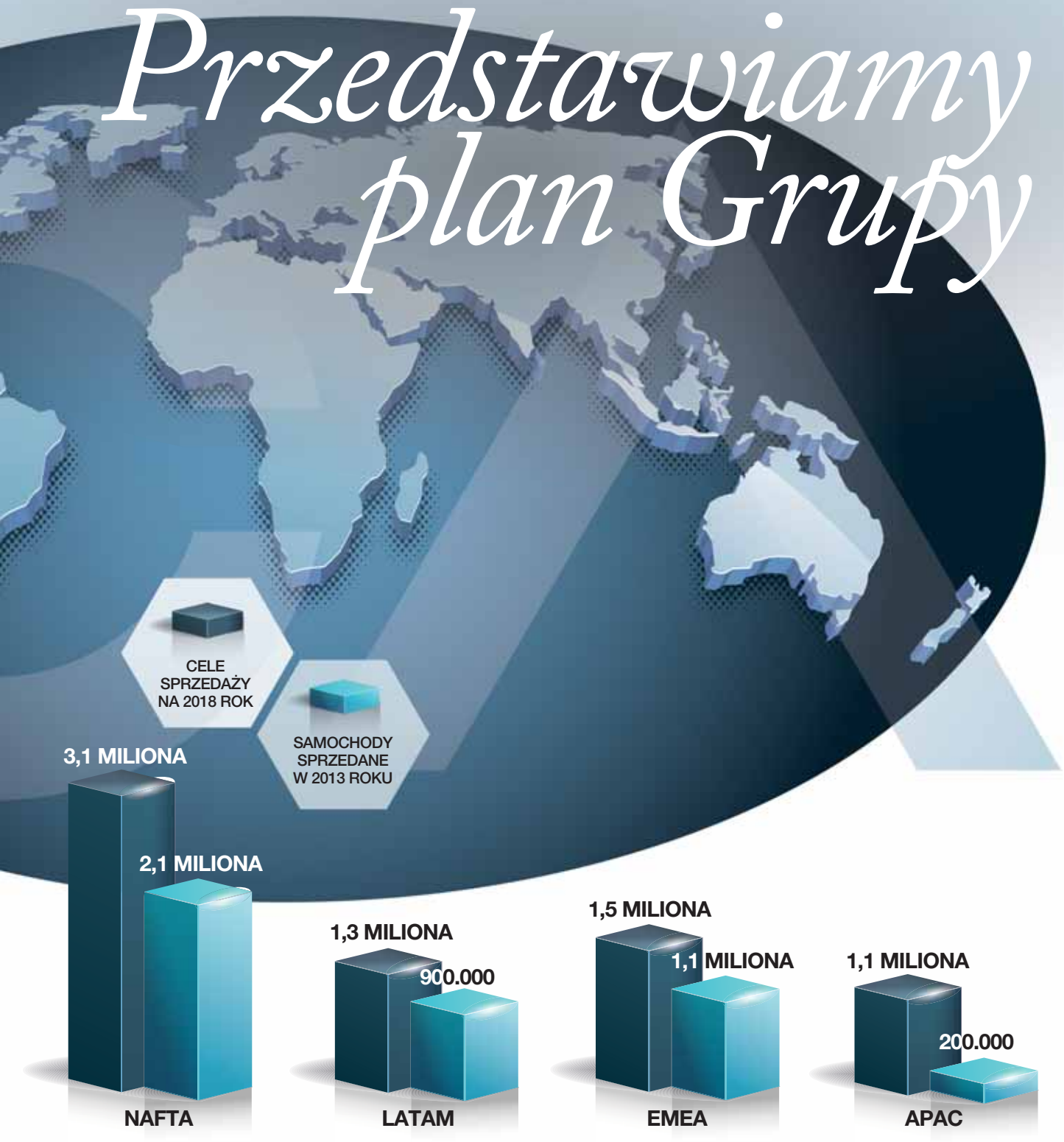
Fiat Chrysler A

Inwestycje na kwotę około 50 miliardów euro i wprowadzenie na rynek licznych nowych modeli. Tak w telegraficznym skrócie prezentuje się plan przemysłowy, ogłoszony w Auburn Hills przez dyrektora generalnego i pełnomocnego Sergio Marchionne. Cel? Produkcja na poziomie siedmiu milionów samochodów rocznie, między innymi dzięki pełnemu wykorzystaniu możliwości europejskich zakładów. „Dzień 6 maja 2014 roku, zostanie zapamiętany przez nas wszystkich w grupie Fiat Chrysler Automobiles jako niezwykle ważna data, która będzie się kojarzyła z jednym z takich epokowych wydarzeń. Pięcioletni plan strategiczny to nie tylko kolejny rozdział naszej historii. Otwiera on pierwszą stronę całkowicie nowej księgi". Zanim jeszcze stał się on planem przemysłowym, podkreślił Marchionne przed gronem analityków finansowych reprezentujących środowiska biznesowe z całego świata i przed związkami zawodowymi, stanowi on realizację wielkiego marzenia o integracji kulturowej. Jak napisał w piśmie skierowanym do około 300 tysięcy pracowników Fiat-Chrysler, „W życiu człowieka, jak i firmy, są chwile, w których dokonuje się milowego kroku. Chwile te są niezwykle ważne, ponieważ zmuszają do przyjrzenia się samemu sobie i spojrzenia w przyszłość z nowej perspektywy. Mogą stanowić inspirację do radykalnej zmiany i poprawy jakości życia".

Jaka, więc, będzie przyszłość Grupy? W pięcioletnim planie wyraża się chęć konkurowania z wielkimi światowymi producentami samochodów (przypominamy, że obecnie firma plasuje się na siódmym miejscu), ale żeby to uczynić, strategia musi uwzględniać zwiększenie sprzedaży na wszystkich rynkach świata. W jaki sposób? Przede wszystkim istotna jest zmiana pozycji marek „premium" – Maserati i Alfa Romeo – w górnym segmencie rynku. Dla marki spod znaku trójzębu celem jest produkcja 75 tysięcy samochodów rocznie. Jeszcze większe znaczenie ma ponowne wylansowanie marki Alfa Romeo, w którą firma zainwestuje pięć miliardów euro, by zwiększyć produkcję z dotychczasowych 74 tysięcy do 400 tysięcy egzemplarzy rocznie. Innym głównym punktem strategii Fiat-Chrysler jest marka Jeep, która po dwóch rekordowych latach przygotowuje się do przekroczenia miliona sztuk sprzedanych samochodów. Jej celem jest podwojenie tej wielkości przed 2018 rokiem. Jeśli chodzi o markę Fiat, do wzrostu mają przyczynić się głównie rynki Ameryki Łacińskiej i przede wszystkim Azji.

utomobiles

Przedstawiamy plan Grupy



Strategia globalna

Wraz z połączeniem się firm Fiat i Chrysler powstała grupa motoryzacyjna o zasięgu globalnym. Siódma na świecie. Ale celem wskazanym w nowym planie przemysłowym jest zbliżenie się do samego szczytu klasyfikacji. Według Sergio Marchionne „Musimy osiągnąć korzyści w większej skali, które pozwolą nam kontynuować inwestycje w rozwój platform i produktów. Próg sześciu milionów, o którym wiele razy mówiłem w przeszłości, to poziom minimalny dla zapewnienia producentowi odpowiedniego zwrotu z inwestycji. Sześć milionów samochodów to poziom zgodny z planami rozwoju naszych marek i naszych ambicji firmy o zasięgu globalnym".
Pierwszym punktem w strategii wzrostu jest rozwój marek prestiżowych. W przypadku marki Maserati operacja ta już przynosi ogromne korzyści. Dzięki bowiem nowemu Quattroporte i modelowi Ghibli przychody wzrosły czterokrotnie. W trzy miesiące producent spod znaku trójzębu osiągnął wyniki wyższe niż wcześniej odnotowywał w ciągu całego roku. W Auburn Hills zapowiedziano nowe modele, które uzupełnią jego aktualną gamę. Oprócz SUV-a Levante, produkowanego w Mirafiori, pojawi się również nowe GranTurismo, ale też model Alfieri: piękne coupé 2+2 zaprezentowane w Genewie jako „concept car". Wraz z wprowadzeniem nowych modeli Maserati osiągnie sprzedaż wynoszącą 75 tysięcy samochodów rocznie.
Jeszcze większe znaczenie będzie miał wkład Alfy Romeo, marki o zaszczytnej sportowej przeszłości, ale nieradzącej sobie na rynku z niemieckimi konkurentami. Plan ponownego jej wylansowania jest odważny. A stawia się w nim na parametry techniki, stylu i bezkompromisowych osiągów, które zauważyć można było już w najnowszym modelu producenta, pięknym i mocnym supersamochodzie 4C. Liczby robią wrażenie. Pięć miliardów euro zainwestowanych we Włoszech, ponieważ dokonano wyboru, aby były to samochody w stu procentach „made in Italy". Plan zakłada osiem nowych modeli, począwszy od przyszłego roku. Zwiększenie liczby sprzedawanych egzemplarzy z aktualnych 74 tysięcy samochodów rocznie do 400 tysięcy w 2018 roku. Do opracowywania nowych Alf Romeo wybrano niepraktykowaną do tej pory metodę: trzymane w tajemnicy warsztaty zlokalizowano w całych Włoszech, w których małe zespoły projektantów, techników i testerów pracują od ponad roku nad przyszłymi modelami.
Obok marek luksusowych kolejnym filarem, na którym opierają się plany, jest rozwój marki Jeep. Ten amerykański producent, obecny na rynkach całego świata, ma za sobą dwa lata sukcesów i, jak wspominaliśmy, przygotowuje się do przekroczenia progu miliona samochodów w 12 miesięcy. Celem jest doprowadzenie do produkcji 1,9 miliona samochodów tej marki, czyniąc z niej – wraz z Fiatem – najważniejszą pod względem liczb markę Grupy. Po zaprezentowanym w Genewie modelu Renegade do 2018 roku pojawią się kolejne cztery nowe modele. A o ile sprzedaż wzrośnie nieznacznie na tradycyjnym rynku Jeepa, czyli w Północnej Ameryce, w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Afryce przewiduje się wzrost o +35 procent. Największe znaczenie odegrają tutaj jednak Ameryka Południowa (+50 procent) i Azja (+45 procent). Jak oczekuje się od marki naprawdę globalnej, chociaż utożsamianej ze Stanami Zjednoczonymi, Jeep będzie miał również zakłady na całym świecie. Ten przełom nastąpił

Od góry: prezentacja Planu przemysłowego. Poniżej: John Elkann i Sergio Marchionne podczas konferencji prasowej w Auburn Hills

MARKA FERRARI WCIĄŻ NAJBARDZIEJ UPRAGNIONA

W całej strukturze marek grupy Fiat-Chrysler Ferrari zajmuje miejsce szczególne. Producent z Maranello jest wyjątkowy na całym świecie pod względem historii, techniki i wizerunku. Jego samochody są najsłynniejsze i najbardziej pożądane. Oczywiste jest więc, że strategia dla „wierzgającego konia" kieruje się zupełnie odrębnymi zasadami. W związku z tym nie przewiduje się programu wzrostu produkcji, która obecnie wynosi mniej więcej siedem tysięcy aut rocznie, chociaż zdolność produkcyjna wynosi dziesięć tysięcy. Ma to na celu zachowanie ekskluzywnego charakteru marki.

właśnie w przypadku modelu Renegade, który będzie produkowany we Włoszech, w zakładzie w Melfi, a sprzedawany w co najmniej stu krajach świata. Dodatkowo umacnia się wraz z ostatnim porozumieniem w zakresie produkcji Jeepów również w Chinach, bezpośrednio na jednym z najważniejszych rynków naszej planety.
Również dla Fiata, jak i w przypadku Jeepa, celem jest osiągnięcie liczby 1,9 mln samochodów sprzedawanych w ciągu roku. Prawdziwym wyzwaniem jest tutaj pokonanie kryzysu na rynku masowym w Europie. Marchionne krótko podsumował te okoliczności: „Mając na uwadze ciągle pogarszającą się sytuację rynku w ostatnich latach oraz fakt, że nie przewiduje się znaczącej poprawy w najbliższym czasie, musimy dalej być ostrożni i ograniczać inwestycje. Zdecydowaliśmy, że mi-

PISMO DO PRACOWNIKÓW GRUPY

Przy okazji Dnia Inwestora (Investor Day) prezes John Elkann i dyrektor generalny i pełnomocny Sergio Marchionne wysłali do wszystkich pracowników FCA na całym świecie pismo. Poniżej przedstawiamy kilka z najbardziej znaczących fragmentów listu.

„W życiu człowieka, jak i firmy, są chwile, w których dokonuje się milowego kroku. Chwile te są niezwykle ważne, ponieważ zmuszają do przyjrzenia się samemu sobie i spojrzenia w przyszłość z nowej perspektywy. Mogą stanowić inspirację do radykalnej zmiany i poprawy jakości życia. Dzisiejszy dzień, 6 maja 2014 roku, zostanie zapamiętany przez nas wszystkich w grupie Fiat Chrysler Automobiles jako niezwykle ważna data, która będzie się kojarzyła z jednym z takich epokowych wydarzeń.

Do dzisiejszego dnia przygotowywaliśmy się od momentu, gdy mniej więcej pięć lat temu zaczęła nabierać kształtów wizja połączenia Fiata i Chryslera. Pięcioletni plan strategiczny FCA to nie tylko kolejny rozdział naszej historii. Otwiera on pierwszą stronę całkowicie nowej księgi. Po raz pierwszy zaprezentowaliśmy się całemu światu nie jako współpracujący ze sobą partnerzy, lecz jako jedna grupa, zajmująca 7. miejsce w rankingu największych producentów samochodów na świecie, zarządzana przez jeden zespół liderów, podzielająca te same cele i ambicje.

Plan, którego realizację rozpoczynamy, i który zakłada inwestycje w wysokości około 50 miliardów euro w ciągu najbliższych pięciu lat, doprowadzi do radykalnego przekształcenia naszej firmy. Wdrażając konsekwentnie założenia planu, do 2018 roku znajdziemy się wśród niekwestionowanych liderów w branży, z globalną sprzedażą 7 milionów pojazdów rocznie. Na nasz wzrost będą pracować wszystkie marki i regiony.

To plan odważny i przełomowy, który odzwierciedla zaangażowanie i ambicje grupy Fiat Chrysler Automobiles w skali ogólnoświatowej. Wierzymy, że potrafimy sprostać temu wyzwaniu, nie tylko dzięki naszym możliwościom, lecz także dlatego, że dziś jesteśmy inni. Jesteśmy teraz inni niż wcześniej i inni niż konkurencja. Doświadczenia ostatnich lat zdecydowanie nas zmieniły – wzmocniły, uczyniły dojrzalszymi i zwiększyły wiarę w nasz potencjał. Przygotowały nas do tego przełomowego wydarzenia. Jesteśmy inni, bo przeżyliśmy już kryzys – zarówno w firmie, jak i na rynku – i wiemy jak z niego wyjść obronną ręką. Jesteśmy inni, ponieważ zbudowaliśmy nową tożsamość w oparciu o integrację i otwartość na inne kultury, które są cennymi zasobami wzbogacającymi ludzi i ich profesjonalizm. Jesteśmy inni, ponieważ naszą Grupę łączą niezwykle silne więzi: nasza kultura korporacyjna oparta na uczciwości i prawości, wyznawanych wartościach, przejrzystości i otwartości, naszym poczuciu odpowiedzialności oraz szacunku dla współpracowników i społeczeństwa. To właśnie sprawia, że jesteśmy wyjątkowi i to właśnie zapewnia nam też warunki do osiągnięcia wyznaczonych celów. Pragniemy podziękować wszystkim za dotychczasowe zaangażowanie oraz za Wasz dalszy, cenny udział w tym nowym wyzwaniu, które wspólnie podejmujemy”.

WYNIKI Z PIERWSZEGO KWARTAŁU: **GRUPA ODNOTOWUJE ROZWÓJ**

6 maja, przy okazji Dnia Inwestora (Investor Day), firma zaprezentowała wyniki za pierwszy kwartał 2014 roku. Tak prezentują się główne liczby podsumowujące sytuację we wspomnianym okresie. Przychody, na poziomie globalnym, wyniosły 22,1 mld euro, więcej o 12 procent w porównaniu z tym samym okresem w 2013 roku. Poprawę zawdzięcza się przede wszystkim wzrostowi o 1,7 mld w obszarze NAFTA i o 0,5 w regionie APAC.

Na całym świecie do sieci dostarczono ogółem 1,1 mln samochodów, 9 procent więcej niż w ubiegłym roku.

Zysk z zarządzania zwyczajnego w pierwszych trzech miesiącach br. wyniósł 622 miliony euro, czyli o 1 procent mniej aniżeli w analogicznym okresie roku ubiegłego, ale więcej o 6 procent, jeśli uwzględnia się stałe kursy wymiany walut.

Miniony kwartał zamknięto ze stratą netto na poziomie 319 mln euro, w głównej mierze za sprawą jednorazowej wpłaty dla UAW zgodnie z porozumieniem podpisanym przez Chryslera w styczniu. Jeśliby wykluczyć pozycje nietypowe, zysk netto wyniósł 71 mln euro, czyli porównywalnie z pierwszym kwartałem 2013 roku.

Jeśli chodzi o wyniki marek masowych w poszczególnych obszarach geograficznych, w Ameryce Północnej (NAFTA) tendencje utrzymały się na poziomie wyższym niż zakładał rynek, gdzie zarejestrowano wzrost sprzedaży o 9 procent.

W Stanach Zjednoczonych firma odnotowuje 48. miesiąc ciągłego wzrostu, a w Kanadzie wręcz 52. I zamyka kwartał jako lider na rynku.

W Ameryce Łacińskiej (LATAM) Grupa potwierdziła swą pozycję lidera w Brazylii, zwiększając udział w rynku o 2,7 punktów procentowych w porównaniu z ostatnim kwartałem 2013 roku. W obszarze Azja-Pacyfik (APAC) sprzedaż, łącznie ze spółkami joint venture, wzrosła o 54%, znacznie przekraczając trend popytu na wszystkich rynkach.

W EMEA udało się ograniczyć straty dzięki wyższej sprzedaży, lepszemu miksowi produktów i większej wydajności.

Ponadto na Salonie Samochodowym w Genewie firma zaprezentowała Jeepa Renegade, pierwszego małego SUV-a, którego marka nigdy wcześniej w swej gamie nie miała.

Rozpoczęcie sprzedaży w Europie zaplanowano na wrzesień, a Renegade będzie sprzedawany również później w ponad stu krajach świata, znacznie przyczyniając się do rozwoju marki Jeep.

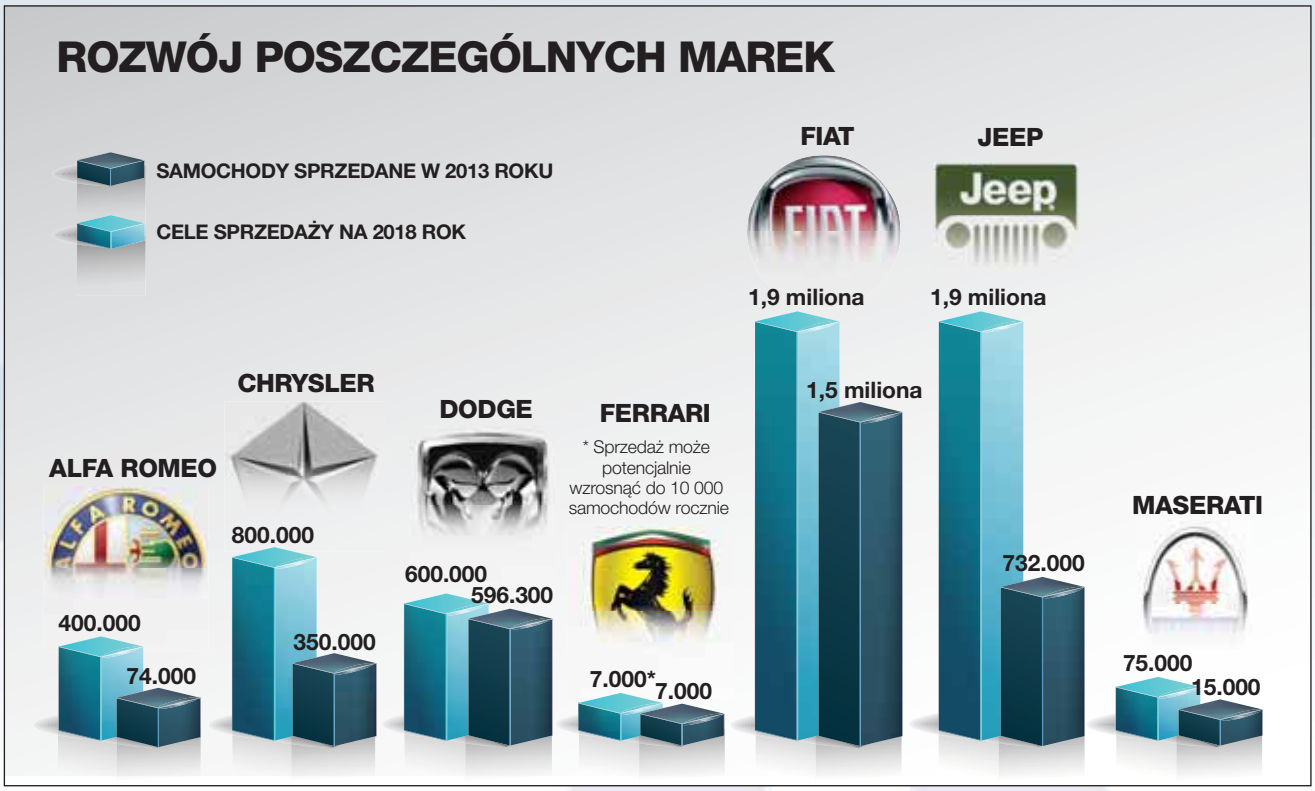
mo dalszego utrzymywania naszej obecności w tradycyjnych segmentach, energie i inwestycje skupimy na wyższych segmentach rynku".

W Europie marka Fiat wykorzysta swoje mocne strony, kontynuując rozwój rodziny 500 i starając trzymać się z dala od rynku masowego dzięki modelom oryginalnym o silnej osobowości. Jak na przykład Panda i Fiat 500. Modele te są do siebie podobne pod względem wymiarów i mechaniki, a mimo to bardzo różnią się, gdyż każdy ma swój indywidualny charakter. Jeden jest wyrazem maksymalnej racjonalności, a drugi prawdziwych emocji.

Na starym kontynencie począwszy od tego roku marka Fiat wprowadzi na rynek osiem nowych modeli w różnych segmentach rynku, w tym także samochód sportowy. Chociaż Fiat będzie w tym okresie stawiał na Amerykę Południową, gdzie marka ma ugruntowaną pozycję, a przede wszystkim na Azję, którą Fiat zamierza podbić. To tutaj bowiem najbardziej ważą się losy jego rozwoju.

W Ameryce Łacińskiej Fiat zaprezentuje od tego roku osiem nowych modeli, a w regionie Azji i Pacyfiku aż dziewięć. W Ameryce Północnej do Fiatów 500 i 500L dołączy 500X (który zostanie zaprezentowany w ciągu tego roku, a produkowany będzie w Melfi), a także przyszły model sportowy. Będzie on podążał śladami Fiata 124 Spider, małego samochodu sportowego bardzo docenianego przez Amerykanów.

Tak w skrócie wygląda Plan strategiczny spółki Fiat Chrysler Automobiles. Ambitny, co podkreślaliśmy już wcześniej. Ma jednak sprawić, że firma osiągnie przychód roczny na poziomie 132 mld euro i zysk netto bliski 5 miliardom. Jest to plan o charakterze globalnym, ze szczególnym uwzględnieniem tych obszarów kuli ziemskiej, w których perspektywy rozwoju są większe, ale mający za podstawę rozwoju zakłady europejskie. Poza tym ma on zapewnić pełne zatrudnienie. Przyjrzyjmy się planowi region po regionie.



EMEA

W obszarze Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki Fiat powinien w umiarkowany sposób zwiększyć sprzedaż. Prawdziwego skoku oczekuje się natomiast od marki Jeep (z 50 tysięcy samochodów w ubiegłym roku do aż 270 tysięcy) i marki Alfa Romeo (z 70 tysięcy do 150 tysięcy).
W regionie tym FGA ma 15 zakładów: dziewięć karoseryjnych i sześć mechanicznych. W tym 15 zakładów, z czego 11 jest we Włoszech, dwa w Polsce, jeden w Serbii i jeden w Turcji. Celem jest wykorzystanie ich możliwości produkcyjnych w stu procentach.

NAFTA

Stany Zjednoczone i Kanada są oczywiście rynkiem fundamentalnym dla spółki Fiat-Chrysler, na którym różne marki Grupy odnotowały w ostatnich latach znaczące sukcesy. W regionie NAFTA (wspólny rynek obejmujący Kanadę, USA i Meksyk) znajduje się 12 zakładów montażowych, osiem tłoczni i 16 zakładów mechaniki i komponentów. Między 2009 rokiem, czyli momentem nawiązania porozumienia między Fiatem i Chryslerem, a rokiem 2013, sprzedaż wzrosła z 1,2 do 2,1 mln samochodów. Celem jest osiągnięcie liczby 3,1 mln do 2018 roku. A wkład swój będą miały również marki włoskie: Fiat, Alfa Romeo, Maserati.

APAC

Azja to region o najwyższym wskaźniku rozwoju. Chiny, największy rynek świata, może pochłonąć niemal 29 mln samochodów rocznie. Indie wyprzedzą Japonię, stając się drugim rynkiem kontynentu i trzecim na świecie. Grupa wprowadzi na rynek chiński do 2018 r. aż 13 modeli – Fiatów, Jeepów i Chryslerów. Ponadto w tym kraju zostanie zbudowany nowy zakład w ramach joint-venture z firmą GAC, który dołączy do dwóch już istniejących. Również w Indiach powinien nastąpić zdecydowany rozwój. Ze stu obecnych tam dealerów liczba ma wzrosnąć do 220; Grupa wprowadzi na ten rynek 12 modeli w ciągu najbliższych pięciu lat.

LATAM

Południowa Ameryka to jeden z głównych rynków dla Fiata, który w Brazylii – najważniejszej gospodarce tamtejszego regionu – jest liderem na rynku od dobrych 12 lat. Firma ma w tym obszarze ugruntowaną pozycję, z ważnymi zakładami w Betim, Goianie, Campo Largo w Brazylii i Cordobie w Argentynie. Do nich dołączy nowy zakład brazylijski w Pernambuco. Między innymi dzięki tej fabryce, niezwykle nowoczesnej i produkującej zgodnie z najbardziej zaawansowanymi kryteriami równowagi środowiskowej, Grupa zamierza zwiększyć liczbę sprzedawanych samochodów z 900 tysięcy w roku 2013 do 1,3 miliona. ■

Cele dla głównych marek grupy Fiat-Chrysler. Na stronie obok: Maserati Ghibli jest przykładem sukcesu strategii wzrostu w segmencie samochodów luksusowych

Mały bu

Giancarlo Riolfo

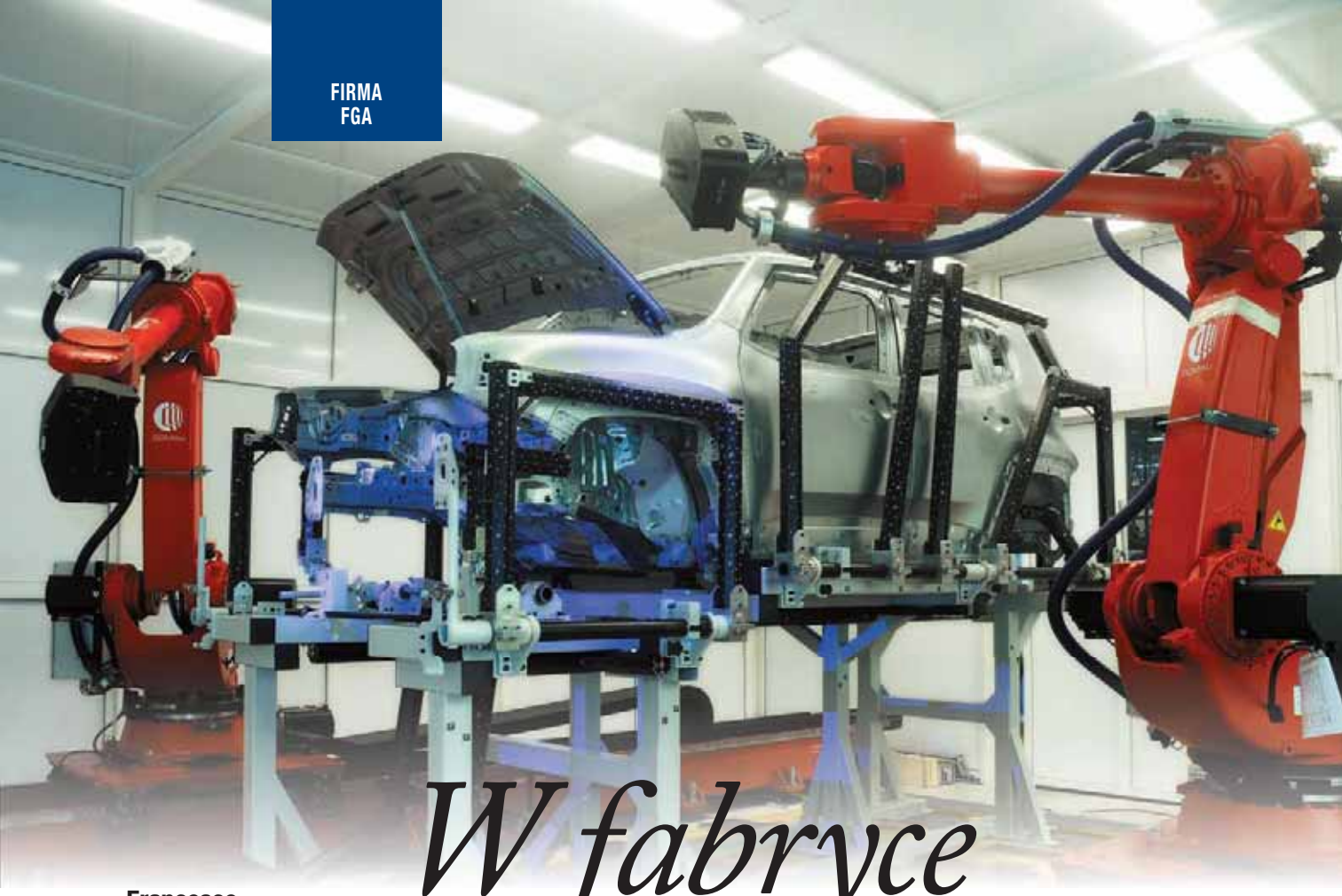
Renegade, zwany również „baby Jeep", będzie produkowany w Melfi i sprzedawany na całym świecie. Jego odmiana o nazwie Trailhawk może poszczycić się najlepszymi własnościami terenowymi w swojej klasie.

Długo oczekiwany mały SUV marki Jeep został wreszcie zaprezentowany na ostatnim Salonie Samochodowym w Genewie. Nazwę Renegade, czyli buntownik, renegat, nadano mu nieprzypadkowo: taki przydomek miała już bowiem wersja modelu CJ7, czyli protoplasta aktualnego Wranglera, co jest zresztą zgodne z tradycją producenta zza oceanu. Ten nowy model tak naprawdę stanowi jednak przełom: został bowiem zaprojektowany wspólnie przez projektantów z Turynu i Detroit na bazie nowej platformy Small Wide 4x4, a produkowany będzie na cały świat we włoskim zakładzie w Melfi.

Renegade nie będzie pierwszym Jeepem wytwarzanym w kraju innym niż Stany Zjednoczone, ale będzie pierwszym modelem powstającym wyłącz-

ntownik

nie za granicą, choć sprzedawanym nie tylko w USA, ale też w stu innych krajach na wszystkich kontynentach. Będzie to więc samochód rangi światowej, który ujawnia potencjały nowej światowej grupy Fiat Chrysler Automobiles. Wyraźnie krótszy od swego starszego brata Cherokee, „baby Jeep" cechuje się przede wszystkim doskonałą przestronnością wnętrza i dobrą zdolnością załadunkową, dzięki dosyć kwadratowym liniom. To – wspólnie z okrągłymi reflektorami i charakterystycznymi pionowymi szczelinami przed chłodnicą – nawiązuje do Jeepów z dawnych lat. Z technicznego punktu widzenia Renegade oferuje niezwykle szeroką gamę silników, zarówno benzynowych jak i diesli, o mocy w przedziale od 110 do 184 KM. Połączyć je można z jedną z trzech skrzyń biegów do wyboru: manualną, z podwójnym sprzęgłem oraz rewolucyjną automatyczną przekładnią dziewięciobiegową. Do dyspozycji są cztery różne wersje: Sport, Longitude, Limited i Trailhawk. Ta ostatnia ma być punktem odniesienia w tej klasie, jeśli chodzi o możliwości w terenie. Potwierdzeniem tego faktu jest certyfikat „Trail rated". W odróżnieniu od pozostałych wersji, wyposażonych w system napędu integralnego Jeep Active Drive, Renegade Trailhawk dysponuje systemem Jeep Active Drive Low z końcowym przełożeniem redukcyjnym 20:1. Poza tym system kontroli trakcji Selec-Terrain oprócz trybów Auto (Automatyczny), Snow (Śnieg), Sand (Piasek) i Mud (Błoto) dysponuje położeniem Rock (Kamienie), które ułatwia jazdę w miejscach kamienistych. By jak najlepiej radzić sobie w terenie, Renegade Trailhawk ma wyższy prześwit oraz zderzaki, które zapewniają lepsze parametry kątów charakterystycznych. Kąt natarcia wynosi 30,5°, natomiast rampowy i zejścia wynoszą odpowiednio 25,7° oraz 34,3°. Z kolei głębokość brodzenia jest na poziomie pół metra. To chyba wystarczy, by uświadomić sobie, że „Baby Suv" to prawdziwy Jeep. ■



W fabryce „Renegata”

Francesco Novo

zdjęcia Alessandro Lercara

W zakładzie Sata w Melfi trwają przygotowania linii produkcyjnych i szkolenia osób, które będą produkować nowego Jeepa.

U góry: tomograf komputerowy do pomiaru nadwozi. Na stronie obok: symulacja ruchów pracownika w 3D

Do realizacji pierwszego Jeepa produkowanego wyłącznie poza granicami Stanów Zjednoczonych wybrano włoski zakład w Melfi. Tutaj we wrześniu odbędzie się uroczystość z okazji 20-lecia działalności fabryki, która wyprodukowała ponad pięć i pół miliona samochodów, między innymi modele Punto i Ypsilon. By móc wytwarzać Jeepa Renegade, firma zdecydowała, iż w tym południowowłoskim zakładzie zlokalizuje swoje najlepsze międzynarodowe kompetencje. Uruchomienie linii produkcyjnych zaplanowano podczas tegorocznego lata, ale już teraz zakład intensywnie pracuje nad przygotowaniem produkcji i ludzi. To, kim są poszczególne osoby, można rozpoznać po różnych kolorach kombinezonów lub marynarek: technicy lokalni, inżynierowie z Włoch, Polski, Brazylii, Serbii, dostawcy, eksperci od produktu – wszyscy przywiązują wagę do wdrażania metod i technologii. Spośród licznych wprowadzonych innowacji w sposób szczególny wyróżniają się zwłaszcza dwie. WPI (Workplace Integration), czyli szczegółowe badanie stanowiska pracy, dla którego stworzono również symulację wirtualną. Natomiast w nowej sali metrologicznej znajduje się awangardowy tomograf komputerowy do nadwozi, który w zaledwie 50 minut może sprawdzić miliony punktów nadwozia.

Workplace Integration, wprowadzony w strefie, w której odtwarzana jest w skali pomniejszonej linia montażowa, to metoda mająca na celu usprawnienie w każdym detalu procesu produkcyjnego: jakości, wydajności i bezpieczeństwa. Każda potencjalna przyczyna defektów jest eliminowana. Stosowanym w Melfi przyrządem dokonującym analizy jest wirtualny symulator stanowiska pracy. Od co najmniej roku inżynierowie, dzięki wyszukanemu oprogramowaniu, wyprzedzają przyszłość, opracowując w sposób wirtualny ruchy, jakie pracownicy będą wykonywać na linii montażowej. Przed wielkim ekranem, na którym w trójwymiarze odtwarzane jest nadwozie na linii, pracownik, ze specjalnymi okularami i narzędziem roboczym, wykonuje czynność taką, jaką wykonywałby przy linii. Ruchy są prawdziwe, rezultat jest jednak wirtualny, bowiem Renegade, komponenty i linia istnieją jedynie w komputerze. System ten nie tylko sprawdza, czy dana czynność wykonywana jest sprawnie i prawidłowo, ale też wskazuje, jaki powoduje ona wysiłek ze strony operatora, różnymi kolorami sygnalizując na ekranie, które części ciała są nadmiernie obciążane. Dzięki temu systemowi symulacyjnemu opracowano wspólną koncepcję procesu i produktu, z wyprzedzeniem identyfikując ewentualne problemy techniczne i ergonomiczne. To dlatego program ten nazywany jest „I see, I do", czyli „Widzę, robię", ponieważ przejście do fazy wykonawczej następuje dopiero po obejrzeniu, czy wszystko pójdzie sprawnie.

TOMOGRAFIA

Komora skanująca w sali metrologicznej ma coś, co przypomina film z gatunku science-fiction. Gdy działa, dostęp ludzi w jej pobliżu jest zabroniony. Składa się ze skomplikowanej struktury geometrycznej, która podtrzymuje nadwozie, oraz z dwóch robotów, które sterują kamerami. Kamery poruszają się zgodnie z wstępnie określonym programem, który przewiduje sprawdzenie milionów punktów na powierzchni blachy. Obróbka komputerowa generuje trójwymiarowy rysunek z każdą powierzchnią wyszczególnioną kolorem, który pozwala technikom ocenić stan nadwozia: jeśli jest zielony, wszystko jest w porządku, gdy jest „powyżej" idealnego wymiaru, jest koloru czerwonego, a gdy „poniżej" – koloru niebieskiego. Niezwykle ważna jest szybkość przetwarzania tego typu danych. Skorygowanie odchyleń w odpowiednim czasie może bowiem przynieść firmie spore oszczędności, a zatrzymanie linii nawet na kilka minut jest stratą. Proces kontroli każdego nadwozia trwa, dzięki tej maszynie, mniej niż godzinę, tak więc w ramach jednej zmiany można poddać kontroli kilka sztuk. ■

NASI W MELFI

Inżynierowie z Tychów pomagali kolegom z Melfi przy wdrożeniu nowych modeli. Tomasz Janik (na zdjęciu po prawej) i Robert Rozmarynowski wspólnie z włoskimi kolegami w ub. roku przez trzy tygodnie analizowali konstrukcję samochodu pod kątem ułatwień w montażu, zmniejszenia pracochłonności i obniżenia kosztów. Ich pomysły pozwalają zaoszczędzić ok. 3 minut przy produkcji samochodu. „Zaproponowaliśmy rozwiązania dla dwóch głównych układów: hamulcowego oraz zawieszenia przedniego i tylnego" – wyjaśnia Robert Rozmarynowski. Uzyskanie oszczędności rzędu 3 min. możliwe jest tylko w fazie projektowania i wdrażania produkcji *(Greenfield)*. Próby poprawy istniejącego procesu *(Brownfield)* nie przynoszą tak spektakularnych efektów. Jako przykład Tomasz Janik podaje zmianę sposobu mocowania nakładki wlotu powietrza polegającą na wyeliminowaniu dwóch nakrętek w obecnie produkowanym samochodzie w Fiat Auto Poland. Dzięki nowemu rozwiązaniu polegającemu na montażu za pomocą zatrzasku, operacja zostanie skrócona o 0,15 minuty. „To dlatego wszystkie propozycje zmian należy wdrażać przy projektowaniu" – podkreśla.

Włosi szukali osób znających dobrze proces produkcji i konstrukcję samochodów. Robert Rozmarynowski i Tomasz Janik doskonale się do tego nadawali. Pierwszy kieruje działem Logistic Engineering, drugi jest liderem modelu Ford na montażu. Obaj potraktowali wyjazd również jako naukę, która powinna zaowocować w przyszłości. Poznali tam nie tylko specjalistów zajmujących się stricte projektowaniem samochodów, ale także zasady procesu Workplace Integration. Dzięki analizie WPI wszystkie filary WCM w jednym momencie współpracują ze sobą, tworząc nowy doskonalszy proces lub poprawiając istniejący. „Ta wiedza będzie cenna w momencie, gdy zapadnie decyzja o uruchomieniu produkcji nowego modelu samochodu w Tychach. Poznaliśmy działania związane z WPI Greenfield, które będzie można zastosować w naszym zakładzie" – podkreśla Robert Rozmarynowski.

Jeep Cherokee

Taki, jakiego pragniesz

Giancarlo Riolfo

W Europie pojawił się właśnie nowy SUV bazujący na pierwszej wspólnej platformie spółek Fiat i Chrysler. Dostępny jest z trzema różnymi systemami napędu 4×4 i ma wiele różnych osobowości: od SUV-a po prawdziwą terenówkę. W wersji Trailhawk bez problemu pokonuje legendarną trasę Rubicon Trail.

Jeepa Cherokee zaprezentowano w ubiegłym roku na Salonie w Nowym Jorku, a niedawno zawitał już do europejskich portów. Dostępny będzie w wersji przygotowanej stricte „pod" klientów ze Starego Kontynentu: oprócz sześciocylindrowego silnika benzynowego Pentastar o pojemności 3.2 l i mocy 272 KM będą oni mieli do wyboru dwulitrowego turbodiesla o mocy 170 KM lub 140 KM. W przypadku marki Jeep nowy Cherokee stanowi niemałą rewolucję. Model ten, w ramach projektu oznaczony symbolem KL, jest pierwszym pojazdem wykonanym na wspólnej platformie Fiat-Chrysler. Jednak to nie wszystko. W porównaniu ze swym poprzednikiem, czyli modelem Cherokee KK, jest on przełomowy również z technicznego i estetycznego punktu widzenia. O ile bowiem ten sprzed lat miał dosyć surowe i kanciaste linie, w jego nowej odmianie wyzbyto się prostego i funkcjonalnego wyglądu na rzecz wyszukanego i eleganckiego designu. Ale wygląd nie jest w tym przypadku tylko szczegółem: jest również istotą i jednocześnie potwierdzeniem „wszechstronnego" przeznaczenia tego nowego modelu, który produkowany jest w historycznym zakładzie w Toledo, w stanie Ohio.

Nowy Jeep Cherokee jest nie tylko terenówką przeznaczoną wyłącznie do pracy czy umilania czasu wolnego. To prawdziwa gama samochodów o zgoła odmiennej „osobowości": od typowego SUV-a po pojazd terenowy potrafiący przebyć najtrudniejsze, nawet nieutwardzone drogi. W wersji Trailhawk Cherokee ma już za sobą najbardziej ekstremalne trasy prowadzące po bezdrożach, jak słynny Rubi-

Wersja Trailhawk nowego Jeepa Cherokee może poszczycić się doskonałymi własnościami terenowymi

con Trail w Kalifornii czy Hell's Revenge w stanie Utah (film z tych wypraw można obejrzeć na *www.youtube.com*). Wersja ta zdobyła już nawet prestiżowy certyfikat „Trail Rated".

Największą różnicę, poza prześwitem (dodatkowo zwiększonym w wersji Trailhawk), stanowi układ napędowy. Również pod tym względem Cherokee KL znacznie odbiega od wcześniejszego modelu. Ten ostatni miał bowiem tylko jeden rodzaj układu napędowego, z możliwością wyboru między napędem na koła tylne (2WD), napędem na cztery koła z automatycznym rozdziałem momentu napędowego (4WD) oraz napędem na cztery koła z blokadą między mostem przednim i tylnym oraz przełożeniami zredukowanymi (4-Low) do pokonywania najtrudniejszych przeszkód. Nowy Cherokee natomiast oferuje aż trzy różne systemy napędu 4x4, w zależności od wybranej wersji. Wszystkie są standardowo wyposażone w system Selec-Terrain, by jak najlepiej wykorzystywać rozdzielanie momentu napędowego. Wspólną – i przełomową – cechą jest to, że kołami zawsze napędzanymi są koła przednie. Pierwszym systemem napędu 4x4 jest Jeep Active Drive I, z jednobiegowym modułem transferu mocy. System dokonuje zmiany z napędu przedniego na cztery koła w sposób automatyczny, dzięki sprzęgłu wielopłytkowemu zanurzonemu w kąpieli olejowej oraz wyszukanemu systemowi kontroli elektronicznej, który w optymalny sposób rozdziela moment napędowy w zależności od stopnia przyczepności kół do podłoża.

System Selec-Terrain ułatwia jazdę na każdej nawierzchni

Więcej funkcji umożliwia system Active Drive II, który dodatkowo posiada reduktor o przełożeniu 2,92:1. W momencie włączenia przełożenia zredukowanego (4-Low) następuje jednoczesne zblokowanie napędu na obie osie. Dzięki temu Cherokee może z łatwością przekroczyć najbardziej strome wzniesienia, wydostać się w razie utknięcia na nawierzchni o niskiej przyczepności kół i jechać dalej nawet wówczas, gdy jedno koło jest całkowicie uniesione nad ziemią. Dla jeszcze większej popra-

wy własności jezdnych tego Jeepa, Active Drive II „współpracuje", poza systemem Selec-Terrain, także z systemem elektronicznej kontroli hamulców EBC, aby przekazywać moment obrotowy na koła dysponujące większą przyczepnością.

System Jeep Active Drive Lock, dostępny tylko w najbardziej ekstremalnej wersji Cherokee Trailhawk, dysponuje wszystkimi funkcjami systemu Active Drive II z dodatkową możliwością blokowania dyferencjału tylnego w najtrudniejszych warunkach. System napędu 4x4 jest połączony z systemem zarządzania trakcją Selec-Terrain, dzięki któremu kierowca może wybrać spośród czterech różnych trybów jazdy: Auto (Automatyczny), Snow (Śnieg), Sport i Sand/Mud (Błoto/Piasek). Również w tym przypadku wersja Trailhawk ma coś więcej, bowiem dysponuje jeszcze jednym trybem – Rock (Kamienie) – do pokonywania terenów skalistych i niezwykle trudnych przeszkód.

Inną absolutną nowością nowego Jeepa Cherokee jest układ przeniesienia napędu z wprowadzoną po raz pierwszy w tej klasie samochodów automatyczną skrzynią biegów z dziewięcioma biegami. Seryjnie oferowana jest ona z silnikami Pentastar i turbodieslem o mocy 170 KM. Zmiana biegów odbywa się w niej niezwykle płynnie, zapewnia niezłe osiągi przy przyspieszaniu, a jednocześnie nie powoduje zbyt dużego apetytu na paliwo. Znaczącą rolę odgrywa tutaj również wyszukany system kontroli elektronicznej, który wykorzystuje 40 różnych map zmiany biegów, by oferować w każdych okolicznościach optymalne przełożenie. Oczywiście można wybrać albo działanie automatyczne albo obsługę manualną, se-

REKORD POD WZGLĘDEM **BEZPIECZEŃSTWA**

Nowy Jeep Cherokee odniósł sukces jeszcze przed oficjalną prezentacją w Europie: otrzymał pięć gwiazdek w Euro NCAP, czyli maksymalną możliwą liczbę punktów w prestiżowych międzynarodowych testach zderzeniowych. Cherokee zdobył też miano zdecydowanie najbardziej bezpiecznego samochodu w kategorii Small Off Road 4x4. To zasługa m. in. cieszącej się powodzeniem platformy Compact US Wide, która wykorzystuje strukturę w 65% ze stali o wysokiej wytrzymałości. Ale też ponad 70 różnych urządzeń: od siedmiu poduszek powietrznych po system elektronicznej kontroli stabilności ESC z systemem zapobiegającym wywróceniu się samochodu ERM, układ ABS zaprogramowany do jazdy terenowej czy system Forward Collision Warning-Plus, który ocenia bezpieczną odległość, a w razie niebezpieczeństwa przygotowuje samochód do hamowania awaryjnego, a jednocześnie odpowiednio ostrzega kierowcę. Ponadto system Lane Departure Warning-Plus wykorzystuje kamerę do rozpoznawania pasa ruchu, a w razie zmiany trajektorii, której nie towarzyszyło uruchomienie przez kierowcę kierunkowskazu po odpowiedniej stronie samochodu, przywołuje uwagę kierowcy.

LICZNE **PLEMIĘ**

Cherokee, w języku polskim Czirokezi, to nazwa plemienia Indian zamieszkujących wschodnią część USA. Jest to również nazwa, którą w 1974 r. Jeep wybrał dla modelu SJ, wielkiej terenówki z karoserią typu kombi i silnikami sześcio- i ośmiocylindrowymi o pojemności od 4.2 do 6.6 litra. Był to powszechnie ceniony samochód, dlatego dziesięć lat później, gdy amerykański producent wprowadził na rynek nową średnią terenówkę, tj. model XJ, ponownie nadano mu przydomek Cherokee. Tego Jeepa, który odniósł sukces rangi światowej, produkowano do 2001 r. w różnych wersjach silnikowych. Zastąpił go później model KJ, który – w miejsce kanciastych typowych linii marki – wprowadził karoserię z krągłościami i po raz pierwszy niezależne zawieszenie z przodu. Model KJ na całym świecie był sprzedawany jako Jeep Cherokee, a w USA jako Liberty. Tak samo było z kolejnym modelem KK, wprowadzonym w 2008 r. i ponownie z zewnątrz wyróżniającym się bardziej kwadratową formą. W nowym modelu KL nazwa Cherokee tym razem będzie obowiązywać także w jego ojczyźnie.

Tył nowego Jeepa, a obok, po prawej stronie, jego deska rozdzielcza. Poniżej: pierwszy Cherokee, model SJ z 1974 roku

kwencyjną. Turbodiesel o mocy 140 KM pracuje natomiast w parze ze skrzynią sześciobiegową. Nowość pojawiła się również w podwoziu tego samochodu. Zastosowana w nim platforma to Compact US Wide, powstała we Włoszech do Alfy Romeo Giulietty, a wykorzystywana jest również w modelu Dodge Dart i nowym Chryslerze 200. Jest to niezwykle wszechstronna struktura, która może być wykorzystywana zarówno w samochodach stricte sportowych, jak i w SUV-ach o doskonałych własnościach terenowych, czyli właśnie w Cherokee. Ta niezwykle trwała struktura wykonana jest w 65 procentach ze stali o wysokiej wytrzymałości. Cherokee posiada niezależne zawieszenie wszystkich kół i nie ma już w tym modelu tradycyjnego tylnego mostu sztywnego. Z przodu występuje kolumna MacPhersona, z tyłu układ Multilink. Długość Cherokee KL wynosi niewiele ponad 4,6 metra, ale rozstaw osi to prawie 2,7 m więcej, niż w przypadku jego poprzedników, co zapewnia niezłą przestronność wnę-

Automatyczna, 9-biegowa skrzynia zmniejsza zużycie paliwa

trza. W odróżnieniu od Jeepów z dawnych lat, dosyć spartańsko wykonywanych jak przystało na samochody przeznaczone do jazdy w terenie lub dla farmerów, nowy Cherokee ma wyposażenie i wykończenie niczym w samochodzie luksusowym.

Europejscy klienci mają do wyboru trzy różne wersje: Longitude, Limited i Trailhawk. Ta ostatnia, jak już wspomnieliśmy, przeznaczona jest dla miłośników off-roadu. „Na pokładzie" tego samochodu znajdują się również liczne nowinki technologiczne, na przykład asystent parkowania, który steruje układem kierowniczym podczas wykonywania manewrów, czy też tempomat adaptacyjny Control-Plus, który nie ogranicza się tylko do utrzymywania zadanej prędkości, ale też oddziałuje na hamulce i pedał przyspieszenia, by utrzymywać stałą odległość od poprzedzającego pojazdu. Oczywiście nie zabrakło urządzeń zapewniających odpowiednie bezpieczeństwo: mówimy o nich w boksie obok tekstu głównego. ■

Nowości Fiat-Chrysler na Motor Show

Motoryzacyjne targi w Poznaniu są coraz bardziej interesujące. W tym roku prezentowało się tam 200 wystawców. Gwiazdami stoisk Grupy Fiat-Chrysler były Alfa Romeo 4C i Jeep Cherokee.

Anna Lubertowicz-Sztorc

zdjęcia Michał Sztorc

„Naszym celem jest zorganizowanie targów, które swoją rangą będą mogły równać się do największych europejskich imprez motoryzacyjnych. Wzorem dla nas jest Genewa" – mówił podczas konferencji prasowej dyrektor targów Marcin Gruszczyński. Motor Show co roku gromadzi najważniejszych producentów aut, wśród nich Grupę Fiat-Chrysler. O obecności jej marek na targach mówią dyrektor handlowy FAP Marek Kisz oraz brand manager Sławomir Szałkowski.

Jak ocenia pan targi w Poznaniu? Koniec kryzysu?

Marek Kisz: Cieszy nas frekwencja na imprezie. Organizator podał, że tegoroczne Motor Show odwiedziło ponad 95 tys. widzów. Oby był to dobry prognostyk na najbliższe miesiące w sprzedaży nowych samochodów. Na jej wielkość w pierwszym kwartale br. wpływ miały przepisy prawne umożliwiające przedsiębiorcom odpisywanie pełnej wartości podatku VAT od zakupionego samochodu osobowego z homologacją ciężarową N1, czyli z tzw. „kratką". Ważne jest również, iż od 1 kwietnia przy zakupie samochodu osobowego można odliczyć połowę podatku VAT bez górnego limitu. Część klientów już przekazała sprzedawcom informację, że zamiast używać w firmie samochodu z „kratą", woli decyzję o zakupie nowego pojazdu podjąć po kwietniu. Można zatem sądzić, że nie tylko w pierwszym, ale i w kolejnych kwartałach znajdą się chętni na zakup nowych aut.

W marcu zanotowaliśmy także rekordowy popyt na model Jeep Grand Cherokee. Dodatkowo sporo wskaźników makroekonomicznych w Polsce wskazuje na ożywienie gospodarki. Bazując na tych faktach zaktualizowaliśmy nasze prognozy dotyczące rynku w 2014 roku, szacując większą sprzedaż niż do niedawna planowano.

Alfa 4C na stoisku Grupy Fiat-Chrysler wzbudzała sensację. Jakie nadzieje Grupa pokłada w tym modelu?

MK: To, że Alfa 4C była główną bohaterką i gwiazdą Motor Show to głównie zasługa dwóch naszych dealerów z Wielkopolski, firm POL-CAR oraz AutoCentrum. To dzięki ich zaangażowaniu Fiat-Chrysler mógł zaprezentować swoje modele w Poznaniu. Wśród nich 4C – samochód będący kwintesencją Alfy Romeo. Lekkie sportowe auto z mocnym silnikiem o niskiej pojemności i napędem na oś tylną. Takie właśnie były kiedyś sportowe Alfy Romeo: nie największe, nie najmocniejsze, ale dzięki lekkości konstrukcji, fantastycznym właściwościom jezdnym i geniuszowi ich konstruktorów wygrywały wyścigi na całym świecie. Jednak 4C jest samochodem, z posiadania którego będzie mogło cieszyć się niewielu. Nie chodzi nawet o cenę ok. 250 tys. zł, która jak na supersamochód nie jest wygórowana. Roczne limity tego produkowanego w zakładach Maserati w Modenie auta wynoszą 3500 sztuk. Alfa 4C to zatem auto wizerunkowe, pokazujące możliwości marki.

Jakie plany ma w tym roku w Polsce Grupa Fiat-Chrysler? Czekają nas jakieś niespodzianki?

MK: Sporo już się dzieje, a cały rok dla Dyrekcji Handlowej zapowiada się pracowicie. Zaczęliśmy od akcji promocyjnej wyprzedaży rocznika 2013 na początku roku. Wprowadzamy nowe wersje Fiata 500, Fiata 500L i Lancii Ypsilon, oferujemy już Alfę Giuliettę i MiTo po liftingu. Teraz pracujemy nad jednym z dwóch najważniejszych debiutów rynkowych dla Grupy w 2014. Mowa o nowym Jeepie Cherokee (nie mylić z Grand Cherokee). Równolegle dział samochodów dostawczych pracuje nad wprowadzeniem na rynek nowego Fiata Ducato – to od 7 lat najczęściej wybierany w Polsce samochód dostawczy. Okres wakacji i bezpośrednio po nich poświęcimy natomiast na przygotowanie dwóch premier: Jeepa Renegade i nowego Fiata 500X.

Od góry: Marek Kisz, dyrektor handlowy FAP oraz Sławomir Szałkowski, country manager marek Jeep, Lancia i Alfa Romeo

Jak Pan ocenia tegoroczne targi motoryzacyjne w Poznaniu?

Sławomir Szałkowski: Widać, że targi w Poznaniu najgorsze mają już za sobą. Stoiska wyraźnie urosły i wypiękniały. Wystawcy – producenci i dealerzy dbają o swoich klientów, starają się ich zainteresować ofertą oraz dodatkowymi atrakcjami np. w postaci torów off-roadowych, gdzie można przetestować możliwości nowego Jeepa Cherokee w niezwykle wymagających warunkach.

Czyli w tym roku przed nami świetlana przyszłość motoryzacyjna?

SS: Wszyscy mamy taką nadzieję. Prognozy wskazują, że w 2014 roku będzie około 300 tysięcy nowo zarejestrowanych aut, to więcej niż w latach ubiegłych, ale to i tak dopiero połowa tego, co kilkanaście lat temu. Jednak wszystkie wskaźniki optymizmu konsumenckiego wskazują na to, że chcemy kupować samochody i w tym upatrujemy szanse również dla nas.

Na Motor Show swoją premierę miał nowy Jeep Cherokee…

SS: Tak, polska publiczność zobaczyła go po raz pierwszy. To samochód o najlepszych parametrach terenowych, jakie kiedykolwiek ten model posiadał, a także doskonałe auto do jazdy na szosie i w mieście. Ten średniej wielkości SUV-a wprowadzamy do sprzedaży nad Wisłą już od początku maja. Nowy Cherokee ma wszystkie atrybuty, aby odnieść sukces rynkowy. Jestem przekonany, że sporo namiesza w segmencie średnich samochodów terenowych. Ten rok dla Jeepa będzie jednak fantastyczny nie tylko z powodu nowego Cherokee. W czwartym kwartale wprowadzimy chyba najbardziej przełomową i oczekiwaną w naszej marce premierę od lat, czyli Jeepa Renegade, który pokazany został po raz pierwszy w Genewie. ■

Team Kaizen
Niczym wynalazcy

Krzysztof Bielski

zdjęcia Ireneusz Kaźmierczak

Team Kaizen powstał, by realizować pomysły usprawniające produkcję i ułatwiające pracę. Ktoś rzuca pomysł, a oni szukają rozwiązania i realizują je. Są niemal jak wynalazcy.

Na górze: samojezdny wózek do montażu nadkoli opracowany i wykonany przez Team Kaizen

Na początku zawsze pojawia się potrzeba usprawnienia procesu, ułatwienia pracy, obniżenia kosztów, ograniczenia ilości wykonywanych czynności bez wartości dodanej (NVAA). Kierownicy obserwując proces produkcyjny zwracają uwagę na możliwości dokonania jego poprawy, a spostrzeżenia przekuwają w pomysły. Jak podkreśla szef jednostki Montażu Andrzej Tokarz zaangażowanie załogi jest w tej dziedzinie bardzo duże. Według niego każdy pracownik zgłasza średnio w ciągu roku 25 propozycji różnych ulepszeń.

9-OSOBOWY TEAM

W tyskiej fabryce Fiat Auto Poland Team Kaizen powstał w ubiegłym roku. Tworzy go dziewięć osób, w większości z Montażu, gdzie znaczący udział pracy ludzkiej daje największe pole do popisu. Szef grupy, a zarazem kierownik utrzymania ruchu w tej jednostce, Mariusz Smoleń podkreśla, że dobór członków nie był przypadkowy. Każdy musiał wykazać się fachowością, kreatywnością i zmysłem technicznym. „Trzeba mieć otwarte umysły" – zaznacza. Są tu fachowcy z różnych dziedzin: konstruktorzy, elektrycy, elektronicy i mechanicy. Do dyspozycji mają warsztat wyposażony w potrzebne maszyny.

Suma ich cech i specjalizacji przynosi fabryce wymierne efekty. W ubiegłym roku wpłynęło do nich ok. stu projektów, spośród których zrealizowano blisko 50. Zdecydowana większość dotyczyła Montażu. Pojedyncze realizowane są na Spawalni. „Niedawno otrzymaliśmy zgłoszenie z Lakierni, aby zastanowić się nad usprawnieniem procesu montażu płyt wygłuszających" – dodaje Smoleń.

Ubiegłoroczne korzyści wyliczone zostały na ok. 230 tys. euro.

Nie tylko pieniądze są tu jednak ważne, ale też inspirowanie załogi do szukania możliwości poprawy. „Musimy zrobić wszystko, aby załoga wiedziała, że jej pomysłowość jest doceniana i wykorzystywana. To także dlatego powstał Team Kaizen. Dzięki niemu pomysły realizowane są szybciej, na miejscu i naszymi siłami" – podkreśla Andrzej Tokarz.

POTRZEBA, POMYSŁ, ROZWIĄZANIE

Swoje propozycje ulepszeń pracownicy zgłaszają kierownikowi, który umieszcza je w bazie danych. „Przeglądamy pomysły i zgodnie z metodologią wybieramy najlepsze" – wyjaśnia lider zespołu Mariusz Smoleń. Do realizacji trafiają te, które można wdrożyć stosunkowo najszybciej, a zarazem przyniosą największe efekty. Zdaniem Tomasza Bogacza, lidera filaru WCM na Montażu, który odpowiada za organizację miejsca pracy (Workplace Organization, WO), najczęściej propozycje dotyczą poprawy stanowiska pracy poprzez dostarczenie detali jak najbliżej pracownika do tzw. Strefy Golden Zone.

„Kaizenowcy" mają za zadanie zmaterializować najlepsze propozycje. „Po wyborze projektu robimy burzę mózgów. Spotykamy się na odcinku, który chcemy usprawnić i decydujemy o sposobie realizacji. Czasem wystarczy zoptymalizować ustawienie regałów, które stoją zbyt daleko i pracownik musi zrobić kilka kroków, żeby pobrać detal" – wyjaśnia Smoleń. Jeśli w taki sposób nie da się rozwiązać problemu, wówczas zespół poszukuje możliwości zastosowania prostych automatyzacji, tzw. rozwiązań Low Cost Automatisation (LCA). Najczęściej kryją się za tym różnego rodzaju wózki, które dostarczają wymagane części do pracownika przy linii montażowej. „Projektujemy je tak, by spełniały swą rolę z punktu ekonomicznego, bezpieczeństwa i jakości pracy na stanowisku" – dodaje Tomasz Bogacz. Poza wózkami mogą to być także podajniki śrub czy też odsysacze odpadów.

Realizacja zaczyna się od wykonania niewielkich szkiców i przeprowadzenia rozmów. „Szef informuje nas, co i gdzie mamy wykonać. Idziemy tam, przyglądamy się procesowi i zastanawiamy. Pytamy pracowników, z którego miejsca najłatwiej byłoby im przykładowo pobierać detal. Staramy się wszystko w miarę rozsądnie ułożyć. Wreszcie proponujemy rozwiązanie, które nasz szef weryfikuje. Po naniesieniu ewentualnych poprawek w warsztacie tworzymy prototyp" – opowiada o drodze od zgłoszenia pomysłu do jego rozwiązania członek Teamu Kaizen Krzysztof Krzyścin. Jak dodaje jego kolega z zespołu, Piotr Kurtok, projekt jest sukcesywnie rozwijany. „Sprawdzamy przykładowo, czy można zastosować napęd elektryczny, czy nie. W fabryce są stanowiska, gdzie jego użycie jest niemożliwe" – wyjaśnia. Przydatność rozwiązania jest weryfikowana na linii.

Spośród propozycji poprawy wybiera się ulepszenia, które przynoszą efekty

Andrzej Tokarz, Mariusz Smoleń. Na dole: Team Kaizen, w pierwszym rzędzie od lewej: Mariusz Smoleń, Zbigniew Świder, Andrzej Ślusarczyk, Piotr Kurtok i Zdzisław Gruszka. W drugim rzędzie: Krzysztof Krzyścin, Stanisław Śmietański, Dawid Kozłowski i Sławomir Berny

Finalnie prototyp zostaje zatwierdzony między innymi przez służby inżynierii, jakości i bezpieczeństwa. Sprawdzają, czy rozwiązanie nie spowoduje zagrożenia dla pracownika lub nie uszkodzi detalu, albo nadwozia. Po akceptacji prototypu przez wszystkie wymagane służby przygotowywana jest ostateczna wersja urządzenia. Inżynieria produkcji aktualizuje zmiany procesu technologicznego i na tej podstawie określony zostaje pozytywny efekt wdrożenia. „Dowiadujemy się wówczas, jakie realne oszczędności przyniosło dane rozwiązanie" – mówi Tomasz Bogacz.

Droga od pomysłu do wdrożenia jest różna. Zdaniem Bogacza może to trwać od paru tygodni do kilku miesięcy. Wszystko jest uzależnione od zaawansowania technicznego projektu, czy jest to urządzenie proste, grawitacyjne, czy też zastosowane w nim zostały pneumatyka i elektronika. „Gdy musieliśmy zastosować wózek podwieszony na szynie, to od wpisania w bazę danych do realizacji minął miesiąc" – dodaje.

Powyżej: wózek do montażu osłony body computer, który wyeliminował schylanie się pracownika. Po prawej: Tomasz Bogacz

ZŁOTE POMYSŁY

Największy spośród dotychczas zrealizowanych projektów powstał na linii produkcyjnej w Zespole Technologicznym Montażu numer 14. Odnotowywane były tam spore straty NVAA, a detale, których było wiele ze względu na dużą ilość wersji montowanych samochodów, wręcz nie mieściły się przy linii. Z zespołu wdrażającego w Fiat Auto Poland metodę Workplace Integration, umożliwiającą stworzenie stanowiska pracy bliskiego ideałowi poprzez poprawę bezpieczeństwa, ergonomii, jakości oraz obniżenie kosztów, wypłynął pomysł zastosowania wózków kittingowych. Jego wdrożeniem zajęli się specjaliści z Teamu Kaizen.

„To był bardzo skomplikowany projekt. Zwykle wózki kittingowe nie posiadają napędu. Zdecydowałem, że pójdziemy w tym miejscu krok naprzód i zaproponujemy rozwiązanie samojezdne. Zbudowaliśmy 30 takich wózków. Napędzane są energią elektryczną z akumulatorów i poruszają się po taśmie magnetycznej" – mówi Smoleń. Kursują między polem sekwencjonowania i linią montażową. Dostarczane nimi są detale przypisane do konkretnego montowanego nadwozia. Wózek automatycznie zaczepia się do niego na pierwszym stanowisku roboczym i podąża wzdłuż linii, dzięki czemu pracownicy wciąż mają pod ręką wszelkie potrzebne detale. Na końcu linii wózek automatycznie się wypina i podąża samoczynnie na pole sekwencjonowania, gdzie jest ponownie uzupełniany. „Przy tym projekcie, tzn. przy programowaniu wózków bardzo nam pomogli koledzy z utrzymania ruchu" – dodaje Mariusz Smoleń.

Zdaniem szefa zespołu spore

oszczędności przynoszą także proste pomysły. Jednym z takich rozwiązań jest zastosowanie podajnika do etykiet. Dotychczas pracownik każdorazowo musiał odrywać ją z rolki, co – jak łatwo się domyślić – w rękawicach roboczych nie jest czynnością łatwą. „Zastosowaliśmy urządzenie, które podaje naklejkę. Teraz pracownik swobodnie ją odrywa, a podajnik przygotowuje kolejną" – wyjaśnia Smoleń. Poprawiono również czynność pobierania śrub. Na wózku, który je dostarcza, zainstalowany został tzw. „dzięcioł". „To urządzenie na swej końcówce posiada magnez, który opada do pojemnika ze śrubami i pobiera wyliczoną ilość wkrętów" – wyjaśniają pracownicy zespołu.

Niektóre z wdrożonych przez Team Kaizen rozwiązań poprawiają jakość. Jedno z nich usprawnia doklejanie oznaczeń marki i modelu do nadwozia. Pracownik wcześniej robił to używając odpowiedniego przyrządu, ale nie posiadał jednak pełnej informacji o sile nacisku. „Kaizenowcy" zaproponowali zastosowanie mikrostyku i diody LED. Gdy siła nacisku jest odpowiednia, a znaczek dociśnięty, zaczyna ona świecić.

Jak podkreślają członkowie zespołu Kaizen najczęściej pomoc sprowadza się jednak do wykonania prostych wózków, które są niezwykle przydatne pracownikom. Piotr Kurtok mówi, że nie ma w nich żadnej automatyki czy napędu, ale poprawiają komfort pracy poprzez wyeliminowanie konieczności ciągłego schylania się po detal, czy ich przenoszenia.

DUMNI Z PRACY

Początki zespołu nie były łatwe. „Panowała lekka nieufność. Gdy zrobiliśmy pierwszy, drugi wózek, a pracownicy zaczęli z nich korzystać i byli zadowoleni, wówczas kierownicy przekonali się. Teraz napływających propozycji usprawnień jest coraz więcej" – mówi Krzysztof Krzyścin. To wszystko sprawia, że członkowie zespołu są dumni ze swej pracy. „Szczególna satysfakcja pojawia się, gdy dostrzegamy, że ułatwiliśmy komuś pracę" – dodaje Piotr Kurtok.

Szef jednostki Montażu Andrzej Tokarz podkreśla, że rola Teamu Kaizen już w tej chwili jest bardzo duża. „To grupa bardzo dobrych specjalistów, do których dyrekcja i pracownicy wydziałów podchodzą z wielkim szacunkiem" – mówi. Jego zdaniem „kaizenowcy" to ludzie, którzy w pół roku stali się specjalistami i wciąż się rozwijają z pożytkiem dla załogi i całej fabryki. ■

Samojezdny wózek na normalki ułatwiający montaż deski rozdzielczej

ZARZĄDZANIE

Metoda *na poprawę*

Kaizen to filozofia postępowania zaczerpnięta z japońskiej praktyki zarządzania, która nie ogranicza się do tego, by produkt osiągnął odpowiednią jakość. Jej podstawową regułą jest chęć ciągłego doskonalenia produktu i firmy. Kaizen dąży m. in. do skrócenia czasu realizacji procesu, poprawy jakości, czy redukcji kosztów.

Innowacyjny wydech

Systemy wydechowe z Magneti Marelli Exhaust Systems w Sosnowcu spełniają niezwykle wyśrubowane normy emisji zanieczyszczeń Euro 6. Wszystko dzięki innowacyjnej technologii.

Krzysztof Bielski

zdjęcia Satiz Poland

„Wprowadzając tak nowatorską technologię otworzyliśmy szeroko drzwi naszego zakładu dla producentów samochodów. Każdy z nich, aby uzyskać homologację dla swojego pojazdu i sprzedać go na rynkach Starego Kontynentu, musi zmieścić się w normie Euro 6. A my jesteśmy jedyną firmą w Polsce, która produkuje umożliwiające to systemy wydechowe" – z dumą podkreśla dyrektor zakładu Jan Duraj (zdjęcie na stronie obok).

EURO Z CYFERKĄ

Wszystko zaczęło się ponad 10 lat temu, gdy Unia Europejska wprowadziła standardy dotyczące emisji spalin. W 1995 roku zaczęła obowiązywać norma Euro 1, która wyszczególniała dopuszczalne wielkości wytwarzania przez silniki tlenków azotu, węglowodorów, tlenków węgla oraz cząstek stałych. W kolejnych latach przepisy ewoluowały sukcesywnie zwiększając swoją restrykcyjność. Ostatnio obowiązywała norma Euro 5 wprowadzona w 2009 roku. We wrześniu bieżącego roku zastąpi ją jeszcze bardziej wyśrubowana norma Euro 6. Wprowadza ona obostrzenia nie tylko w zakresie ograniczenia emisji szkodliwych substancji, ale także co do trwałości systemów wydechowych. Ich pełna sprawność powinna zostać utrzymana przy przebiegu co najmniej 160 tysięcy kilometrów, czyli w praktyce niemal przez cały okres eksploatacji pojazdu.

INWESTYCJE DLA „SZÓSTKI”

System wydechowy ma kluczowe znaczenie przy uzyskaniu parametrów wymaganych przez podwyższoną normę. Jego sercem jest katalizator. To ceramiczny, sztywny monolit pokryty metalami szlachetnymi i otoczony metalowym „płaszczem”. Przestrzeń między nimi wypełnia „materacyk”, czyli mata osłonowa wykonana ze specjalnych materiałów gwarantujących jego elastyczność. „W katalizatorach występują bardzo wysokie temperatury, które nie mają wpływu na element ceramiczny, ale powodują, że rozszerza się metalowa obudowa. „Materacyk stosujemy, aby na monolit działał odpowiedni naciski, bo tylko wtedy pracuje on właściwie” – wyjaśnia dyrektor Jan Duraj. Po dołożeniu do katalizatora filtra wyłapującego cząsteczki, powstaje *Canning*, który wraz z kolektorem i rurą wylotową, tworzy w następnej kolejności kompletny system wydechowy. W takiej formie dostarczany jest on odbiorcy.

Jak podkreśla Jan Duraj już przy normie Euro 5 w katalizatorach stosowane były najwyższej jakości wkłady ceramiczne oraz maty uszczelniające. Jak zatem sprostać coraz bardziej restrykcyjnym wymaganiom? „Najistotniejsze stało się zachowanie wysokich parametrów dopasowania elementów podczas montażu. Chodzi o to, by w trakcie eksploatacji – pomimo starzenia się wkładu katalitycznego i maty – nie wystąpiło pogorszenie własności użytkowych” – mówi. Osiągnąć to było można tylko inwestując w unowocześnienie procesu produkcyjnego. Sosnowiecka firma zdecydowała się na ten krok. Wartość inwestycji wynosi 20 mln zł. W większości sfinansowana została z funduszy Unii Europejskiej, gdyż zarówno proces produkcyjny, jak i sam produkt, są wysoce innowacyjne i przyczyniają się do modernizowania polskiej gospodarki.

Prace przy inwestycji rozpoczęły się w ubiegłym roku. Zaangażowali się w nie inżynierowie, służby techniczne oraz pracownicy bezpośredniej produkcji. Dzięki ich wysiłkom powstały już dwie z trzech linii. Od

WARTO WIEDZIEĆ

O firmie *w pigułce*

Spółka Magneti Marelli Exhaust Systems jest obecna w Polsce od 1993 roku. Zajmuje się produkcją układów wydechowych: części przednich z katalizatorami, centralnych i tylnych, a także tłumików. Są one bezpośrednio montowane do silników lub trafiają na rynek jako części zamienne. Firma rozpoczynała swoją działalność w wydzierżawionym obiekcie w Dąbrowie Górniczej. Latem 2008 roku zmieniła siedzibę i przeprowadziła się do nowej hali, którą wybudowała w Sosnowcu na terenie Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Obecnie firma zatrudnia blisko 200 osób.

Tablica rejestracji godzinowej z linii Canninga EVO 2 E6

Spółka z Sosnowca jest jedyną firmą w Polsce produkującą systemy wydechowe wg normy Euro 6

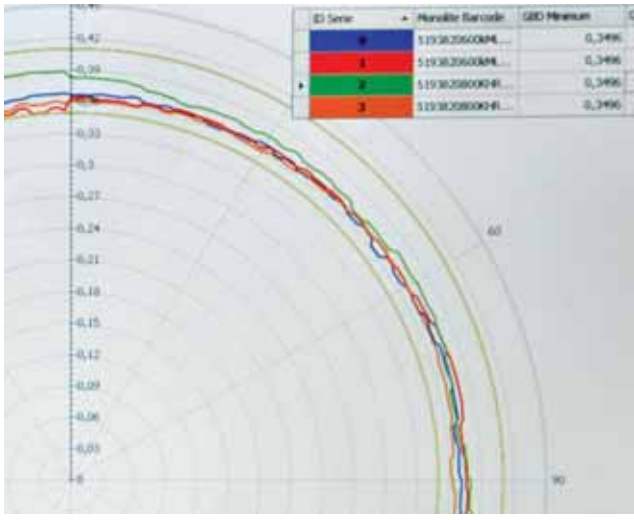
września 2013 roku powstanie na jednej z nich *Canning*, będący trzonem systemu wydechowego do silników benzynowych, które napędzają samochody produkowane przez Fiata w Tychach: Fiata 500, Lancię Ypsilon i Forda Ka, a także we Włoszech: nową Pandę. Obecnie ich produkcja wynosi około 1,5 tys. sztuk dziennie. Dzięki inwestycji już ponad 95 proc. wytwarzanych w Sosnowcu systemów wydechowych do silników benzynowych spełnia nową normę. Powstały też pierwsze systemy spełniające normę

Zastosowanie technologii Size to Fit zapewnia dużą trwałość katalizatorów

Euro 6 do silników wysokoprężnych, które produkuje zakład Fiat Powertrain Technologies Poland w Bielsku-Białej. Będą one trafiały do Fiatów powstających w różnych krajach oraz do samochodów GM. „Do końca bieżącego roku chcemy wytworzyć jeszcze około 40 tysięcy sztuk" – mówi Jan Duraj.
Ostatnim elementem inwestycji będzie trzecia linia, która zwiększy zdolności produkcyjne firmy. Powstanie w przyszłym roku.

INNOWACYJNOŚĆ

Co zadecydowało, że inwestycja została uznana za nowatorską do tego stopnia, iż Unia Europejska zdecydowała się ją dofinansować? Zdaniem Jana Filipczyka z wydziału transportu Politechniki Śląskiej w Gliwicach innowacyjność dotyczy zarówno nowego produktu, jak też procesu jego produkcji, a zastosowane rozwiązania są unikalne w skali światowej i chronione wieloma patentami.
Istotą nowatorstwa w przypadku produktu jest wprowadzenie niezwykle precyzyjnego dopasowywania wkładu katalitycznego, maty i powłoki metalowej. Obecnie każdy element jest mierzony przez urządzenia elektroniczne z dokładnością do ułamków milimetra i dopasowywany do innego. Zapewnia to skuteczne działanie katalizatora w całym okresie eksploatacji. „Pożądaną jakość dopasowania elementów składowych można osiągnąć wyłącznie poprzez wprowadzenie innowacyjnej zasady pasowania indywidualnego w procesie masowej produkcji" – podkreśla Filipczyk.
Z kolei innowacyjność procesu produkcji polega na wprowadzeniu technologii *Size to Fit*. Polega ona na automatycznym pomiarze laserowym parametrów geometrycznych wkładu katalitycznego i określeniu niezbędnych wymiarów maty na podstawie zmierzenia jej masy. Każdy produkt, który odbiega od wyznaczonej normy jest odrzucany. Filipczyk dodaje, że na podstawie tych danych następuje automatycznie indywidualny dobór parametrów procesu zabudowy wkładu otoczonego „materacykiem" w powłoce metalowej. „Ta technologia zapewnia uzyskanie 100 procent powtarzalności parametrów (…) elementów katalizatora, które decydują o jego trwałości. Wprowadzenie indywidualnych pomiarów w produkcji pozwala na sporządzenie charakterystyk dla każdej sztuki. Po nadaniu unikatowego kodu istnieje możliwość identyfikacji każdego ka-



U góry: Indywidualny zapis charakterystyki katalizatora wykonywany dla 100% produkowanych katalizatorów. Poniżej: Canningi wykonane w technologii Size to Fit jako półwyrób dla katalizatora 1.2 EVO 2 E6

talizatora wraz z określeniem parametrów technologicznych jego wytworzenia" – podkreśla. Naukowiec przypomniał, że przy wcześniej stosowanym procesie, w którym produkowane były katalizatory spełniające wymogi normy Euro 5, dobór parametrów zabudowy wkładu katalitycznego w osłonie odbywał się na podstawie uśrednienia wartości. „Nie gwarantowało to powtarzalności dopasowania elementów, co z kolei mogło mieć wpływ na różną trwałość katalizatora w tych samych warunkach eksploatacji" – wyjaśnia.

Dyrektor zakładu Jan Duraj dodaje, że w porównaniu ze starszymi generacjami, w katalizatorach typu Euro 6 obudowy są wykonywane z cieńszych blach: 1,2 mm zamiast 1,5 mm. Zmniejsza to ich masę, przy jednoczesnym zwiększeniu trwałości. Daje także oszczędności, które można przeliczyć na pieniądze.

Według Filipczyka wdrożenie technologii sprawia, że Magneti Marelli Exhaust Systems w znaczący sposób zwiększa konkurencyjność i przyczynia się do rozwoju sektora motoryzacyjnego.

NOWATORSKIE POMYSŁY

Nowa norma wprowadziła szereg wymagań, bez spełnienia których nie będzie można od września 2014 roku sprzedać w Europie żadnego nowego samochodu. Aby im sprostać, konstruktorzy z centrum badawczo-rozwojowego Magneti Marelli w Turynie zaprojektowali nowatorskie rozwiązania, które sprawiają, że obniżona została emisja szkodliwych substancji przy rozruchu samochodu. Katalizator osiąga właściwą sprawność dopiero po odpowiednim nagrzaniu. Gdy jest zimny przypomina zwykły brykiet, przez który przepływają spaliny. W systemach do silników benzynowych zastosowane zostało dopalanie zanieczyszczeń. Z myślą o tym rozwiązaniu, już przy wprowadzeniu normy Euro 5, katalizator został przeniesiony bliżej silnika, aby jak najszybciej osiągnąć odpowiednią temperaturę. Obecnie całe urządzenie posiada dodatkową dyszę, którą – do momentu nagrzania katalizatora – gaz jest zawracany ponownie do turbiny silnika. „To taki swoisty bajpas. Spaliny krążą w ten sposób do czasu, aż katalizator osiągnie właściwe parametry i je oczyści. Dopiero wtedy dysza zostanie zablokowana, a gazy trafią do tłumika wylotowego. Przy uruchamianiu samochodu nie będzie już czuć smrodu spalin" – podkreśla Jan Duraj.

Katalizator 1.3 DPF Euro 6 do silników diesla dla FPT. Poniżej: Linia do produkcji katalizatora EV02 Euro 6

DOKĄD ZMIERZA ŚWIAT?

Dokąd zmierza motoryzacyjny świat? Czy będzie norma Euro 7? Czy to w ogóle możliwe? „Samochody coraz mniej zatruwają środowisko. Sądzę, że norma Euro 6 nie jest ostatnim etapem, choć dziś niezwykle trudno jest mi sobie wyobrazić, gdzie będziemy szukali możliwości śrubowania parametrów. Obecny stan jest już ogromnym skokiem w porównaniu z dotychczasową normą. Czy da się jeszcze coś wymyślić, by oczyścić spaliny? Stosujemy już ceramikę, obróbkę i zawracanie gazów. Będzie bardzo trudno coś jeszcze udoskonalić" – mówi Jan Duraj. ■

Anna Borsukiewicz

zdjęcia Jerzy Kozierkiewicz

Złoto dla Comau

Podczas tegorocznych 20. targów Automaticon w Warszawie robot Racer Comau zdobył dwie prestiżowe nagrody. Złoty medal przyznał mu organizator targów, czyli Przemysłowy Instytut Automatyki i Pomiarów PIAP. Racer otrzymał też tytuł Produkt Roku 2013 w konkursie redakcji magazynu Control Engineering Polska.

U góry: robot przemysłowy Racer 7-1.4 w oryginalny sposób prezentuje swoje umiejętności, układając z klocków napis „Produkt Roku”

Złoty medal jest wyróżnieniem zarezerwowanym dla najlepszych rozwiązań prezentowanych na targach Automaticon. Jego zdobycie to ogromny sukces – w dotychczasowej, dwudziestoletniej historii targów wręczono ich niewiele ponad sto. Dla Comau jest to pierwszy złoty medal przyznany robotowi tej firmy, a konkurencja w kategorii robotów była duża. Oprócz włoskiego producenta startowali w niej tacy potentaci jak ABB, KUKA, FANUC, Mitsubishi i Kawasaki. „Zdobycie najwyższego wyróżnienia było więc tym większą niespodzianką" – komentował ten sukces Roberto Rossi, dyrektor Comau Poland.

Medal oraz dyplom informujący, iż Komisja Konkursowa XX Międzynarodowych Targów Automatyki i Pomiarów przyznaje Złoty Medal Automaticon 2014 za wyrób Robot Przemysłowy Racer 7-1.4, którego wystawcą jest Comau Poland, można było oglądać na stoisku firmy w hali Warszawskiego Centrum EXPO XXI. Trofeum wyeksponowano u podstawy zwycięskiego Racera – niewielkiego czerwono-czarnego robota, który właśnie w Warszawie miał swoją polską premierę.

Tu też po raz pierwszy prezentował on publicznie swoje umiejętności, a robił to w bardzo oryginalny sposób. Błyskawicznie poruszające się ramię robota układało z klocków napis PRODUKT ROKU. Zręczność i precyzja pracy robota Racer wzbudzała podziw gości odwiedzających targi. „Gdy się dowiedzieliśmy, że Racer znalazł się w drugim etapie konkursu organizowanego przez Control Engineering Polska, postanowiliśmy, że w przypadku zwycięstwa musi on zaprezentować się w ciekawy sposób" – wyjaśnia Artur Hanarz zajmujący się w firmie marketingiem.

SZYBKI JAK BŁYSKAWICA I STYLOWY JAK FERRARI

W haśle, którym Comau promuje najnowszy produkt, nie ma reklamowej przesady. Racer jest w swojej klasie najszybszym robotem przemysłowym, a swoje osiągi łączy z pięknym włoskim designem.

„Wysoka precyzja oraz szybkość wykonywanych ruchów robota to wynik nowej konstrukcji ramienia mechanicznego, zaprojektowanego z myślą o maksymalnych osiągach, a także nowego kontrolera z nowym algorytmem sterującym o nazwie eMOTION" – wyjaśnia Krzysztof Guzik, ekspert ds. programowania robotów w Comau Poland. Ramię mechaniczne Racera zostało zoptymalizowane pod względem sztywności (zapewniającej m.in. bardzo dużą precyzję i powtarzalność ruchów, dokładność pozycjonowania), prędkości kątowych poszczególnych osi (niemalże na każdej z 6 osi Racer odznacza się parametrami lepszymi od konkurencji) i obciążenia, dzięki zwiększonym momentom zastosowanych napędów (dla porównania: większość robotów w tej klasie ma udźwig 5-6 kg, zaś Racer aż 7 kg).

Swe osiągi Racer zawdzięcza też nowemu kontrolerowi robota C5Compact – urządzeniu o kompaktowych wymiarach (550 ×

Racer jest w swojej klasie najszybszym robotem przemysłowym, a swoje osiągi łączy z pięknym designem

PRODUKT ROKU PO RAZ DRUGI

Dyplom dla robota Racer 7-1.4, nagrodzonego mianem Produktu Roku 2013 w konkursie magazynu Control Engineering Polska, odbierali wspólnie dyrektor Comau Poland Roberto Rossi (na zdjęciu w środku) oraz Alessio Cocchi (z lewej), Global Marketing Menedżer Comau Robotics, który specjalnie przyjechał na Automaticon, największe w Polsce targi automatyki przemysłowej.

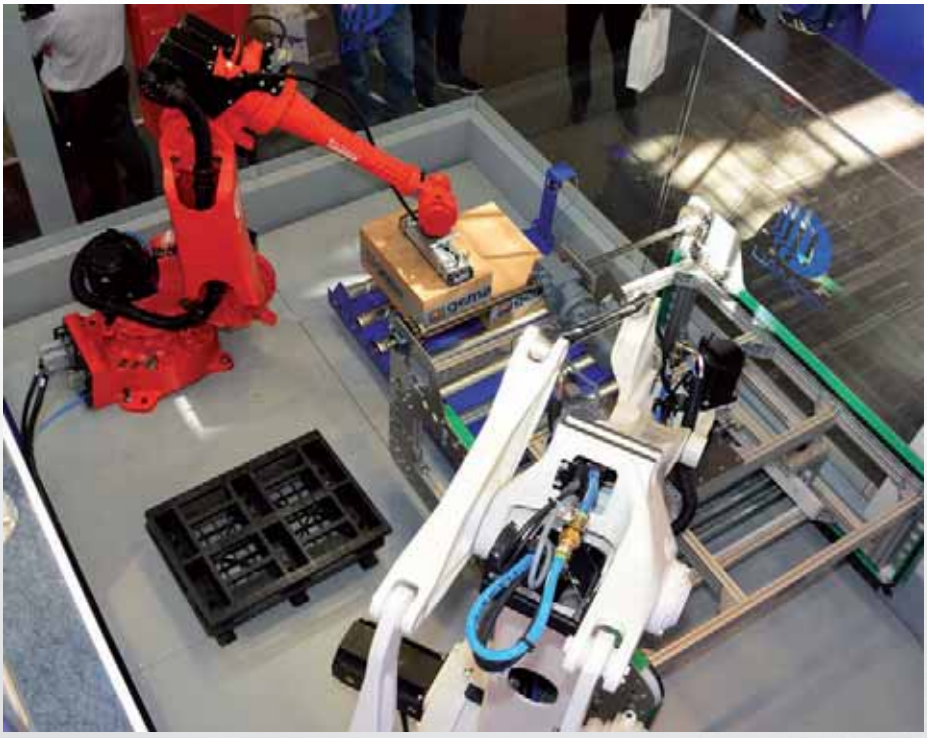
„To dla nas ogromna satysfakcja, iż Racer zdobył tak cenne w branży wyróżnienie – mówił dyr. Rossi. – Jest ono tym cenniejsze, że zostało przyznane ogromną większością głosów robotyków, a więc profesjonalistów, którymi są czytelnicy tego specjalistycznego pisma".

To już drugi tytuł Produktu Roku, jaki przypadł w udziale Comau Poland. W ubiegłym roku podczas targów Automaticon nagrodzony został robot Comau SmartLaser.

COMAU POLAND
KOORDYNUJE DOSKONALENIE PRAS

W grupie Comau doceniono kompetencje naszej kadry inżynieryjnej dotyczące robotyzacji linii pras i tłoczenia, powołując właśnie w Comau Poland centrum doskonalenia pras (Press Excelence Center). Jest ono odpowiedzialne za opracowanie koncepcji, wycenę, ofertowanie oraz dostawę rozwiązań dla klientów nie tylko z Polski, lecz całej Europy, Ameryki i innych kontynentów. Skupia projektantów z zakładów Comau z różnych krajów: Włoch, Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii i Polski, a także Stanów Zjednoczonych, Brazylii czy Chin. Koordynacja projektów i ich realizacja przypadła w udziale polskim specjalistom. To zaszczyt dla firmy Comau Poland, a przede wszystkim możliwość jej dalszego rozwoju.

500 × 550 mm), a przy tym wielkiej mocy i komputerowi przemysłowemu APC820, który nadzoruje cały system. Nowy jest również panel programowania TP5, zaprojektowany z myślą o łatwości obsługi. Jego 7-calowy dotykowy ekran zapewnia operatorowi dużą swobodę w zadawaniu robotowi kolejnych poleceń i w nawigacji po menu. Dzięki tym rozwiązaniom Racer będzie bardzo przydatny np. w procesach pakowania, spawania, obsługi maszyn itd. Dyrektor Rossi wróży mu wielkie powodzenie na światowych rynkach, w tym tak dużym jak Chiny. U nas też zainteresowanie Racerem było bardzo duże i prowadzono na jego temat wstępne rozmowy handlowe.



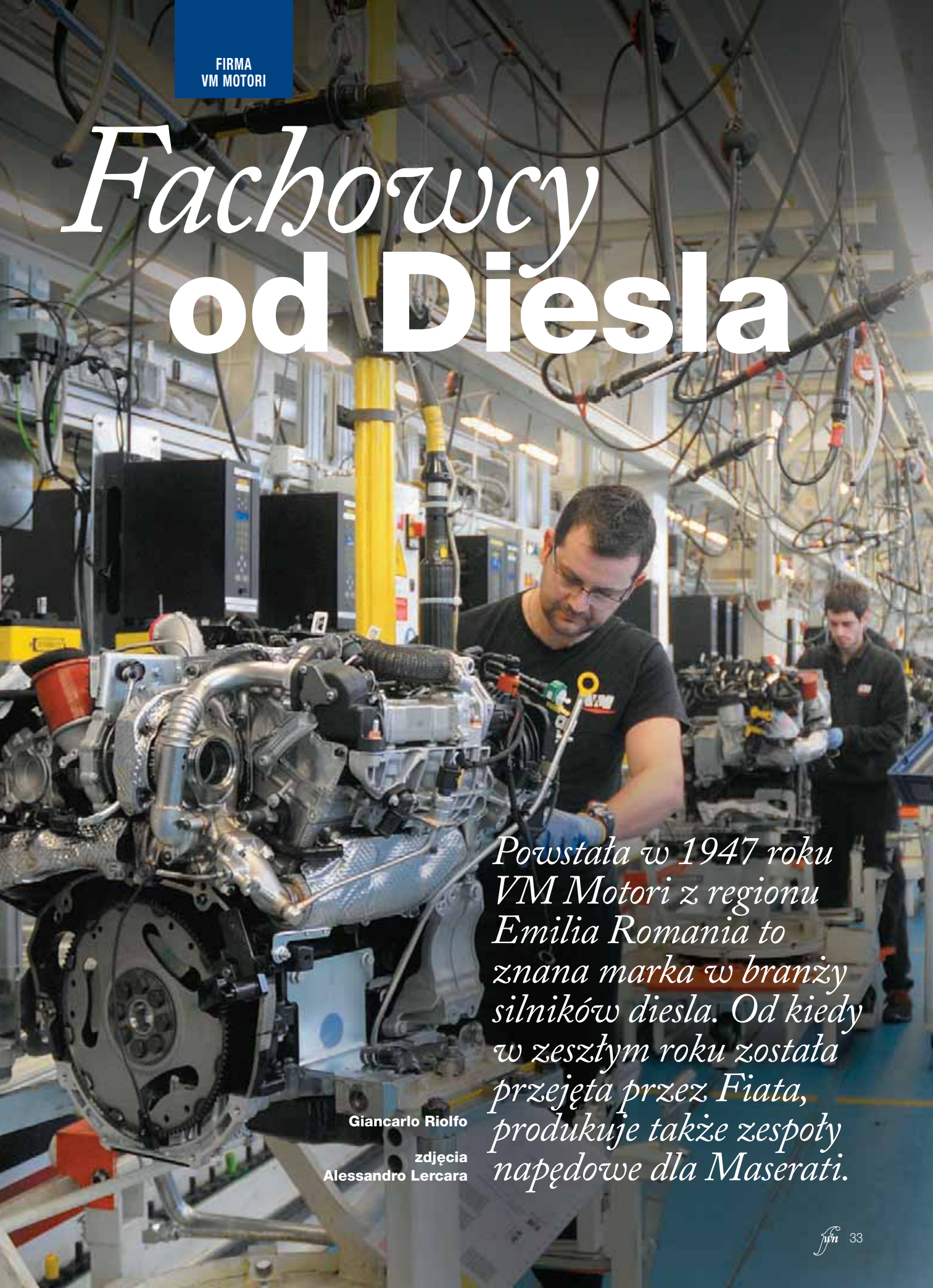
Na targach zaprezentowano też robota PAL 260 wyposażonego w nowy chwytak. U góry strony: nowy panel programowania TP5 z 7-calowym ekranem dotykowym

KIERUNEK – PALETYZACJA

Comau Poland jest firmą, która ma największą w Polsce bazę zainstalowanych robotów przemysłowych. W samej tylko fabryce Fiata działa ponad 1700. A przecież są wykorzystywane nie tylko w motoryzacji, lecz też w wielu innych branżach. Podczas ubiegłorocznych targów Automaticon dyr. Roberto Rossi mówił o planach rozszerzenia działalności Comau Poland na systemy paletyzacji i pakowania, oczywiście z wykorzystaniem robotów. Mogą one znaleźć zastosowanie w wielu gałęziach przemysłu – od spożywczego po drzewny i budownictwo. Wszędzie tam, gdzie niezbędne jest pakowanie i przenoszenie różnego rodzaju zgrzewek, skrzynek, tacek, worków itp.

Na tegorocznym Automaticonie, poza „obsypanym nagrodami" Racerem, zaprezentowano też w działaniu robota PAL 260 wyposażonego w nowy chwytak. Może on układać całe warstwy paletowe, co znacznie przyspiesza proces paletyzacji. „Rodzina Smart PAL, obejmująca trzy roboty (PAL 180, PAL 260 i PAL 470 o różnych możliwościach udźwigu) jest już znana na naszym rynku – mówi Artur Hanarz. – Natomiast chwytaki projektowane są indywidualnie, tak, by najlepiej odpowiadały zapotrzebowaniu konkretnego klienta". ■

Fachowcy od Diesla



Powstała w 1947 roku VM Motori z regionu Emilia Romania to znana marka w branży silników diesla. Od kiedy w zeszłym roku została przejęta przez Fiata, produkuje także zespoły napędowe dla Maserati.

Giancarlo Riolfo

zdjęcia
Alessandro Lercara

W ubiegłym wieku solidne, oszczędne i dość nieskomplikowane silniki wysokoprężne stosowane były głównie w ciężarówkach. W samochodach osobowych zaczęły się pojawiać dopiero podczas kryzysu paliwowego lat 70. Wtedy właśnie wszystko się zmieniło. W ciągu ostatnich dwudziestu lat wymyślony przez Rudolfa Diesla silnik przeszedł niezwykłą rewolucję techniczną i zmienił całkowicie swoją tożsamość. Teraz montowany jest także w sportowych samochodach prestiżowych marek, takich chociażby jak Maserati.

Sześciocylindrowy turbodiesel o pojemności trzech litrów, montowany w Maserati Quattroporte i Ghibili, powstaje w firmie VM Motori w Cento w regionie Emilia Romania. To silnik o wyraźnie sportowej osobowości o mocy maksymalnej 275 koni i wysokim momencie obrotowym 600 Nm. Ghibili z tym silnikiem rozpędza się od 0 do 100 km/h w zaledwie 6,3 s. Wydaje przy tym dźwięk typowy dla samochodów GT.

Firma VM Motori, która niedawno została przejęta przez Fiata, jest jednym ze światowych liderów produkujących silniki diesla. W 2013 roku fabryka z Cento wyprodukowała około 80 tys. silników, w tym 3-litrowy 6V, które w różnych wersjach montowane są w Jeepie Grand Cherokee, Ramie 1500, Maserati. Oprócz tego powstaje tu 2,8-litrowy silnik o mocy 200 koni montowany w Jeepie Wranglerze i Lancii Voyager, a także inne turbodiesle, w które wyposażane są maszyny rolnicze i drogowe, agregaty prądotwórcze, silniki okrętowe i – co ciekawe – londyńskie taksówki. W tym roku zakładana wielkość produkcji wyniesie 115 tys. silników, a wzrostowa tendencja powinna się utrzymać w ciągu najbliższych kilku lat.

„W Europie – jak tłumaczy szef VM Giorgio Garimbetti – diesle stały się cenionymi silnikami dzięki wysokim osiągom, które przekładają się na ograniczenie zużycia paliwa nawet do 30% w stosunku do silników benzynowych. Dzisiaj w kręgu zainteresowania są także te rynki, na których do niedawna spotykano silniki diesla wyłącznie w ciężarówkach, jak na przykład w Stanach Zjednoczonych. To właśnie tam osiągnęliśmy najlepsze wyniki: pick-up Ram 1500, zdobywca drugiego z kolei tytułu „Ciężarówki roku", zanotował rekordowy wynik oszczędności paliwa w swojej kategorii i przejechał 28 mil na jednym galonie ropy (8,4 l/100 km), zaś Jeep Grand Cherokee z tym samym silnikiem przejechał nawet 30 mil na jednym galonie (7,84 l/100 km). Dlatego 6V znalazł się w ścisłej czołówce rankingu czasopisma Ward, zdobywając tytuł „2014 Ten Best Engines".

W Stanach Zjednoczonych samochody osobowe z silnikami na ropę to cały czas rzadkość, ale coś jednak się zmienia. Powody tych zmian wyjaśnia Gianluca Benni, szef sprzedaży: „W Ameryce benzyna zawsze była tania. I choć dalej tak jest, to jednak sytuacja wygląda nieco inaczej. Dzisiaj nowe normy ekologiczne dyskwalifikują silniki o wysokiej emisji i zużyciu paliwa. Nasz 6V turbodiesel o pojemności 3 litrów w stosunku do benzynowego silnika 8V o pojemności 5 litrów wykazuje takie same osiągi pod względem mocy i nawet wyższe pod względem momentu obrotowego, a jest przecież oszczędniejszy".

VM może poszczycić się swoistym rekordem, bo jako pierwsza firma na świecie wyprodukowała turbodiesla. Zamontowano go w modelu Alfa Romeo Alfetta. Dzisiaj spółka z Cento uważana jest w Grupie Fiat-Chrysler za specjalistyczną firmę produkującą silniki do modeli z wyższej półki w gamie. O ile zakład Powertrain w Bielsku-Bia-

W tym roku zakład VM wyprodukuje około 115 tysięcy silników. Na stronie obok, z lewej: Davide Guerra, Gianluca Sabbioni, Gianluca Benni oraz szef firmy Giorgio Garimberti

łej, gdzie produkuje się silniki Multijet 1.3, jest światowym liderem w produkcji małych diesli, a fabryka w Pratola Serra wyspecjalizowała się w silnikach dwulitrowych, o tyle w Cento powstają silniki głównie do modeli „premium". Flagowym produktem firmy jest nowy 6V, produkowany w kilku różnych wersjach. To silnik o wyraźnie sportowym charakterze, z korpusem wykonanym z CGI (to specjalny wysokowytrzymały stop żelaza), z rzędami cylindrów w kształcie V pod kątem 60°, 4 wałkami rozrządu w głowicy, 24 zaworami oraz turbiną o zmiennej geometrii i zasilaniem Common Rail Multijet z bezpośrednim wtryskiem paliwa pod ciśnieniem 2000 barów. W tym roku VM planuje wyprodukować 90 tys. silników tego typu, przy całkowitej produkcji rzędu 115 tys. jednostek. W fabryce zatrudnionych jest 1200 pracowników, a pracuje w niej około 40 robotów do produkcji 500 silników dziennie. „Elastyczność produkcyjna – mówi dyrektor produkcji Davide Guerra – jest dla nas bardzo ważna. Zainwestowaliśmy sporo w automatyzację procesu produkcyjnego, zwłaszcza jeśli chodzi o obróbkę mechaniczną. Montaż wymaga jednak pracy ręcznej ze względu na konieczność składania wielu różnych wersji tego samego silnika w stosunkowo małych seriach. To dlatego zatrudniliśmy dodatkowo 130 młodych pracowników w wieku od 18 do 29 lat". Wśród załogi VM znajduje się grupa 250 osób, wykonująca szczególne zadania. To technicy i inżynierowie pracujący nad badaniami, rozwojem i projektowaniem. „To taka spółka w spółce – mówi szef wyrobu Gianluca Sabbioni – która pracuje w ścisłym kontakcie z działem badań Fiata-Chryslera oraz klientami trzecimi i wypracowuje obroty rzędu 50 milionów euro rocznie. Technologiczny know-how jest prawdziwą specjalnością VM". ■

HISTORIA SUKCESU

Jest rok 1947. Dwóch przedsiębiorców Claudio Vancini oraz Ugo Martelli postanawia na powojennych zgliszczach w Cento niedaleko Ferrary wznieść fabrykę produkującą silniki diesla chłodzone powietrzem, które można będzie wykorzystywać w maszynach rolniczych i okrętach. Nazwa firmy VM pochodzi od inicjałów założycieli. Firma osiąga szybko wielki sukces, a podczas boomu ekonomicznego w latach 60. otwiera nowy zakład produkcyjny. W 1971 roku VM Motori staje się częścią grupy Finmeccanica. Opuści ją w 1989 roku. W międzyczasie, w 1974 roku, zrealizuje pierwszy w historii „szybki" diesel ze wspomaganiem zasilania z turbosprężarką, a także zanotuje swoisty rekord – w 1979 roku Alfa Romeo Alfetta była pierwszym samochodem sportowym wyposażonym w silnik turbodiesla. W kolejnych latach to właśnie silniki diesla do samochodów osobowych będą flagowym produktem firmy. W 1990 roku w zakładzie powstaje Turbotronic, pierwszy na świecie turbodiesel z elektronicznym sterowaniem. Rozwiązanie to znajdzie zastosowanie między innymi w samochodach takich marek, jak Ford, Chrysler, Jeep, General Motors, Rover i Alfa Romeo. W 1995 roku VM zostaje przejęta przez Detroit Diesel, a następnie w 2001 roku przez grupę Daimler Chrysler. Po rozstaniu kapitału amerykańskiego z niemieckim, następuje seria własnościowych przejęć. Wreszcie w 2013 roku Fiat, będący już w 50% akcjonariuszem VM Motori, odkupuje od General Motors pozostałą część akcji spółki.

Ta marka nie ma sobie równych

Ettore Gregoriani

Drugi rok z rzędu „Wierzgający koń" został uznany za najbardziej rozpoznawalny brand na świecie. W zestawieniu jednego z angielskich instytutów badawczych wyprzedził nawet Coca-Colę i Google.

Kiedy Ferrari staje do walki o najbardziej rozpoznawalne logo, zawsze wygrywa. Tak po przebadaniu blisko 500 brandów stwierdził instytut Brand Finance, jedna z wiodących brytyjskich organizacji oceniających marki. Instytut przyglądał się najsłynniejszym i najbardziej znanym znakom firmowym na świecie. Już drugi rok z rzędu na czele klasyfikacji z oceną AAA+ znalazło się Ferrari, które wyprzedziło m.in. CocaColę, Google, Rolexa i Hermesa, Red Bula i Walta Disney'a, ale także takie marki jak Apple, Microsoft, IBM, Toyota, American Express i Amazon.

W ocenie tej nie brano oczywiście pod uwagę wartości rynkowej marki. Ta, jeśli chodzi o Ferrari, szacowana jest na cztery miliardy dolarów, co daje jej zaledwie 350 miejsce w świecie, daleko za takimi potentatami jak Apple (której wartość przekracza sto miliardów dolarów), Samsungiem, Googlem i Microsoftem. Chodzi natomiast o rozpoznawalność, siłę marki, którą Brand Finance tłumaczy w ten sposób: „Wierzgający koń na żółtym tle jest rozpoznawany na całym świecie nawet tam, gdzie nie ma dróg asfaltowych. Popularność Ferrari polega bowiem nie tylko na wierności marce, czy nawet jej kulcie, ale świadczy o ogromnym do niej przywiązaniu. Siła tej marki nie podlega dyskusji".

Prezes Ferrari, Luca di Montezemolo po ogłoszeniu werdyktu powiedział: „Jestem szczęśliwy i dumny, że po raz drugi zdobyliśmy ten tytuł. Sukces ten jest zasługą wyjątkowych produktów tworzonych przez równie wyjątkowych ludzi".

Wyrazy uznania dla marki z Maranello przychodzą w chwili, gdy przedsiębiorstwo zamknęło rekordowo rok bilansowy: w 2013 roku jego wpływy wyniosły 2,3 milarda euro, z czego zyski stanowią 246 milionów euro. Dodajmy, że wynik taki osiągnięto przy założeniu, że zachowanie ekskluzywnego charakteru marki wymusza wyprodukowanie mniejszej liczby samochodów niż w roku poprzednim.

Kto jest zatem klientem marki Ferrari i co sprawia, że upływ czasu nie ma żadnego wpływu na seksapil Wierzgającego konia. Większość (35%) z 6922 pojazdów zarejestrowanych w 2013 roku powędrowała do Stanów Zjednoczonych, gdzie popyt na Ferrari, podobnie jak na Bliskim Wschodzie, wzrósł w stosunku do roku poprzedniego o 11 procent. W Europie natomiast zanotowano spadek sprzedaży, zaś na Dalekim Wschodzie utrzymał się na poziomie podobnym do roku poprzedniego, gdyż spadek sprzedaży w Chinach zrekompensował jej wzrost w Japonii.

O wiele łatwiej jest wytłumaczyć niezaprzeczalną fascynację marką Ferrari na całym świecie. Przede wszystkim marka z Maranello reprezentuje szczególny narodowy produkt „made in Italy". Jej design, styl i niepowtarzalny smak sprawiają, że włoskie wyroby rozpoznawane są na całym świecie. Ferrari dokłada jeszcze do tych cech zaawansowaną technologię i innowacyjność. Wystarczy pomyśleć o takich modelach jak limitowana seria LaFerrari, z hybrydowym napędem o mocy 963 koni, albo o modelu 480 Speciale, wyposażonym w ośmiocylindrowy silnik wolnossący o najwyższej możliwej mocy, który pozwala limuzynie rozpędzić się do 100 km/h w zaledwie 3 sekundy. Czy wreszcie kabriolet California T przedstawiony na salonie samochodowym w Genewie. Pojazd ten wyposażony jest w całkowicie nowy silnik V8 turbo.

Pamiętać trzeba też o wyścigach, legendarnych kierowcach Formuły 1 oraz zwycięskich samochodach, które wygrały od 1950 roku do dzisiaj we wszystkich mistrzostwach F1, co tylko można było wygrać: 16 Mistrzostw Świata Konstruktorów, 16 Mistrzostw Świata Pilotów, 207 Pole Position, 678 Miejsc Medalowych.

Poza tym istnieje jeszcze mit, który żywi się – jak zawsze – zarówno prawdą, ale i sporą dozą fantazji. Jak chociażby ta dotycząca właściciela restauracji w Szanghaju, który nie mając prawa jazdy kupił ponoć Ferrari tylko po to, by stało zaparkowane przed lokalem i przyciągało uwagę klientów. ■

OD GARAŻOWEJ PRODUKCJI SAMOLOTÓW DO TORU FORMUŁY 1

Początki tak słynnej marki nie mogą być przeciętne, nie mogą przypominać dziejów przygotowanych przez jakąś nikomu nieznaną agencję reklamową.
Wierzgający koń ma długą i bogatą historię.
Po raz pierwszy logo to pojawiło się na masce samolotów Francesca Baracca, oficera kawalerii i jednego w czołowych pilotów włoskich wojsk lotniczych z czasów I Wojny Światowej. Baracca zginął w 1918 roku w wieku zaledwie 30 lat, stoczywszy wcześniej 63 batalie lotnicze, z czego aż 34 zwycięskie. W 1923 roku młody Enzo Ferrari wygrał wyścig samochodowy na torze w Savio di Ravenna, gdzie spotkał księżną Paolinę, matkę słynnego lotnika. Doradziła ona Ferrariemu, aby umieścił logo Cavallino na samochodach, jako talizman przynoszący szczęście. Ferrari postanowił dodać konikowi żółte tło, kolor Modeny, rodzinnego miasta kierowcy.

Niebiosa *lubią biegaczy*

Po wielu dniach ulewy w Bielsku-Białej wyjrzało słońce. Dokładnie w dniu Biegu Fiata.

Krzysztof Bielski

zdjęcia Ireneusz Kaźmierczak

Ponad 1,2 tys. amatorów biegania po raz 22. stanęło na starcie malowniczej 10-km trasy, która wiodła ulicami Bielska-Białej, od bramy głównej Fiat Auto Poland po plac Ratuszowy w sercu miasta. Bieg ukończyło aż 1150 zawodników. Ton rywalizacji nadali zawodnicy z zagranicy. Walka o miejsca na pudle była wewnętrzną sprawą Kenijczyków. Zwyciężył Abel Kibet Rop z czasem 29:20. Zabrakło mu zaledwie 20 sekund do pobicia rekordu trasy, który od ubiegłego roku należy do jego rodaka Juliusa Kiprono Lagata (29:01). Sześć sekund po zwycięzcy linię mety przekroczył Joel Maina Mwangi. Trzeci Haron Sirma ukończył bieg w czasie 29:33. Pierwszy Polak, Wojciech Baczyński z Goczałkowic, przybiegł na siódmej pozycji uzyskując czas 32:37.

W tym roku po raz pierwszy wyłoniona została mistrzyni Polski w biegu na 10 km. Zaszczytny laur przypadł Iwonie Lewandowskiej z Włocławka. Z czasem 33:22 w klasyfikacji ogólnej zajęła 10. miejsce.

DESZCZ NIE STRASZYŁ

Kilka ostatnich dni w stolicy Podbeskidzia solidnie padał deszcz, a w mieście ogłoszony został nawet alarm powodziowy. Dyrektor Biegu Andrzej Filipiak nie miał jednak wątpliwości, że impreza się uda. „Przyznam, że nie patrzyłem w niebo z niepokojem. Warunki są znakomite do biegania: jest rześko, powietrze odświeżone, czyste ulice. Doskonała okazja do poprawienia rekordów życiowych" – podkreślił. Podobnego zdania była Barbara Nowak z Piotrowic, która samotnie reprezentowała piękniejszą część załogi Fiat Auto Poland. „Ładna trasa i świetna pogoda. Po raz pierwszy wystartowałam i jestem bardzo zadowolona" – powiedziała po zawodach.

MONTAŻ TO POTĘGA!

Rywalizację wśród pracowników Fiat Auto Poland zdominowali przedstawiciele Montażu w Tychach, którzy zajęli czołowe lokaty. Dla tryumfatora klasyfikacji Adama Kowalskiego była to pierwsza wygrana w Biegu Fiata. W ubiegłym roku był trzeci. „To mój siódmy start w Biegu Fiata. Zwykle była to dla mnie pierwsza impreza w sezonie i to do niej się zawsze przygotowywałem od stycznia. Dziś biegło mi się wspaniale: piękna trasa i dobre warunki. Nie czuję wielkiego zmęczenia. W kwietniu przebiegłem Orlen Warsaw Marathon, więc dystans 10 km potrafię pokonać bez kryzysów" – powiedział na mecie.

Ubiegłoroczny zwycięzca „fiatowskiej" klasyfikacji Zdzisław Ptak ukończył ją tym razem na drugim miejscu. „Trasa bielskiej „dziesiątki" jest pofalowana, a przez to wymagająca. Sprzyjała nam pogoda – nie było gorąco, ale i tak musiałem włożyć w ten start sporo wysiłku" – mówił. Jak przyznał w tym roku przygotowywał się mniej niż do poprzedniej edycji. Trening do imprezy zajmuje mu ponad 2,5 miesiąca. Przez ten czas w ubiegłym roku pokonywał jednak po 100 km tygodniowo. „Obecnie – z uwagi na brak czasu – był to dystans o połowę krótszy. W efekcie uzyskałem czas o 40 sek. mniej korzystny niż w ubiegłym roku" – dodał Zdzisław Ptak. Gratulując zwycięzcy zapowiedział jednak, że za rok powalczy o najwyższy laur.

BIEGNIJ Z FIATEM

Olimpijka z Igrzysk w Moskwie i halowa mistrzyni Europy z 1980 roku, do której wciąż należy rekord Polski w biegu na 800 m Jolanta Januchta, podkreśliła, że Bieg Fiata ma ogromne znaczenie w propagowaniu biegania. „W całej Polsce widać już, że ludzie biegają. Takie biegi motywują ich do pracy. Przy okazji można wyszukiwać perełki, talenty, z których w przyszłości możemy mieć pociechę" – uważa wybitna lekkoatletka.

Bielska „dziesiątka" jest jednym z najbardziej znaczących biegów niemaratońskich w kraju. Andrzej Filipiak bez fałszywej skromności podkreśla, że to absolutna polska czołówka. „Dotrwaliśmy do 22. edycji. Nie zmieniliśmy trasy, rośnie liczba uczestników, a wyniki są coraz lepsze. To efekt dobrej organizacji, ciekawych nagród i dobrego sponsora" – mówi. Zdaniem szefa biura prasowego Fiat Auto Poland Bogusława Cieślara z Fiatem do Polski 22 lata temu wkroczyły nie tylko inwestycje, miejsca pracy i rozwój, ale również pewien sposób życia. Podkreślił, że Fiat chce być postrzegany nie tylko jako świetny producent samochodów, ale również mecenas lokalnej działalności. Bieg Fiata jest jednym z przykładów tej idei. „To ogromna satysfakcja, że możemy coś zrobić dla lokalnego środowiska. Mam wielką nadzieję, że ten bieg będzie trwał" – mówił członek zarządu Fiat Auto Poland Czesław Świstak. ■

W 22. Biegu Fiata wystąpili biegacze z 11. krajów. Oprócz Polaków i zwycięskich Kenijczyków wystartowali też zawodnicy z Austrii, Czech, Hiszpanii, Irlandii, Niemiec, Stanów Zjednoczonych, Słowacji, Ukrainy i Włoch.

U góry: triumf Iwony Lewandowskiej. Niżej, od lewej: Bogusław Cieślar i Barbara Nowak, Zdzisław Ptak, Adam Kowalski i Adrian Wandzel

Czołówka klasyfikacji pracowników Fiat Auto Poland

1.	Adam Kowalski (Tychy)	– 41:54
2.	Zdzisław Ptak (Tychy)	– 42:17
3.	Adrian Wandzel (Żywiec)	– 42:48
4.	Łukasz Musik (Bielsko-Biała)	– 43:16
5.	Marcin Nalborczyk (Bielsko-Biała)	– 44:52
6.	Janusz Łyczko (Bielsko-Biała)	– 46:19
7.	Sławomir Kołton (Zawiercie)	– 46:42
8.	Jacek Szymański (Bielsko-Biała)	– 47:46
9.	Bogusław Kopytiuk (Tychy)	– 48:38
10.	Jarosław Bojdys (Bielsko-Biała)	– 48:42

ALFA ROMEO 4C JAKO SAMOCHÓD BEZPIECZEŃSTWA **FIA WTCC 2014**

W kwietniu, na torze Moulay El Hassan w Marrakeszu odbyły się pierwsze zawody cyklu FIA World Touring Car Championship 2014 (Wyścigowe Mistrzostwa Świata Samochodów Turystycznych), w których uczestniczą seryjnie produkowane sedany. W tym sezonie zadebiutowała w nich również nowa Alfa Romeo 4C, która została ogłoszona oficjalnym samochodem bezpieczeństwa WTCC 2014 przez Eurosport Events, oddział Grupy Eurosport. Przygotowuje ona międzynarodowe imprezy i od 2005 roku promuje także WTCC z ramienia Fédération Internationale de l'Automobile (FIA).
Za kierownicą Alfy, która wystąpiła w specjalnej szacie samochodu bezpieczeństwa WTCC, zasiadł Portugalczyk Bruno Correia, który założył nowy kombinezon z logo Alfa Romeo.
Alfa Romeo 4C w tym roku będzie pełnić rolę samochodu bezpieczeństwa także podczas Mistrzostw SBK Superbike 2014. Ten supersamochód bowiem „daje z siebie wszystko" na torze, gdzie prędkość, krótsza droga hamowania oraz przyspieszenie poprzeczne są niezbędne do uzyskania najlepszych czasów przejazdu.

RUSZYŁ WYŚCIG O PUCHAR MASERATI!

Rozpoczął się piąty sezon wyścigów w Maserati Trofeum MC World Series, w którym każdy może spróbować swoich sił ścigając się w wersji GranTurismo MC Trofeo w 6 wyścigach na trzech kontynentach. W tym roku pierwsze dwa etapy rozegrano w Belgii na torze Spa oraz na Węgrzech na torze Hungaroring. Kolejne spotkanie odbędzie się w czerwcu w Wielkiej Brytanii na torze w Silverstone. Pierwszą część sezonu zamknie nadanie tytułu Trofeum Europa. Rozgrywki o Trofeum Maserati wznowione zostaną w sierpniu w USA na torze Virginia International Raceway.
Z Ameryki Maserati wyruszą do Chin do Szanghaju na WTCC, który rozegra się 11 i 12 października. Wielki finał rozstrzygnięty zostanie na torze Yas Marina podczas 12 godzinnego wyścigu w Abu Dhabi 11 i 12 grudnia. Tam też odbędzie się ceremonia zamknięcia, na której wręczone zostaną nagrody.

NOWA LINIA PRODUKTÓW ZE ZNAKIEM TOWAROWYM **MOPAR**

Ekskluzywną linię produktów Moparu, legendarnej amerykańskiej marki After sales, dzisiaj należącej do Parts & Service Fiat Chrysler Automobiles, już wkrótce będzie można zobaczyć w sieci autoryzowanych salonów sprzedaży i on-line. Linia dzieli się na dwie grupy: Technology Innovation i Design Innovation. Pierwsza odznacza się skrupulatnym doborem materiałów w oryginalnych zastosowaniach, druga designem. Wszystkie produkty wykonane są z nowoczesnych materiałów (często z tytanu lub aluminium) i przeznaczone są dla wymagających kierowców.

NAGRODA „FLEET AWARDS POLSKA 2014” **DLA FIATA FIORINO**

Magazyn branżowy „Flota” ogłosił wyniki 13. edycji plebiscytu „Fleet Awards Polska”, w którym udział biorą wyłącznie fachowcy związani z rynkiem motoryzacyjnym i transportowym. W tym roku uczestnicy plebiscytu wybierali swoich faworytów spośród blisko 90 pojazdów podzielonych na 15 kategorii i 60 usług. Według nich najwyższą ocenę w kategorii „Małe Samochody Dostawcze” uzyskał Fiat Fiorino. Włoski furgon wygrał z nominowanymi w tym samym segmencie: Fordem Transitem Connect, Mercedesem Benz Citan, Volkswagenem Caddy oraz Skodą Praktik. Najmniejszy samochód dostawczy Fiata został stworzony do codziennej pracy w zatłoczonym mieście i w dalszej trasie. Łatwy w prowadzeniu i parkowaniu, jak typowe auto miejskie, jest jednocześnie niezwykle ładowny i do tego oszczędny. Fiat Fiorino uzyskał wcześniej także prestiżowe wyróżnienie „Van of the Year 2009” (Samochód Dostawczy Roku 2009).

FIAT FREEMONT NAJLEPSZYM VANEM 4X4 WG CZYTELNIKÓW „AUTO BILD ALLRAD”

Niemiecki miesięcznik „Auto Bild Allrad”, największy w Europie magazyn poświęcony samochodom 4x4 i SUV, ogłosił wyniki tegorocznego rankingu czytelników na najlepsze samochody z napędem na cztery koła klasyfikowane w 10 kategoriach. W każdej z nich Niemcy osobno nagradzają auta rodzimej produkcji oraz pochodzące z importu. W tegorocznej edycji czytelnicy wybierali spośród 165 nowych ogólnodostępnych na niemieckim rynku samochodów. Najwięcej głosów czytelników „Auto Bild Allrad” w kategorii importowanych vanów 4x4 zdobył Fiat Freemont. To już trzecie zwycięstwo z rzędu dla tego rodzinnego modelu, który łączy funkcjonalność SUVa z łatwością prowadzenia samochodu kombi i typowym dla vanów niezwykle przestronnym, siedmioosobowym wnętrzem.

POROZUMIENIE O PRODUKCJI **JEEPÓW W CHINACH**

Jeep®

Fiat Group Automobiles S.p.A., Chrysler Group International LLC i Guangzhou Automobile Group Co., Ltd (GAC Group) poinformowały o rozszerzeniu współpracy w ramach joint-venture na rynku chińskim. Stosowne porozumienie pomiędzy trzema partnerami zostało podpisane 19 kwietnia br. w Pekinie. Zgodnie nim joint-venture GAC-Fiat rozpocznie w Chinach pod koniec 2015 roku produkcję trzech nowych modeli Jeep'a z przeznaczeniem na rynek lokalny. Pojazdy marki Jeep powstawać będą w Guangzhou, gdzie celem stworzenia niezbędnego potencjału produkcyjnego na potrzeby rynku Państwa Środka GAC-Fiat otwiera nowy zakład. Zamiarem Fiat-Chrysler i GAC Group jest stałe zacieśnianie współpracy pod kątem oczekiwań i potrzeb klientów chińskich oraz przyspieszenie lokalizacji wybranych modeli Jeep'a w ramach rozwoju działalności joint-venture GAC-Fiat. Chińska Republika Ludowa jest po Ameryce Północnej największym rynkiem sprzedaży dla Jeepa. W roku 2013 nabywców znalazło tam prawie 63.000 pojazdów z logo tej marki.

ALFA ROMEO NA RAJDZIE **„MILLE MIGLIA 2014”**

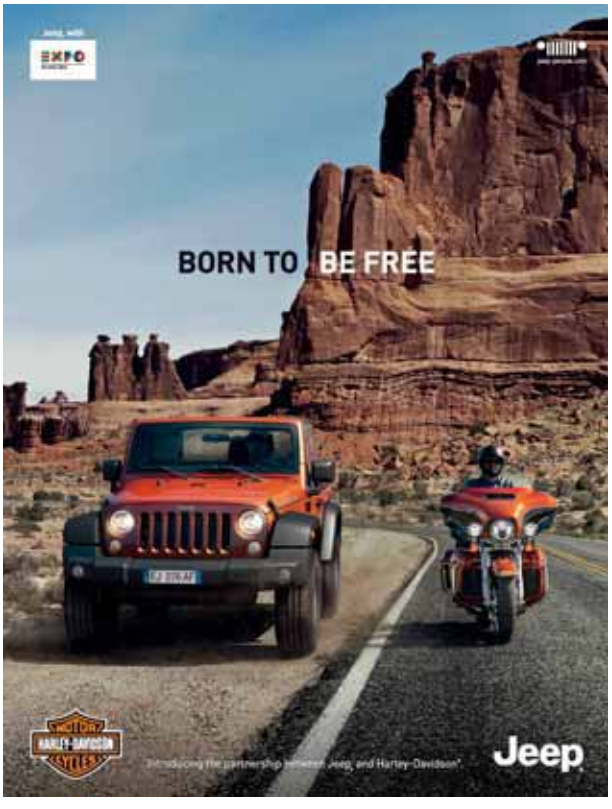
Marka Alfa Romeo uczestniczyła w połowie maja w charakterze złotego sponsora w edycji 2014 historycznego rajdu Mille Miglia. W tym prestiżowej imprezie, która każdego roku gromadzi rzesze miłośników zabytkowych aut, uczestniczyło 430 załóg z 35 krajów świata. Marka z Biscione wystawiła do rajdu trzy oficjalne samochody z Muzeum Alfy Romeo: 6C 1750 Gran Sport z 1930 r., 6C 1500 Super Sport z 1928 r. oraz 2000 Sportiva z 1954 r., które, zgodnie z regulaminem, uczestniczyły w Mille Miglia organizowanych w latach 1927-1957 (w wyścigach tych samochody Alfy Romeo triumfowały ponad jedenaście razy: rekord ten nigdy nie został pobity). W tegorocznym rajdzie udział wzięła również Giulietta Sprint z 1954 roku (prototyp N°2), reprezentująca kultowy model, który w tym roku obchodzi 60. rocznicę istnienia, dlatego na trasie rajdu marka Alfa Romeo przygotowała też liczne atrakcje połączone z tą rocznicą. A zabytkowym samochodom towarzyszyły egzemplarze współczesnej Giulietty.

KOLEJNE WYRÓŻNIENIA **DLA ALFY 4C**

Wzbogaciła się prestiżowa kolekcja tytułów dla Alfy Romeo 4C. Czytelnicy austriackiej edycji magazynu Auto Bild ogłosili 4C Spider „Najpiękniejszym Samochodem Roku 2014” w kategorii „Samochody sportowe i kabriolety”. W konkursie udział brało ponad 80 samochodów – podzielonych na 5 kategorii. W swojej kategorii model pokonał 13 konkurentów, wyprzedzając nowego Jaguara F-Type Coupé oraz Forda Mustanga, (w tej samej kategorii, lecz niżej w klasyfikacji uplasowały się Lamborghini Huracán, Porsche 911 Targa oraz Audi TT). Natomiast czytelnicy niemieckiego magazynu poświęconego samochodom zabytkowym „Motor Klassik” przyznali supersamochodowi Alfa Romeo tytuł „Klasyka przyszłości” w kategorii „Coupé”. Klasyfikacja ta jest jednocześnie sondażem na temat obecnych samochodów traktowanych jako inwestycja w przyszłość. Głos Czytelników staje się w ten sposób ważnym wskaźnikiem trendów, jeżeli chodzi o samochody, które staną się kolekcjonerskimi „perełkami'”. Alfa Romeo 4C aż uzyskała 40,5 procent spośród głosów oddanych przez około 13.500 czytelników biorących udział w sondażu.

JEEP **I HARLEY-DAVIDSON** ŁĄCZĄ SIŁY

Jeep jako oficjalny partner marki Harley-Davidson w 2014 roku odgrywać będzie kluczową rolę w imprezach organizowanych przez amerykańskiego producenta motocykli na obszarze EMEA. Partnerstwo obu marek zainaugurował festiwal Harley-Davidson Euro Festival, odbywający się w maju w Saint-Tropez. W trakcie imprezy była możliwość poznania Jeepa Wranglera, nowego Cherokee oraz flagowego Grand Cherokee, a także jazd próbnych samochodami Jeep Wrangler, Jeep Cherokee i flagowym Grand Cherokee. Nawiązaniem do ekspresji swobody było specjalne wyposażenie Wranglerów firmy Mopar. Społeczność Jeepa mogła ponadto śledzić wspólny przejazd ekipy z Londynu do Saint-Tropez samochodem Jeep Grand Cherokee i na motocyklu Harley-Davidson. „Dziennik podróży” dostępny jest na portalu jeep-people.com oraz portalach społecznościowych Jeepa. Współpraca pomiędzy dwoma kultowymi markami przewiduje w 2014 roku promocję pojazdów Jeep i motocykli Harley-Davidson w ramach kalendarza imprez, m.in. European H.O.G. Rally & Croatia Harley Days 2014 w chorwackim Biogradzie w dniach 12-15 czerwca, Barcelona Harley Days 2014 w Barcelonie pomiędzy 4 a 6 lipca oraz European Bike Day nad austriackim jeziorem Faaker See od 2 do 7 września.



Jeep zdobywa polski rynek

Anna Borsukiewicz

zdjęcie
Ireneusz Kaźmierczak

Polska premiera prasowa nowego modelu Jeepa Cherokee odbyła się 16 maja w Kielcach podczas XXI Grand Prix Fiat Auto Poland.

Premiera towarzyszyła sportowym konkurencjom dziennikarzy na Torze Kielce w Miedzianej Górze, gdzie uczestnicy mogli też po raz pierwszy przetestować nowego Jeepa. Auto zebrało wiele znakomitych opinii.

Nowemu Cherokee poświęcono też wiele miejsca na konferencji prasowej w kieleckim hotelu Binkowski, gdzie przedstawiono plany grupy Fiat-Chrysler na bieżący rok i najbliższe lata. „Marka Jeep jest w Polsce na fali – podkreślał członek zarządu FAP, dyrektor handlowy Marek Kisz – co widać po wzroście zamówień na te samochody". „O ile w 2013 roku sprzedaliśmy ich około tysiąca, to za 3 lata liczymy na co najmniej 4 tysiące aut – mówił Sławomir Szałkowski, Jeep country manager. – Klienci chcą jeździć samochodami przypominającym SUV-y, a w ostatnich latach nastąpiła w naszych autach prawdziwa eksplozja nowoczesnych technologii. Dzięki nim mają one najlepsze możliwości terenowe w klasie pojazdów off-roadowych i czołową pozycję w osiągach na drodze (m. in. pod względem emisji CO_2, zużycia paliwa, właściwości jezdnych czy bezpieczeństwa użytkowników). Jesteśmy też konkurencyjni cenowo w stosunku do porównywalnych pojazdów innych marek, takich jak Volvo XV60, BMW X3 czy Audi Q5". Plany marki Jeep są również ambitne. W tym roku wprowadzono na rynek dwa nowe modele: Renegade i Cherokee, a do 2018 roku można się spodziewać kolejnych czterech.

Przedstawiciele zarządu FAP mówili też o innych markach grupy Fiat-Chrysler w Polsce. Tegoroczny plan to 6% udział w rynku ze sprzedażą 21 tys. pojazdów (marki Fiat i Abarth – 7300 szt., Fiat Professional 10400 szt., Alfa Romeo – 950 szt., Lancia – 600 szt. i Jeep 1750 szt.). Fabryka FAP w Tychach zwiększa produkcję (wyniki pierwszych 4 miesięcy są o około 10 tys. sztuk aut lepsze niż w ub. r.), a najbardziej, bo o 12,3% wzrosła produkcja Lancii Ypsilon i o 10,2% Fiata 500/500C.

„Pięćsetka jest naszym najlepszym towarem eksportowym, liderem segmentu A w Europie – mówił Marek Kisz. – W Polsce samochód ten znajduje się jednak dopiero na ósmym miejscu. Dlatego zadaniem na najbliższe lata jest wypromowanie tego modelu". Już w tym roku gama auta może się pochwalić nowymi kolorami nadwozi, tapicerek i wzorami felg oraz 7-calowym ekranem TFT.

Na konferencji przedstawiono też zmiany w innych markach Grupy – głównie w Fiat Professional, w której Ducato szóstej generacji jest liderem polskiego rynku (w kolejnych latach pojawią się nowe Doblò i Fiorino). Zapowiedziano także ofensywę Alfy Romeo. W rozwój marki Grupa zainwestuje aż 5 mld euro, efektem tego będzie debiut aż ośmiu nowych modeli do 2018 roku. ■

Uczestnicy XXI Grand Prix FAP i nowy model Jeep Cherokee na Torze Kielce

FIAT

BANK

Kredyt miód malina

- Niska rata
- Stopa procentowa: 7,69%
- Bez wpłaty własnej
- Bez zaświadczeń o dochodzie
- Wszystkie samochody: nowe i używane

LANCIA FIAT ALFA ROMEO FIAT PROFESSIONAL ABARTH Jeep

Przykład reprezentatywny: cena samochodu: 46 000 zł, wpłata własna: 13 800 zł, opłata przygotowawcza: 5%, okres kredytu: 60 miesięcy, rata miesięczna: 704,24 zł, oprocentowanie: zmienna stopa procentowa 7,69%, RRSO 11,86%, całkowita kwota kredytu: 34 993,01 zł, całkowity koszt kredytu: 10 055,56 zł (zawiera: odsetki, opłatę przygotowawczą, ubezpieczenie Bezpieczny Kredyt Promo), całkowita kwota do zapłaty przez Konsumenta: 42 255,56 zł. Obowiązkowe zawarcie ubezpieczenia AC oraz Bezpieczny Kredyt lub GAP w jednej z dostępnych opcji. W przypadku innych parametrów kredytu oraz wybranych opcji ubezpieczeń elementy kredytu konsumenckiego mogą ulec zmianie. Kredytodawca Fiat Bank Polska S.A. Szczegóły dotyczące oferty kredytowej i ubezpieczeniowej w Salonach Grupy Fiat oraz na **www.fgacapital.pl**

Codziennie *kręcę światem...*

Anna Lubertowicz-Sztorc

zdjęcia Julia Mafalda Łobodzińska/ Agencja Gazeta, Adam Jankowski/ Reporter, archiwum dziennikarki

„Skończyłam 49 lat. Uświadomiłam sobie, że wcale nie czuję się tak, jakby wszystko, co najlepsze i najpiękniejsze, było już za mną. Wręcz przeciwnie! Mam siłę, energię i wiele nowych marzeń" – mówi Agata Młynarska, dziennikarka, prezenterka, osobowość telewizyjna.

Niedawno dostała pani prestiżową nagrodę – „Wiktora". Została pani doceniona jako prowadząca program na żywo „Świat się kręci" w TVP 1. Gratulacje! Nagroda w pełni zasłużona, bo prowadzenie takiego programu to ogromne przedsięwzięcie i wyzwanie…
To dla mnie niezwykły prezent na 25-lecie pracy w telewizji. Ta nagroda jest dla mnie bardzo ważna, jest dowodem na to, że nie można przestawać marzyć.

ADAM JANKOWSKI/REPORTER

„Spotkania z kobietami w klubach są rodzajem świeżego powietrza, którego mogę zaczerpnąć”

Agata Młynarska została Telewizyjną Osobowością 2013 roku podczas 29. gali wręczenia Wiktorów

Dedykuję ją publiczności, która była ze mną przez te 25 lat. Program „Świat się kręci”, którego jestem prowadzącą, rozpoczęłam we wrześniu ubiegłego roku, a początki nie były łatwe. Jest to jedno z najtrudniejszych zadań, z jakim przyszło mi się zmierzyć. Musiałam się nauczyć pracy z nową redakcją, oni musieli nauczyć się współpracować ze mną. Nie jest to proste, kiedy spotykają się ludzkie temperamenty i muszą odpowiedzialnie wyprodukować coś, co zechce oglądać kilka milionów ludzi. Był to dla nas bardzo ciekawy czas…

Taki codzienny, 45-minutowy program wymaga kondycji fizycznej i psychicznej…

Bez wątpienia. Ja zawsze bardzo dbałam i dbam o siebie, regularnie chodzę na siłownię, uprawiam nordic walking, jeżdżę na rowerze, chodzę na basen – bardzo pilnuję tych form aktywności. Uważam na to, co jem, przynoszę do pracy pudełka z jedzeniem, aby zjeść 4 posiłki dziennie. W momencie, kiedy dostałam propozycję realizowania tego programu byłam fizycznie przygotowana do tego, by podjąć się tak dużego wysiłku. Wcześniejsza dyscyplina bardzo się przydała. Najtrudniejsze było potem – codzienna obecność na wizji wymagała zorganizowania sobie życia od nowa. Ale już się przyzwyczaiłam…

I nikt nie może pani zastąpić?

Ten program zbudowany jest na osobowości prowadzącego. W założeniu miał być prowadzony przez jedną osobę. Zatem na razie nic nie wskazuje na to, by to się miało zmienić. Poza tym to dla mnie ogromna przyjemność i frajda codziennie prowadzić program na żywo…

Jaki jest odbiór programu? Wiadomo: widz nasz pan, liczy się oglądalność…

Codziennie ogląda nasz program ponad półtora miliona widzów, wiec jest to ogromny sukces jak na tę porę nadawania. Program realizowany w telewizji publicznej zobowiązuje do podejmowania pewnych tematów, na które nie ma miejsca w telewizji komercyjnej. Jest skierowany do szerokiej publiczności, do starszych i młodszych, do ludzi o bardzo różnych zainteresowaniach, każdy musi w nim coś dla siebie znaleźć. Tematem programu jest więc polityka, rozrywka, ciekawy gość, kultura, nauka, sprawy społeczne. To jest nowatorski projekt z gatunku infotainment. Jest to połączenie informacji

W wielu miastach Polski powstają kluby Ona. Na zdjęciu obok otwarcie klubu w Puławach

z entertainmentem, czyli rozrywką. To pierwszy w Polsce taki talk show.

Co najbardziej podoba się widzom w tym programie?

Były prowadzone badania, z których wynikało, że widzowie najbardziej doceniają te części programu, z których się czegoś dowiadują. Najwyżej oceniony został cykl „Made in Poland", gdzie przedstawiamy mało znanych Polaków, którzy zrobili ogromną karierę na świecie i zachwycają swoimi osiągnięciami, a nie ma ich na pierwszych stronach gazet. Wysoko oceniany jest również cykl o inspiracjach muzycznych piosenkarzy, w których mówią oni o tym, co ich kształtowało, co miało wpływ na ich rozwój, karierę. Doceniono też dobór gości i różnorodność podejmowanych tematów.

A co dla pani jest najtrudniejsze w prowadzeniu programu?

W programie najważniejsze jest, aby uchwycić emocje. Często zastanawiam się czy pytanie, które zadam gościowi, jest banalne, czy nie. Nie chcę powtarzać po raz setny tego samego…

Marzy pani o zaproszeniu jakiś szczególnych gości?

Oczywiście. Na przykład chciałabym gościć w programie dwóch panów Stuhrów czy Kamila Stocha z żoną, ale też mam marzenia ponad granicami – chciałabym rozmawiać z ludźmi zza granicy i czynimy takie starania.

Pani portal onaonaona.com zyskał uznanie, rozgłoś, został nagrodzony za najlepszy debiut roku. Co było inspiracją do powstania tak ciekawego przedsięwzięcia?

Założyłam go w trudnym dla siebie okresie. Powstał z myślą o tych wszystkich kobietach, których dzieci dorosły i odeszły z domu, a szef stwierdził „pani już dziękujemy". Myślałam o kobietach, które nie godzą się z tym, że świat zepchnął je na margines. Takich kobiet jest bardzo wiele. Zapragnęłam, by takie osoby spotkały się w jednym miejscu i pokazały, że tak nie jest. Każda z nas, w każdym wieku, ma prawo pięknie, seksownie wyglądać, być doceniana zawodowo. Dlatego ja w pewnym momencie prowokacyjnie zaczęłam pojawiać się w mini i tworzyć taki wizerunek, by wywołać refleksje: „O babcia ma 48 lat i nieźle wygląda". Chciałam, aby pojawił się taki temat. Bardzo się cieszę, że choć trochę udało mi się odczarować wizerunek kobiet zbliżających się do pięćdziesiątki. Dojrzałość to przecież najlepszy czas dla kobiety. Zrobiłam ten portal po to, aby kobiety, które mają poczucie własnej wartości, są twórcze i chcą działać, miały miejsca, gdzie mogą się spotykać.

Działalność pani związana z tym portalem wymaga sporo czasu. W wielu miastach Polski powstają kluby Ona, prowadzi pani również działalność charytatywną…

„Świat się kręci" z udziałem Krzysztofa Skiby

To rzeczywiście wymaga czasu. Ostatnio byłam na otwarciu – inauguracji klubu Ona Trójmiasto, przyszło kilkaset kobiet i było wspaniale. Nie mogę koncentrować się wyłącznie na pracy w tv, bo telewizja jest chorobą nieuleczalną i aby nie zaszkodziła, trzeba szukać innych miejsc, przestrzeni, gdzie można się przewietrzyć. Ten portal, spotka-

Powyżej: goście programu „Świat się kręci”: Radosław Pazura i ojciec Jan Góra

W SKRÓCIE

Agata Młynarska – dziennikarka, osobowość telewizyjna. Na koncie ma ponad 3 tysiące programów telewizyjnych – była ich gospodynią, autorką i producentem. Pierwsze lata pracy na wizji spędziła w telewizyjnej Dwójce, prowadząc takie programy jak „Pytanie na śniadanie”, dziennik „Obserwator” czy „Róbta, co chceta” oraz wielkie gale sylwestrowe. W 2006 roku rozstała się z Telewizją Polską i rozpoczęła pracę w Polsacie, gdzie była gospodynią wielu programów, a także kierowała zespołem Nowych Projektów. Założycielka portalu www.onaonaona.com, wspierającego inicjatywy kobiet w Polsce. Redaktor naczelna magazynu „Skarb”. Teraz, po 7 latach, powróciła do telewizji publicznej i prowadzi program „Świat się kręci”. Laureatka Wiktora 2013 w kategorii osobowość telewizyjna.

nia z tymi kobietami w klubach, jest takim właśnie rodzajem świeżego powietrza, którego mogę zaczerpnąć. To, że stworzyłam sobie własne miejsce wtedy, kiedy nie byłam na topie, nie byłam obecna na pierwszych stronach gazet, mój głos nie był aż tak słyszany, to spore osiągnięcie. Tworzyłam i robiłam go bez reklamy, a mimo to znalazło się mnóstwo chętnych kobiet, które przyjęły to z entuzjazmem.

Jest pani znana również z działalności charytatywnej…

Ta działalność jest dla mnie bardzo ważna, choć teraz mniej się angażuję w takie projekty, bo mam ograniczone możliwości

„W programie najważniejsze jest, aby uchwycić emocje”

czasowe. Staram się działać w ten sposób, aby portal, który stworzyłam, był miejscem, gdzie mogę przedstawić i tchnąć życie w pewne przedsięwzięcia. I to się bardzo dobrze sprawdza.

Czuje się pani zawodowo spełniona?

Czułam się zawodowo spełniona cały czas, bo starałam się sama sobie to zawodowe spełnienie zapewnić. Zawsze szukałam pomysłu na siebie, nie czekałam na propozycje od innych. Czy był to portal onaonaona.com., czy wywiady w Radiu Pin, czy w Polsat Cafe, wielkie gale, kameralne koncerty – zawsze miałam poczucie satysfakcji. Nigdy nie narzekałam.

Czyja ocena pani różnorodnej działalności jest dla pani najważniejsza?

Przede wszystkim to ja muszę być zadowolona z tego, co robię, dla mnie jest ważna moja opinia o tym, co zrobiłam, czego dokonałam. Mniej teraz słucham innych. Jest jednak kilka osób, z których opinią się liczę, ale nie jest ich wiele. Nie da się słuchać wszystkich, bo bym oszalała. Mam takie sprawdzone osoby, wśród których jest mój tata, mój były teść (który bardzo ciekawie krótkim SMS-em komentuje moje działania), ciekawi mnie opinia moich synów, ważne jest dla mnie zdanie aktorki Joasi Kurowskiej, mojej przyjaciółki, która ze swoimi uwagami trafia w sedno sprawy i szczerze mówi, jak jest. A teraz też bardzo liczę się ze zdaniem mojego męża.

Wokół czego poza pracą kręci się pani świat?

Na pewno wokół spraw związanych z portalem, a także z magazynem „Skarb", którego jestem redaktorką naczelną. To też jest ciekawa przygoda w moim życiu. Poza tym oczywiście nie ma dnia, żebym nie myślała o moich wnuczkach (dwie dziewczynki) i o tym, co robią moje dzieci – synowie i córka. Tadeusz jest operatorem filmowym i często rozmawiamy o jego pracy. Poza tym żyję oczywiście wielkim szczęściem, czyli piękną miłością, która mi się trafiła w dojrzałym wieku i właściwie mogę powiedzieć, że jest to coś, co wypełnia moje życie.

Przejmuje się pani krytyką?

Już nie. Nie ma sensu przejmować się anonimowymi wpisami w Internecie czy plotkarskimi artykułami w tabloidach, w których nie ma słowa prawdy. Krytyka jest ważna jak jest życzliwa i konstruktywna, i takiej słucham.

Co pozwala budować poczucie własnej wartości?

Jeżeli ktoś nie dostał poczucia wartości od rodziców, to musi sobie to poczucie wartości zbudować. Pomaga w tym przede wszystkim wiara w swoje możliwości i poleganie na sobie. Trzeba mieć dystans i potrafić odrzucić opinie innych ludzi, którzy chcą kierować twoim życiem, mówiąc ci, co masz robić, jak masz wyglądać, jak postępować w tej czy innej sprawie. Poczucie własnej wartości pozwala kierować się głosem serca i wybierać rzeczy, które sama akceptujesz, a nie te, które ktoś uważa, że są dla ciebie dobre. To jest wielki komfort, a ja się tego nauczyłam dopiero niedawno. Miałam problem z wiarą w siebie, poczuciem własnej wartości, z tym, że coś dla siebie znaczę.

Ma pani jakieś upodobania do luksusu?

Spełniło się jedno z największych marzeń mojego życia: jestem właścicielką czerwonej Alfy Romeo Giulietty. Gdy uroczyście odbierałam to auto w salonie u pana Bołtowicza i gdy stanęłam obok tego auta przykrytego czerwonym pokrowcem, to pomyślałam sobie „O tak! Jestem kobieta luksusową"! Mam także inne „luksusowe" słabości: bardzo lubię dobre okulary i wyjątkowe buty, których mam bardzo dużo. Jednak za największy luksus uważam ciekawą rozmowę z fascynującą osobą i to jest ważniejsze nawet niż pierścionek z brylantem.

Podobno wystartowała pani kiedyś w amatorskim rajdzie samochodowym…

Ja się do tego nie nadaję. Byłam kiedyś na rajdzie, wsiadłam do samochodu w towarzystwie fajnych dziewczyn i miałyśmy podczas jazdy tak ciekawą rozmowę, że pomyliłyśmy trasę i chyba przyjechałyśmy ostatnie.

Jakieś plany, marzenia?

Przede wszystkim chcę dotrwać do końca sezonu programu „Świat się kręci" w zdrowiu, co przy tak intensywnym tempie życia nie jest takie proste. ■

Założony przez Agatę Młynarską portal onaonaona.com powstał z myślą o dojrzałych kobietach, które nie godzą się z tym, że świat zepchnął je na margines

Przyjaciele w naszych domach

Emanuela Chiappero, Jolanta Honkisz

zdjęcia Shutterstock, Fotolia

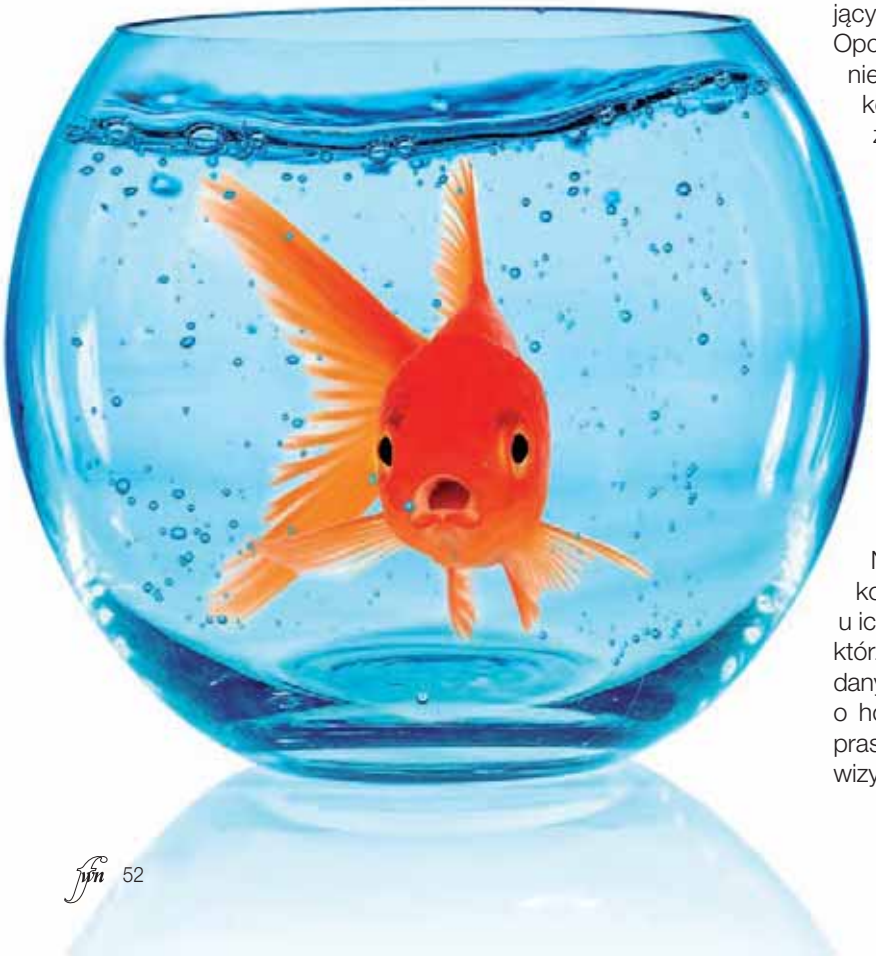
Ponad połowa dorosłych Polaków, a dokładniej 54%, deklaruje posiadanie przynajmniej jednego zwierzęcia domowego. W naszym kraju mamy 6 milionów psów. Właśnie ten czworonóg jest przyjacielem rodziny w niemal co trzecim polskim domostwie. Niezależnie od tego, jakie zwierzę jest naszym towarzyszem, musi pasować do nas samych, naszej osobowości, stylu życia rodziny i warunków mieszkaniowych.

Polacy zwykle deklarują sympatię do zwierząt. Oprócz psów w naszych domach goszczą przede wszystkim koty (z badań Ceneo wynika, że aż 40%), a także cisi towarzysze – rybki akwariowe. Lubimy również małe gryzonie lub fretki. Po 7% ankietowanych posiada zwierzęta terrarystyczne lub papugę albo innego ptaka. Do takich zwierząt trudniej się przywiązać i traktować jak członka rodziny – nie bardzo bowiem da się przytulić żółwia czy kanarka, a ludzie mają tendencję do czułego traktowania zwierzaków.

Właściciele zwierząt domowych są grupą bardzo niejednolitą. Należą do nich zarówno dorośli, jak i dzieci (często posiadające własne zwierzątko); ludzie z wyższym wykształceniem i ci wyłącznie z podstawowym; zamożni i ubodzy. Oczywiście zwierzęta mają różny status w naszych gospodarstwach domowych. Część z nich nosi miano pełnoprawnego członka rodziny, nawet jeśli jest małym chomikiem, część to ignorowana siła robocza, np. psy na łańcuchach widywane na polskich wsiach.

W POSZUKIWANIU OBIEKTYWNYCH DANYCH

Z ankiet dotyczących naszych pupili można wysnuć ciekawe wnioski nie tylko co do liczby i gatunków zwierząt posiadanych przez Polaków, ale także naszego podejścia do ich pielęgnacji i opieki. Ciekawostką jest, że na Opolszczyźnie występuje najmniej w całej Polsce zarówno psów (22% domostw), jak i kotów (zaledwie 10%). Być może wpływ na to ma realizowany od 6 lat przez opolski ratusz program sterylizacji i kastracji zwierząt żyjących wolno. Tylko w zeszłym roku Rada Miasta Opola przeznaczyła na ten cel 16 tys. zł. I choć niektórzy są przeciwnikami takich zabiegów dokonywanych na zwierzętach, trudno nie przyznać racji lekarzom weterynarii, którzy przekonują, że należy zadbać o żyjące już zwierzęta, a nie pozawalać na ich swobodne rozmnażanie się.



Interesujące dane zawiera także raport „Pacjent–zwierzę" z 2009 roku. Wynika z niego, że osoby o wyższych zarobkach rzadziej hodują domowe zwierzęta w porównaniu do osób o mniejszych dochodach. Także wyższe wykształcenie idzie w parze z mniejszą liczbą posiadanych zwierząt. Z kolei na wsiach częściej niż co drugie domostwo gości zwierzaka, często są to koty–dachowce lub większe psy pełniące funkcje obronne.

Na szczęście aż 80% właścicieli w pierwszej kolejności w przypadku problemów ze zdrowiem u ich pupili zwraca się do lekarzy weterynarii. Niektórzy szukają pomocy u znajomych, a 30% badanych w Internecie. Okazuje się jednak, że wiedzę o hodowli czerpiemy bardzo rzadko z fachowej prasy (6%) czy z tematycznych programów telewizyjnych (ok. 3%).

„DO SERCA PRZYTUL PSA, WEŹ NA KOLANA KOTA...”

Zostawmy już suche dane statystyczne, by przyjrzeć się raczej relacjom człowiek–zwierzę. Kontakty te czasami wiążą się z wieloma emocjami i przypominają niemal ludzkie więzi. Często bywa tak, że traktujemy naszego pupila jak członka rodziny, którego obdarzamy prawdziwą miłością i troską. Czasami próbujemy przy tym stłamsić zwierzęcą naturę podopiecznego.

Zdrową sytuacją jest, gdy zwierzak pojawia się w rodzinie z dziećmi. Wtedy zwykle zna swoje miejsce w tym „stadzie” – nigdy nie będzie ważniejszy od dzieci, ale jednocześnie musi być przez nie traktowany z szacunkiem. Zwierzak, zwykle pies lub kot, otoczony ludźmi, jest oswojony i nieagresywny. Dzieci zaś dorastając w towarzystwie podopiecznego, uczą się odpowiedzialności za niego. Do tego podział zadań w większej rodzinie nie obciąża jednej osoby, np. każdy chodzi z psem na spacery czy dba o czystość akwarium.

Ciekawe jest terytorialne rozłożenie liczby posiadanych zwierząt. W dużych miastach i aglomeracjach (w badaniu firmy Claritas Polska) najczęściej deklarowano, że domowym towarzyszem jest pies (nawet do 40% badanych). Koty mieszkają głównie w Warszawie i okolicach (19% rodzin) – być może dlatego, że w wielkim mieście łatwiej opiekować się schludnym i eleganckim kanapowcem. Mruczek jest dużo „łatwiejszy w obsłudze”. Nie musi wychodzić, aby się załatwić, nie znosi z trudem nieobecności swojego pana. Ponadto jest nadzwyczaj elegancki, potrafi przyciągnąć przede wszystkim osoby wrażliwe na piękno. Zresztą jak wszystkie kotowate. Słynny francuski weterynarz Fernand Méry mawiał: „Bóg stworzył kota, aby człowiek mógł pogłaskać tygrysa”. Równie znane jest powiedzenie Harry’ego Swansona: „Kot nie ma właściciela. Kot może mieć najwyżej partnera”.

Bywa tak, że zwierzę ma wypełnić uczuciową pustkę właściciela, który stracił bliskie osoby lub jest po prostu samotny. Na zwierzę czasami decydują się osoby, które nie mogą doczekać się potomstwa – wówczas zachodzi ryzyko, że podopieczny wejdzie w rolę dziecka, do tego dziecka rozpieszczanego. Taka sytuacja prowadzi do niezdrowych relacji, w których zwierzę jest utożsamiane z człowiekiem, przypisuje mu się ludzkie cechy, jak np. umiejętność zrozumienia naszych problemów czy uczuciowe zaangażowanie. To może powodować dodatkową alienację od reszty społeczeństwa i stawać się problemem.

Osoby zbytnio skupiające się na swoich pupilach czasami idą też w inną stronę. Zwierzęce szaleństwo podsyca rozbudowujący się obecnie ry-

nek ubrań i dodatków dla zwierząt. Rzeczy i zabiegi, bez których czworonogi świetnie się mają, nagle urastają w oczach niektórych właścicieli do rangi koniecznych przedsięwzięć, bez których ani oni, ani ich zwierzaki nie będą szczęśliwe i zadbane. Jak grzyby po deszczu wyrastają sklepy internetowe oferujące m.in. ubranka i biżuterię dla zwierząt, kosmetyki, buciki, bajkowe posłania i legowiska czy zabawki z najwyższej półki. Zakochani w swoich zwierzakach właściciele nie szczędzą grosza na ekstrawaganckie i urocze – w ich opinii – ciuszki i akcesoria dla swoich pupili. I o ile rynek tego typu artykułów w Polsce jest jeszcze niezbyt duży, o tyle Amerykanie wydają rocznie na swoje zwierzęta domowe 53 mld dolarów. Mieszkańcy USA (ale także nasi niemieccy sąsiedzi) często nie chcą rozstawać się ze swoimi pupilami, zabierają je więc na zakupy. By ułatwić im życie, sieci sklepów oferują kąciki zabaw i odpoczynku dla czworonogów.

PODOBIEŃSTWA I RÓŻNICE

Nieraz, spoglądając na czyjeś zwierzę, myślimy: zupełnie jak jego pan. Może jest coś w przekonaniu, że ludzie podobni są do swoich domowych zwierzaków? Badacze z całego świata, poprzez fotografie (np. cykl „Underdogs" Sebastiana Mignaniego), wiele razy z powodzeniem udowadniali, że ludzie pasują wyglądem do swoich pupili. Być może jest tak dlatego, że często wybierają zwierzęta, które są do nich podobne. Badanie zrealizowane w grupie amerykańskich studentek z długimi włosami wykazało, że preferują one i uważają za bardziej przyjazne i przyjacielskie psy z długimi uszami aniżeli psy z uszami do szpica. Kobiety z krótkimi włosami wyrażają natomiast zgoła odwrotne opinie.

Jeszcze bardziej interesujące jest podobieństwo charakterów. Badania wykazały, że miłośnicy psów są mniej neurotyczni niż osoby wolące koty, a osoby niezbyt sympatyczne wolą psy ras agresywnych. Jeśli prawo przyciągania (podobne przyciąga podobne) mogłoby wyjaśnić niektóre z tych podobieństw, istnieją powody, by myśleć, że również zwierzęta domowe mają tendencję do naśladowania swych właścicieli. Może zastosowanie ma zasada „z kim przestajesz, takim się stajesz"? Według opinii badaczy psy mają tak zwaną „imitację automatyczną", instynkt, który może mieć pierwszeństwo zarówno nad zachowaniem naturalnym, jak i interesem osobistym. Psy są również bardziej czułe na zaraźliwe ziewanie (wskaźnik empatii) i częściej ziewają, gdy robi to ich pan niż wówczas, gdy ziewa osoba obca. Mamy też wpływ na to, czy pupil tak jak właściciel będzie entuzjastycznie witał gości, brał czynny udział w zabawach z dziećmi czy reagował wściekłością na sytuacje codzienne.

Pomijając niezbyt przemyślane pomysły, ludzie zwykle świetnie dobierają się ze swoimi zwierzętami. Osoby starsze często prowadzą na smyczy spokojne pudelki, natomiast muskularni osiłkowie wybierają rasy psów o obronnym charakterze. Samotnicy decydują się na równie niezależne koty, a ludzie nielubiący ciszy mogą za to wybrać głośną i wesołą papugę, która wnosi do domu sporo dynamizmu i nieco rozgardiaszu.

POTĘGA MODY

Od czasu do czasu każdy z nas ulega modzie. Modowe szaleństwo dotyka niestety także domowej fauny. W ostatnich latach w pewnych kręgach modnie jest nosić miniaturowego psiaka w eleganckiej torebce, mimo że zwierzakowi niekoniecznie takie paradowanie musi się podobać. Oczywiście pupile gwiazd zwykle dobrze się mają, jednak sam pomysł traktowania ich jak broszki budzi kontrowersje u miłośników i obrońców praw zwierząt.

W niektórych kręgach popularne są zwierzęta egzotyczne. Przedstawiciele pewnych subkultur lubią posiadać węże, jaszczurki czy wielkie pająki. Swoją drogą wymagania zwierząt egzotycznych są naprawdę wygórowane. Trzeba im zapewnić środowisko zbliżone do naturalnego – odpowiednie otoczenie, temperaturę, naświetlenie i wilgotność. Mimo to i tak nieraz jest im trudno żyć w domowej niewoli, zwłaszcza gdy hodujemy w samotności zwierzę, które w naturze przebywa w stadzie.

Czasami moda jest zaskakująca i dziwaczna. W 2012 roku hitem wśród prezentów na I Komunię były nie rowery czy smartfony, a… jeżyki pigmejskie. Maleńkie jeże, niebędące pod ochroną i nadające się do hodowania w domu, podbijały swoim wyglądem dzieci i ich rodziców. Oczywiście można było dla jeżyka dokupić mnóstwo akcesoriów – od terrariów i domków, przez zabawki, aż po środki pielęgnacyjne. Na szczęście moda szybko przyszła i szybko odeszła. I tu zbliżamy się do ostatniego problemu, który warto poruszyć. Podobnie jak moda, czasami przemija też nasza sympatia. Zerwanie kontaktów z osobą, nawet jeśli bolesne, często bywa konieczne.

Tymczasem raz wzięte pod nasz dach zwierzę powinniśmy mieć na zawsze. Niestety, każdego roku w okresie poświątecznym i wakacyjnym część zwierząt poznaje prawdziwe oblicze swoich właścicieli. Zwierzęta porzucane na skraju drogi lub przywiązywane do drzewa cierpią za bezmyślność swoich nieodpowiedzialnych panów.

Wydaje się więc, że posiadanie zwierząt – mimo że wynika z dobrej woli człowieka – czasami kończy się naprawdę smutno. Pozostaje mieć jednak nadzieję, że właścicieli odpowiedzialnych będzie przybywać. Oby nasze społeczeństwo potrafiło odwzajemniać przywiązanie i szczerość zwierzęcych przyjaciół, zwłaszcza że one tak często pomagają ludziom (np. w dogoterapii). Teoretycznie z badań wynika, że Polacy są troskliwymi opiekunami swoich małych podopiecznych, bowiem 94% właścicieli (badania agencji On Board z 2011 roku) deklaruje chęć udania się do lecznicy weterynaryjnej w razie konieczności. Dla 24% respondentów wizyta u weterynarza jest normalnym objawem troski o swoje zwierzę. Traktowanie naszych braci mniejszych podmiotowo jest kluczem do harmonijnej współegzystencji zarówno w środowisku naturalnym, jak i w naszych domach. ■

Joanna Lasek

OCHRONA TWARZY **NA WIOSNĘ**

Wiosenne słońce jest wyjątkowo ostre, powoduje sporo poparzeń, nie można więc zapominać o solidnej ochronie. Firma Eris przygotowała cały zestaw faktorów przeciwsłonecznych, w tym wygodne i skuteczne preparaty dla najmłodszych. W przypadku dzieci najlepiej sprawdza się wersja z atomizerem, wiedzą o tym wszyscy rodzice, którzy często nie mogą okiełznać swoich pociech podczas smarowania. Mleczko nadaje się dla dzieci od 7 miesiąca życia, maluchy na pewno będą zachwycone, gdyż preparat ma zapach gumy do żucia.

SZYBSZE PRASOWANIE

Żelazko parowe Kärcher to „wyższy stopień wtajemniczenia" w temacie prasowania. Koszmarem konsumentów są trudno prasujące się materiały, na których zagięcia zdają się pojawiać „z niczego". Prasowanie żelazkiem parowym zajmuje o połowę mniej czasu. Zestaw wyposażony jest w deskę z funkcją odsysania pary i nadmuchu. Dzięki temu nadmiar pary zostaje usunięty, materiał pozostaje natomiast zupełnie suchy. Jest to istotne w przypadku grubych materiałów. Nadmuch stosuje się natomiast do tkanin delikatnych. Dzięki teflonowej stopce można spokojnie prasować nadruki bez wywracania ubrania „na lewą stronę".

NOWE BARWY **BIŻUTERII**

Wiosna zagościła już na dobre w większości kolekcji sklepowych. Nowe barwy, nowy sezon, nowy design zapraszają do odświeżenia naszych domów i szaf. Popularna marka Pandora zaproponowała swoim klientkom lekką letnią kolekcję, w której głównym motywem stały się przeurocze stokrotki. Inspiracją projektantów były kwiatowe wianki wyplatane przez dziewczęta. Poszczególne elementy można nosić pojedynczo lub zakładać kilka jednocześnie, tworząc na dłoniach prawdziwie bukiety. Kolczyki oraz klipsy są ozdobione subtelnym i pojedynczym kwiatkiem, dzięki czemu, nawet nosząc komplet, uniknie się nadmiaru biżuterii.

W WIOSENNYCH **ODCIENIACH**

Firma Reserved przygotowała dla swych klientów kolekcję ubrań na sezon wiosna – lato, która spodoba się nawet najbardziej wybrednym konsumentom. Kolorystyka jest zgodna z najnowszymi trendami – mamy więc mnóstwo połączeń monochromatycznych (czerń – biel), pięknych pasteli (pudrowy róż, mięta itd.), szarości, ale też nadruków roślinnych, kwiatowych, krat, pasków. Wszystko, co w modzie najbardziej aktualne, znajduje się w ofercie Reserved. Zachwyca także kolekcja dziecięca, która nie epatuje nadmiernym infantylizmem i będzie idealna dla małych „fashion victims".

DO PIELĘGNACJI DREWNIANYCH TARASÓW

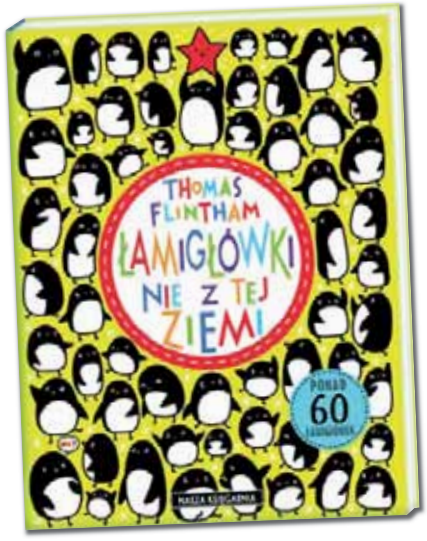
Sezon grillowy w pełni, może się jednak okazać, iż nasz taras znajduje się w opłakanym stanie. Niezabezpieczone drewno narażone jest na wszelkie czynniki pogodowe, co sprawia, że jego faktura szarzeje, odkształca się i jest mniej wytrzymała. Nowością są oleje do pielęgnacji drewna, które pozwalają zachować jego naturalny charakter. Wodoodporny olej do tarasów firmy Altax zawiera dużą ilość oleju tungowego – jednego z najszlachetniejszych olejów występujących w naturze. Produkt występuje w trzech odcieniach, w zestawie znajduje się praktyczny aplikator, który skraca czas pracy do minimum. Zalecany zakres temperatur do olejowania to przedział +10 °C – +25 °C.

LAMPY DO INDUSTRIALNYCH WNĘTRZ

Polacy coraz większą uwagę zwracają na wnętrza, w których mieszkają. Przedmioty przestały pełnić jedynie rolę użytkową, muszą także spełniać wysokie standardy estetyczne. 4concepts to firma zajmująca się projektowaniem i produkcją lamp. W nowej kolekcji pierwsze skrzypce grają lampy o szklanych podstawach, wzbogacone nowymi akcentami kolorystycznymi. Szklany cylinder został wykonany z ręcznie formowanego szkła. Lampy świetnie nadają się do wnętrz w stylu industrialnym.

Joanna Lasek

Książki *na zieloną trawkę*



Ta interaktywna książka w doskonały sposób ćwiczy umysł naszego malucha. Mnóstwo w niej zagadek, rebusów i zadań stymulujących koncentację oraz umiejętność logicznego myślenia. Mały czytelnik spotka w niej wielu przedziwnych przyjaciół – Olbrzymiego Rycerza, tajemniczych bliźniaków, sprawdzi, do czego służy peleryna-niewidka i skąd wziął się zagadkowy „królikowąż". „Łamigłówki" to świetna alternatywa na pożyteczne spędzenie wieczoru z dzieckiem. Do tego ksiażka jest pięknie wydana i ilustrowana, na pewno sprawi pociechom niesamowitą frajdę.
Thomas Flintham: Łamigłówki nie z tej ziemi. Nasza Księgarnia. Warszawa 2014.

Trudno w to uwierzyć, ale książka Sendaka ma już pięćdziesiąt lat! Jest ciągle aktualna, zmieniło się w niej chyba tylko jedno – zmienił się system kar – dziś już rzadko wysyła się dzieciaka za karę do pokoju bez zjedzenia kolacji. Jednak owa kara stała się świetnym pretekstem do przygody – niegrzeczny Max, siedząc samotnie w pokoju, zamienia swój cichy kącik w las i spotyka w nim naprawdę niezwykłe stwory. Od pierwszego wydania sprzedało się na świecie ponad 19 milionów egzemplarzy „dzikich stworów". Każde dziecko chciałoby zapewne mieć w swym pokoju taki przyczółek.
Maurice Sendak: Tam, gdzie żyją dzikie stwory. Wydawnictwo Dwie Siostry. Warszawa 2014.

Dowcipny poradnik dobrego wychowania dla najmłodszych. Każda panda wie, jak należy się zachowywać, ludzkim dzieciom pozostaje więc naśladować grzeczne pandy. Karty książeczki są kartonowe, przetrwają więc nawet najbardziej destrukcyjne dziecięce działania. Świetny prezent dla malucha, który zaczyna się dopiero orientować w regułach rządzących światem dorosłych.
Ola Cieślak. Co wypanda, a co nie wypanda. Wydawnictwo Dwie Siostry. Warszawa 2014.

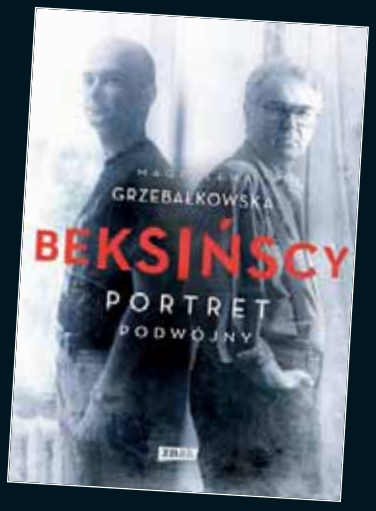
Autobiograficzna opowieść
znanej położnej o sobie i swojej pracy

Ta drobna kobieta o niezwykłym imieniu stała się pionierką cywilizowanego położnictwa w Polsce. W czasie akcji „Rodzić po ludzku" było o niej głośno – zasłużenie. Wydaje się, iż książka o tej tematyce nie może być lekturą łatwą i przyjemną – nic bardziej mylnego. Tekst czyta się z przyjemnością, wszystko jest okraszone wielkim ładunkiem pozytywnej energii. Wspomniane zostały także „stare czasy", kiedy normalną praktyką było przywiązywanie nóg rodzącej do łóżka za pomocą skórzanych pasów. Całe szczęście, głównie dzięki osobom takim jak Jeanette, te czasy odeszły daleko w zapomnienie i nigdy nie wrócą. Miło czyta się biografię osoby, która kocha swoją pracę i wykonuje ją z prawdziwym oddaniem. **Jeannette Kalyta. Położna 3550 cudów narodzin. Wydawnictwo Znak. Kraków 2014.**

Fascynująca historia
legendy country i rock and rolla

Johnny Cash to człowiek – legenda. Kolejne pokolenia darzą go niemal boską czcią. Prosty chłopak, który zaczynał jako zwykły robotnik, doszedł na sam szczyt. Kto nie miał do czynienia z jego biografią, nie wie, iż Cash miał poważny kłopot z narkotykami, miał niezbyt udane życie osobiste (pierwsze małżeństwo zakończyło się porażką), był natomiast nadzwyczaj wierzący i wiara pozwoliła mu na wykaraskanie się z wielu problemów. Autobiografia jest napisana lekko, bez zadęcia. Cash pozostaje szczery z czytelnikami i nie wstydzi się ani swego pochodzenia ani swych słabości. Muzyka Casha pozostaje wiecznie żywa, jeśli ktoś pokochał głos „człowieka w czerni", pokocha również jego samego. **Johnny Cash: Cash. Autobiografia. Wydawnictwo Czarne. Wołowiec 2014.**

Podwójny portret
niezwykłych osobowości



To jedna z lepszych książek reporterskich ostatnich lat. Ojciec i syn – obaj dziwni, introwertyczni, niezrozumiani. Tomasz Beksiński – syn – był legendarnym dziennikarzem radiowym, tłumaczem (między innymi filmów z Jamesem Bondem), oryginałem, z którym nie mogła wytrzymać dłużej żadna kobieta. Od kiedy był nastolatkiem, marzył o samobójstwie i w końcu mu się to udało. Całe życie kochał ojca miłością pełną nienawiści. Zdzisław Beksiński był równie mroczny jak jego obrazy. Jedynym jasnym i stałym elementem w jego życiu była żona – Zofia – matka Tomasza. Panowie nie mogli się ze sobą dogadać, jednocześnie tkwiąc w dziwnym wzajemnym uzależnieniu. „Beksińscy" to książka świetna, choć tematyka niełatwa, pełno w niej bólu, depresji i śmierci. Dawno jednak nie było na naszym rynku tak wnikliwego i hipnotyzującego portretu. Nie sposób oderwać się od tej książki, polecić ją można zwłaszcza czytelnikom, którym nieobce jest nazwisko bohaterów. **Magdalena Grzebałkowska: Beksińscy. Portret podwójny. Wydawnictwo Znak. Kraków 2014.**

ROMAGNA MIA
Kuchnia Włoska i Pizzeria
ul. Bohaterów Warszawy 22
Bielsko-Biała, tel. 666 720 394
www.romagnamia.pl
facebook.com/romagnamiabielsko

Agnieszka Kudłacik, Romagna Mia
zdjęcia Satiz Poland

Piatti di pesce
dania z ryb, część II

Italia słynie z ryb i owoców morza w kuchni. Dlatego tym razem potrawy z tym bogactwem Włoch postanowiłam podzielić na dwa numery. W tym wydaniu przedstawię przepisy dotyczące szaszłyków z krewetek na sosie paprykowym oraz faszerowane kalmary. Jeśli chodzi o szaszłyki, proszę pamiętać, że można je również opanierować w tartej bułce wymieszanej z pietruszką, ząbkiem czosnku, oliwą, solą i pieprzem. Jeśli natomiast chodzi o kalmary... te są cudownie smaczne na wszystkie możliwe sposoby! Najważniejsze to piec je w dokładnie określonym czasie, albowiem im dłużej się pieką, tym będą twardsze. To dotyczy zresztą wszystkich owoców morza. I proszę się nie bać, że nie mają Państwo dostępu do świeżych produktów. Te mrożone również dobrze wyjdą, jeśli tylko będziemy przestrzegali czasu ich przygotowania! Smacznego!

TRANCIO DI TONNO ALLE OLIVE
(filet z tuńczyka z oliwkami)

4 filety z tuńczyka
120 g czarnych oliwek
30 g migdałów
30 g orzeszków pinii
majeranek
cytryna
białe wino
2 ząbki czosnku
sól, pieprz
oliwa z oliwek

Rozgrzewamy oliwę i smażymy filety po 3 minuty z każdej strony. Podlewamy białym winem i odparowywujemy na mocnym ogniu. Solimy i pieprzymy, ściągamy z ognia. Siekamy grubo migdały, oliwki, orzeszki pinii, kilka listków świeżego majeranku i dwa ząbki czosnku. Układamy filety na talerzu, posypujemy mieszanką z oliwkami i ścieramy drobno skórkę cytrynową. Bardzo dobrze do tego dania pasują gotowane ziemniaki i świeża sałata.

Mam nadzieję, że zaproponowane przeze mnie dania będą Państwu smakowały. To oczywiście kropla w morzu, jeżeli chodzi o dania z ryb. Proszę pamiętać, że najważniejszą rzeczą jest jakość produktów i czas gotowania czy pieczenia. Nie można, jak to się mówi, przedobrzyć… Bo naprawdę najprostsze dania, wbrew pozorom, są najtrudniejsze...
ALLORA... BUON APPETITO!!!!

SPIEDINI DI GAMBERI AL PEPERONE

(szaszłyki z krewetek na sosie paprykowym)

20 krewetek tygrysich, po 5 na każdy szaszłyk
5 świeżych, młodych cebulek
1 żółta papryka
50 g śmietanki
oliwa z oliwek
sól, pieprz
sałata

Cebulkę kroimy na kawałki długości ok. 4 cm i sparzamy. Czyścimy paprykę, kroimy na kawałki i dusimy na oliwie z odrobiną wody, soli i pozostałą cebulką. Kiedy papryka będzie miękka, miksujemy ją razem ze śmietanką. Nabijamy krewetki na szaszłyki na przemian z kawałkami dymki. Solimy, pieprzymy i pieczemy na grillu. Na talerzu rozprowadzamy sos paprykowy i układamy szaszłyki. Podajemy z zieloną sałatą.

CALAMARI FARCITI DI GAMBERI CON PATATE

(kalmary faszerowane krewetkami z ziemniakami)

4 kalmary (mogą być mrożone, należy je tylko wcześniej rozmrozić w zimnej wodzie)
kilka obranych krewetek (ok. 150 g)
500 g młodych ziemniaków (najlepiej małych, wtedy będą podane w całości)
4 kromki chleba tostowego
4 cebulki dymki
1 cebula, pietruszka
majeranek, świeży tymianek
białe wino, masło
biały ocet winny
oliwa z oliwek
sól, pieprz

Czyścimy kalmary. Odcięte części drobno kroimy z krewetkami, pokrojonym chlebem tostowym bez skórki, solą, pieprzem i zieloną pietruszką. Na oliwie podsmażamy przez kilka minut małą cebulę razem z wyżej podanym farszem i studzimy. Tak przygotowanym farszem napełniamy kalmary i zamykamy wykałaczką. Na osobnej patelni podduszamy dymki. Podgotowujemy ziemniaczki z odrobiną octu winnego i podsmażamy na maśle na osobnej patelni z majerankiem. Formę żaroodporną skrapiamy oliwą, przekładamy kalmary i ziemniaki, solimy i pieprzymy. Pieczemy w piekarniku nagrzanym do 220 stopni przez ok. 10 minut. Po tym czasie podlewamy białym winem i pieczemy jeszcze 25 minut. Podajemy od razu posypane świeżym tymiankiem.

CENNIK RABATOWY DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT

Oferta dotyczy samochodów z roku produkcji 2014

Nowa Panda

WYMIARY (cm) 365/164/156 | BAGAŻNIK 225 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.2 EASY EURO6	32.810	1242	69	164	5,2	4/5
1.2 EASY+PACK EURO6	37.060	1242	69	164	5,2	4/5
1.3 EASY Multijet 16v EURO5+	41.310	1248	75	168	3,9	4/5
1.3 EASY+PACK Multijet 16v EURO5+	45.560	1248	75	168	3,9	4/5
1.2 LOUNGE EURO6	37.060	1242	69	164	5,2	4/5
0.9 TwinAir S&S DPF LOUNGE EURO6	43.860	875	85	177	4,2	4/5

500/500C

WYMIARY (cm) 355/163/149 | BAGAŻNIK 185 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.2 POP EURO6	38.250	1242	69	160	5,1	4
1.2 POP + A/C EURO6	41.650	1242	69	160	5,1	4
1.2 COLOR THERAPY EURO6	42.075	1242	69	160	5,1	4
0.9 SGE S&S LOUNGE EURO6	50.150	875	85	173	4,1	4
0.9 SGE S&S LOUNGE EURO6	51.850	875	105	188	4,2	4
1.2 SPORT EURO6	45.900	1242	69	160	5,1	4
0.9 SGE S&S SPORT EURO6	52.700	875	105	188	4,2	4

500L Living

WYMIARY (cm) 435/178/145 | BAGAŻNIK 168/638 L

RABAT 15%	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
0.9 8v TwinAir POP STAR EURO6	58.650	875	105	180	4,8	5/7
1.6 MULTIJET II 16v POP STAR EURO5+	68.850	1598	105	181	4,5	5/7
1.6 MULTIJET II 16v POP STAR EURO5+	70.550	1598	120	189	4,8	5/7
0.9 8v TwinAir LOUNGE EURO6	64.600	875	105	180	4,8	5/7
1.6 MULTIJET II 16v LOUNGE EURO5+	74.800	1598	105	181	4,5	5/7
1.6 MULTIJET II 16v LOUNGE EURO5+	76.500	1598	120	189	4,8	5/7

500L seria 1

WYMIARY (cm) 415/178/167 | BAGAŻNIK 400 LITRÓW

RABAT 15%	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.3 Multijet II 16V POP STAR	61.795	1248	85	165	4,2	5
1.3 Multijet II 16V POP STAR DUALOGIC	65.195	1248	85	164	4,0	5
1.6 Multijet II 16V POP STAR	66.895	1598	105	181	4,5	5
1.6 Multijet II 16V POP STAR	68.595	1598	120	189	4,5	5
1.4 16V T-JET LOUNGE	66.045	1368	120	189	6,9	5
0.9 8V TWINAIR LOUNGE	62.645	875	105	180	4,8	5
1.3 Multijet II 16V LOUNGE	67.745	1248	85	165	4,2	5
1.3 Multijet II 16V LOUNGE DUALOGIC	71.145	1248	85	164	4,0	5
1.6 Multijet II 16V LOUNGE	72.845	1598	105	181	4,5	5
1.6 Multijet II 16V LOUNGE	74.545	1598	120	189	4,5	5

500L Trekking seria 1

WYMIARY (cm) 427/180/167 | BAGAŻNIK 400 LITRÓW

RABAT 15%	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.4 16V T-JET TREKKING	66.895	1368	120	183	7,0	5
0.9 8V TWINAIR TREKKING	63.495	875	105	173	5,1	5
1.3 Multijet II 16V TREKKING	68.595	1248	85	160	4,3	5
1.3 Multijet II 16V TREKKING DUALOGIC	71.995	1248	85	158	4,2	5
1.6 Multijet II 16V TREKKING	73.695	1598	105	175	4,7	5
1.6 Multijet II 16V TREKKING	75.395	1598	120	183	4,8	5
1.6 MULTIJET II 16V TREKKING BEATS	80.495	1598	120	183	4,8	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

DPF – filtr cząstek stałych (dla silników diesla)
S&S – system Start&Stop

Zużycie paliwa podano w cyklu mieszanym.
Wymiary podano w kolejności: długość, szerokość, wysokość.

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

Ceny z rabatem dla pracowników Grupy Fiat i CNH Industrial zawierają VAT i są aktualne w momencie zamknięcia numeru. Firma zastrzega sobie możliwość dokonania w każdej chwili zmiany cen i wyposażenia. Poniższe ceny dotyczą modeli w wykonaniu standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży. Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty wg cennika opcji. Pracownicy spółek Grupy Fiat mogą alternatywnie skorzystać z opcji z darmowym pakietem ubezpieczeniowym. Kompletny wykaz wyposażenia i dostępnych opcji można otrzymać w salonach sprzedaży. Oferta nie łączy się z innymi promocjami.

W sprzedaży wciąż znajdują się samochody z rocznika 2013

Bravo

WYMIARY (cm) 434/179/149 — BAGAŻNIK 400 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.6 Multijet 16v EASY EURO5+	62.042	1598	120	195	4,7	5

Punto 2013 Seria 7

WYMIARY (cm) 403/169/149 — BAGAŻNIK 275 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.2 EASY 3D EURO6	33.992	1242	69	156	5,4/5,2▪	5
1.2 EASY 3D EURO6 + Pakiet Easy Plus	37.137	1242	69	156	5,4/5,2▪	5
1.4 EASY 3D EURO6	36.295	1368	77	165	5,7	5
1.4 EASY 3D EURO6 + Pakiet Easy Plus	39.440	1368	77	165	5,7	5
1.3 Multijet 16v EASY 3D EURO5+	43.095	1248	75	165	4,2/4,1▪	5
1.4 EASY 3D EURO5+	46.240	1368	77	165	5,7	5
1.2 EASY 5D EURO6	35.870	1242	69	156	5,4/5,2▪	5
1.2 EASY 5D EURO6 + Pakiet Easy Plus	39.015	1242	69	156	5,4/5,2▪	5
1.4 EASY 5D EURO6	37.570	1368	77	165	5,7	5
1.4 EASY 5D EURO6 + Pakiet Easy Plus	40.715	1368	77	165	5,7	5
1.3 Multijet 16v EASY 5D EURO5+	44.370	1248	75	165	4,2/4,1▪	5
1.4 EASY 5D EURO5+	47.515	1368	77	165	5,7	5

▪ – wersja ze Start&Stop

Qubo

WYMIARY (cm) 396/172/174 — BAGAŻNIK 330 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.3 Multijet 16v DYNAMIC 75KM EURO5+	54.273	1248	75	155	4,5/4,1▪	5
1.3 Multijet 16v DYNAMIC 95KM EURO5+	55.973	1248	95	170	4,1	5
1.3 Multijet 16v TREKING 95KM EURO5+	59.373	1248	95	170	4,1	5

▪ – wersja ze Start&Stop i Eco-Pack

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

DPF – filtr cząstek stałych (dla silników diesla)
S&S – system Start&Stop

Zużycie paliwa podano w cyklu mieszanym.
Wymiary podano w kolejności: długość, szerokość, wysokość.

Doblò

WYMIARY (cm) 425/172/182 — BAGAŻNIK 750 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
ACTIVE 1.4 16v 95KM EURO6	50.992	1368	95	161	7,2	5
DYNAMIC 1.4 16v 95KM EURO6	54.613	1368	95	161	7,2	5
DYNAMIC 1.4 T-Jet 16v 120KM EURO6	59.288	1368	120	172	7,4	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16v 105KM EURO5+	65.068	1598	105	164	5,2	5
DYNAMIC 1.4 T-Jet 16v 120KM EURO6 N.POWER CNG	73.313	1368	120	172	7,4	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16v 90KM EURO5+ DUALLOGIC	68.468	1598	90	158	5,2	5
DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16V 90KM EURO6	64.218	1598	90	158	5,2	5
EMOTION 1.4 T-Jet 16v 120KM EURO6	63.538	1368	120	172	7,4	5
EMOTION 1.6 MULTIJET 16v 105KM EURO5	69.318	1598	105	164	5,2	5
EMOTION 2.0 MULTIJET 16v 135KM EURO5	73.568	1956	135	179	5,7	5
LWB DYNAMIC 1.6 MULTIJET 16V 105KM EURO5+	67.992	1598	105	164	5,2	5
LWB EMOTION 1.6 MULTIJET 16V 105KM EURO5+	72.242	1598	105	164	5,2	5

Freemont

WYMIARY (cm) 489/188/169 — BAGAŻNIK 145/540 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
URBAN 3.6 V6 24v 4x4 EURO6	111775	3605	280	206	11,3	5/7
URBAN 2.0 Multijet II 16v 4x2 EURO5+	105825	1956	170	195	6,4	5/7
URBAN 2.0 Multijet II 16v 4x4 EURO5+	116025	1956	170	184	7,3	5/7
LOUNGE 2.0 Multijet II 16v 4x2 EURO5+	111775	1956	170	195	6,4	5/7
LOUNGE 3.6 V6 24v 4x4 AUT EURO56	117725	3605	280	206	11,3	5/7
LOUNGE 2.0 Multijet II 16v 4x4 EURO5+	121975	1956	170	184	7,3	5/7
BLACK CODE 3.6 V6 24v 4x4 AUT EURO6	121550	3605	280	206	11,3	5/7
BLACK CODE 2.0 Multijet II 16v 4x4 EURO5+	125800	1956	170	184	7,3	5/7

Sedici

WYMIARY (cm) 412/176/162 — BAGAŻNIK 270 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.6 16v DYNAMIC 4x4 EURO5+	54.613	1586	120	175	6,5	5
1.6 16v EMOTION 4x2 EURO5+	53.763	1586	120	185	6,2	5
1.6 16v EMOTION 4x4 EURO5+	61.413	1586	120	175	6,5	5

CENNIK RABATOWY DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT

Oferta dotyczy samochodów z roku produkcji 2014

Ypsilon

WYMIARY (cm) 384/167/151 — BAGAŻNIK 248 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.2 8v Start&Stop ELEFANTINO EURO6	37.494	1242	69	163	5,1	5
1.2 8v Start&Stop MOMO EURO6	42.084	1242	69	163	4,2	5
0.9 Start&Stop MOMO EURO6	46.334	875	85	176	4,2	5
1.2 8v Start&Stop GOLD EURO6	42.084	1242	69	163	5,1	5
0.9 Start&Stop GOLD EURO6	46.334	875	85	176	4,2	5
1.3 JTD Start&Stop GOLD EURO5+	51.434	1248	95	183	3,8	5
0.9 Start&Stop MTA GOLD EURO6	49.734	875	85	176	4,2	5
1.2 8v Start&Stop PLATINUM EURO6	47.184	1242	69	163	5,1	5

Thema

WYMIARY (cm) 506/190/150 — BAGAŻNIK 462 LITRY

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
3.6 AT8 AWD EXECUTIVE EURO 6	193.970	3604	286	240	9,8	5
3.0 AT5 EXECUTIVE EURO 5+	192.865	2987	239	230	7,2	5

Delta

WYMIARY (cm) 452/179/150 — BAGAŻNIK 380/465 L

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.6 Multijet 16v SILVER EURO5+	71.987	1598	105	186	5,5	5
1.6 Multijet 16v SILVER EURO5+	75.387	1598	120	194	5,6	5
1.6 Multijet 16v GOLD EURO5+	80.487	1598	120	194	5,6	5
1.6 Multijet 16v E5 S BY MOMO EURO5+	79.212	1598	120	194	5,6	5

Voyager

WYMIARY (cm) 521/199/175 — BAGAŻNIK 934 LITRY

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
2.8 AT6 SILVER EURO 5+	144.415	2768	178	193	7,9	7
3.6 AT6 SILVER EURO 6	132.515	3604	283	209	10,8	7
2.8 AT6 GOLD EURO 5+	155.465	2768	178	193	7,9	7
3.6 AT6 GOLD EURO 6	143.565	3604	283	209	10,8	7
2.8 AT6 S EURO 5+	157.590	2768	178	193	7,9	7
2.8 AT6 PLATINUM EURO 5+	169.915	2768	178	193	7,9	7
3.6 AT6 PLATINUM EURO 6	158.015	3604	283	209	10,8	7

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

Selectronic – zautomatyzowana skrzynia biegów
Sportronic – automatyczna skrzynia biegów
S&S – system Start&Stop

Zużycie paliwa podano w cyklu mieszanym.
Wymiary podano w kolejności: długość, szerokość, wysokość.

IVECO

Oferta dostępna u dealerów Iveco. Ceny z rabatem dla pracowników Grupy Fiat i CNH Industrial zawierają VAT i są aktualne w momencie zamknięcia numeru. Kompletny wykaz wyposażenia i dostępnych opcji można otrzymać w salonach sprzedaży. Oferta nie łączy się z innymi promocjami.

Daily EURO5+ FURGON

RABAT 13%	PLN	poj.	KM	skrzynia biegów	zawieszenie	rozstaw osi
35S11V	98.449	2289	106	6M-350	MECC	3000
35C11V	103.800	2289	106	6M-350	MECC	3000
50C15L V	118.781	2998	146	6M-400	MECC	3000

Daily EURO5+ PODWOZIE

RABAT 13%	PLN	poj.	KM	skrzynia biegów	zawieszenie	rozstaw osi
35S11	90.959	2289	106	6M-350	MECC	3000
35C11	97.379	2289	106	6M-350	MECC	3000
50C15L	111.290	2998	146	6M-400	MECC	3000
65C15L	119.851	2998	146	6M-400	MECC	3300
70C15L	121.991	2998	146	6M-400	MECC	3300

W sprzedaży wciąż znajdują się samochody z rocznika 2013

MiTo MY2014

WYMIARY (cm) 406/172/145 | BAGAŻNIK 270 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.4 8v DISTINCTIVE EURO5	53.465	1368	78	165	5,6	4/5
0.9 TwinAir DISTINCTIVE EURO5	59.415	875	105	184	4,2	4/5
1.3 Multijet 16v DISTINCTIVE EURO5+	63.665	1248	85	174	3,5	4/5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego
TCT - automatyczna skrzynia biegów Alfa TCT

Giulietta MY2014

WYMIARY (cm) 435/180/147 | BAGAŻNIK 350 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
1.4 TB 16v 120KM DISTINCTIVE EURO6	70.125	1368	120	195	6,4	5
1.4 TB MultiAir 16v 170KM DISTINCTIVE EURO6	75.310	1368	170	218	5,7	5
1.4 TB MultiAir 16v TCT DISTINCTIVE TCT EURO6	82.280	1368	170	218	5,1	5
2.0 JTDM 16v DISTINCTIVE EURO5+	83.980	1956	150	210	4,2	5
1.4 TB MultiAir 16v EXCLUSIVE EURO6	79.645	1368	170	218	5,7	5
1.4 TB MultiAir 16v EXCLUSIVE TCT EURO6	86.615	1368	170	218	5,1	5
2.0 JTDM 16v EXCLUSIVE EURO5+	88.315	1956	150	210	4,2	5
2.0 JTDM 16v EXCLUSIVE TCT EURO6	95.285	1368	175	220	4,4	5

Jeep

Wrangler Unlimited MY2014

WYMIARY (cm) 475/188/183 | BAGAŻNIK 498 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
SPORT 2.8 CRD A5	134.640	2777	200	169	8,8	5
SAHARA 2.8 CRD A5	147.305	2777	200	169	8,8	5
RUBICON 2.8 CRD A5	159.885	2777	200	169	8,8	5

Wrangler MY2014

WYMIARY (cm) 422/187/183 | BAGAŻNIK 142 LITRY

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
RUBICON 2.8 CRD A5	146.285	2777	200	169	8,6	4

Compass MY2014

WYMIARY (cm) 445/181/172 | BAGAŻNIK 328 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
SPORT 2.0L M5 4x2	73.865	1998	156	185	8,3	5
NORTH 2.0L M5 4x2	78.115	1998	156	185	8,3	5

Grand Cherokee

WYMIARY (cm) 482/194/178 | BAGAŻNIK 457 LITRÓW

RABAT 15%*	PLN	poj.	KM	km/h	l/100km	miejsca
LIMITED V6 3.0 CRD A8 DIESEL	197.625	2987	250	202	7,5	5
OVERLAND V6 3.0 CRD A8 DIESEL	232.475	2987	250	202	7,5	5
OVERLAND SUMMIT V6 3.0 CRD A8 DIESEL	246.415	2987	250	202	7,5	5
SRT8 V8 6.4 A8 BENZ.	287.725	6424	468	255	14,1	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

Zużycie paliwa podano w cyklu mieszanym.
Wymiary podano w kolejności: długość, szerokość, wysokość.

POCZTA

ŁAMY DLA PRACOWNIKÓW

Na łamach gazety staramy się udostępnić stronę dla pracowników spółek Fiata, którą nazwaliśmy „Fiat to my". To właśnie w tej rubryce możecie wyrazić swoje opinie, podzielić się radościami, opowiedzieć o swoich problemach, spostrzeżeniach itp. Zachęcamy do pisania listów. Piszcie do nas!

Nasz adres:

Redakcja FWN,
Satiz Poland,
43-300 Bielsko-Biała,
ul. Sempołowskiej 19

e-mail: redakcja@satiz.pl

Tym, którzy do nas napisali, dziękujemy za wszystkie maile i kartki.

Dzień *Matki*

W mojej rodzinie, a pochodzę ze śląskiego domu, matka (mamulka albo mamuliczka) jest najważniejszą figurą. To ona przydziela domownikom obowiązki, steruje finansami, sugeruje jak ojciec ma się ubrać w dzień świąteczny. Dzień Matki w mojej rodzinie jest tak samo uroczysty jak dzień urodzin mamy, kiedy w prezencie przynosimy kwiaty, laurki z wesołymi wierszykami.
Kwiaty sprawią jej szczerą radość, a drobny podarek pozwoli poczuć prawdziwą miłość i wdzięczność za trud, jaki wkładała w nasze wychowanie i życie.

Krystyna Żołneczko,
Fiat Powertrain Technologies

Bądźmy „Razem"

Jakiś czas temu skontaktowała się ze mną pani Dorota Liebner, szefowa Fundacji „RAZEM", która zajmuje się upowszechnianiem i prowadzeniem terapii kontaktowej z udziałem wyszkolonych psów, mającej na celu pomoc i rehabilitację osób, szczególnie dzieci niepełnosprawnych. Jak się okazało, celem tego kontaktu była próba nawiązania współpracy na rzecz rozpropagowania zarówno Fundacji, jak i samej idei rehabilitacji z udziałem zwierząt. Jesteśmy bardzo dużą załogą i myślę, że korzystając z łamów naszego „Fiata Wokół Nas" moglibyśmy dołożyć swoją cegiełkę do spopularyzowania szczytnych działań tej Fundacji na rzecz ludzi przez los najbardziej skrzywdzonych /…/.

Józef Świderski,
przewodniczący Związku Zawodowego
Inżynierów i Techników przy FAP

O Fundacji *„Razem"*

To jedna z pierwszych organizacji na południu Polski, które w sposób profesjonalny zajmują się dogoterapią dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym, młodzieży oraz osób starszych. W zajęciach udział biorą wyszkolone psy w 9 ośrodkach oświatowych na terenie Śląska. W ich trakcie wykorzystuje się naturalną bliskość człowieka ze zwierzęciem, łącząc naukę z zabawą. Dogoterapia wspomaga rehabilitację osób niepełnosprawnych i pomaga w rozwoju emocjonalnym i psychomotorycznym uczestników zajęć. Największe korzyści terapeutyczne, jakie daje udział zwierząt, biorą się ze szczególnego rodzaju więzi łączących dziecko i zwierzę. Pies ma temperaturę ciała wyższą o ponad 1 st. od temperatury ciała człowieka, dlatego przytulanie się do niego sprzyja rozluźnieniu mięśni i relaksowi. Zwierzę ułatwia ponadto pokonywanie oporu przed nawiązaniem kontaktu oraz rozwija zdolności dziecka do uczenia się. Bierze też udział w zabawach i w czasie wykonywania ćwiczeń. Naturalna spontaniczność i radość psa terapeuty mobilizuje dziecko do realizowania zadań i pozwala mu odczuć satysfakcję z ich wykonania. Towarzystwo psa, który jest niezwykle tolerancyjny, sprawia, że dziecko czuje się bezpieczne. Sprawia jednocześnie, że przekazywane informacje są szybciej przyswajane przez podopiecznych i lepiej zapamiętywane, co pozwala dzieciom w ciekawszy sposób uczyć i utrwalać poznawane wiadomości. Więcej o działalności fundacji na stronie www.fundacjarazem.com.pl

stan na 15 maja 2014 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: Alfredo Altavilla	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: Luigi Galante	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. Magneti Marelli Poland 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 i układy wydechowe
5. 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
6. Magneti Marelli Aftermarket Sp. z o.o.	Plac pod Lipami 5, 40-476 Katowice Tel. (32) 6036107, Fax (32) 6030108	handel częściami zamiennymi
7. 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
8. 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
9. 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
10. Fiat Services Polska Sp. z o.o.	ul. Węglowa 72, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132182, Fax (33) 8134108 Wiceprezes Zarządu: Luc Nauwynck	administracja księgowa, personalna i płace
11. 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
12. Sadi Polska – Agencja Celna Sp. z o.o.	ul. Konwojowa 51, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (33) 8135323, Fax (33) 8134113 Wiceprezes Zarządu: Luc Nauwynck	usługi celne
13. Sirio Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132485, Fax: (33) 813 5333 Prezes Zarządu: Filippo Ricciarelli	ochrona osób, mienia i ochrona przeciwpożarowa oraz transport
14. Fiat Powertrain Technologies Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132452, Fax (33) 8132451 Prezes Zarządu: Angelo Sallustio	produkcja silników do samochodów
15. Gestin Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (33) 8132660, Fax: (33) 813 5444 Prezes Zarządu: Jan Maślorz	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: Lucyna Bogusz	leasing samochodów, usługi finansowe i leasingowe

Spółki koncernu CNH Industrial

1. CNH Industrial Polska	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

Fiat z

EXPO MILANO 2015

KULTOWY STYL

KULTOWY FIAT 500 OD 399 ZŁ MIESIĘCZNIE

Fiat 500 z klimatyzacją, 7 poduszkami i radiem CD/MP3 od 399 zł miesięcznie w kredycie Fiat Banku.

Spełnij marzenia o stylowym Fiacie 500.

FIAT

po prostu (a) more

Przykład reprezentatywny: FIAT 500 POP 1.2 69 KM + A/C, cena 39 900 zł, wpłata własna 13 640 zł, okres 96 miesięcy, oprocentowanie 7,69%, opłata przygotowawcza 5%, rata miesięczna 399,03 zł, ubezpieczenie Bezpieczny Kredyt „Promo", RRSO 10,51%, całkowita kwota kredytu 28 537,78 zł, całkowity koszt kredytu 9 768,81 zł, całkowita kwota do zapłaty 38 306,59 zł. Obowiązkowe dostarczenie ubezpieczenia AC. Kredytodawca: Fiat Bank Polska S.A. Emisja CO_2 od 92 do 119 g/km; zużycie paliwa w cyklu mieszanym od 3,7 do 5,1 l/100 km. Informacje o recyklingu pojazdów, ich konstrukcji zgodnej z przepisami o recyklingu i lista punktów zbierania pojazdów wycofanych z eksploatacji znajdują się na stronie www.fiat.pl/uslugi-posprzedazne/recykling-pojazdow.