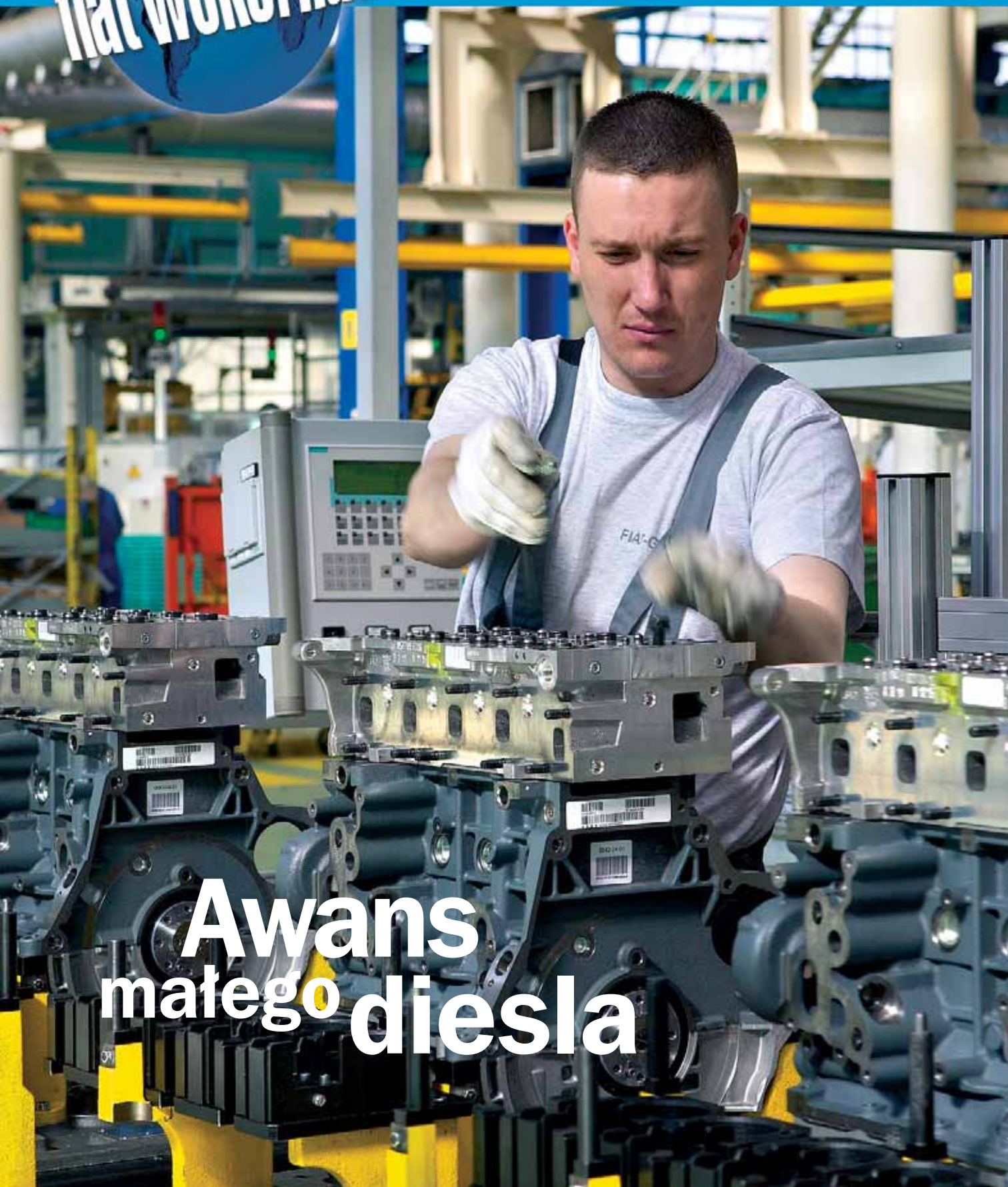
fiat wokół nas

CZASOPISMO DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT
KWIECIEŃ/MAJ 2005

DWUMIESIĘCZNIK BEZPŁATNY – ROK 9 – NUMER 55



Awans małego diesla

Od dziś możesz mnie nazywać ponaddźwiękowcem. I chociaż to ja, dobrze Ci znany Fiat Panda, to już jednak nie ten sam. Teraz mam nowy silnik Diesla Multijet – nowoczesny silnik wysokoprężny, który rozpędza mnie do 100 km/h w 13 sekund. A przy tym wszystkim spala tylko 3,7 litra na 100 km*. To się nazywa przyjemność jazdy!

POLSKA NAGRODA JAKOŚCI
X edycja 2004

Fiat dla Ciebie **5 lat gwarancji** lub 120 tys. km przebiegu. Szczegóły programu u dealerów.

infolinia: **0 801 19 19 19,** koszt 1 jedn. operatora

www.fiat.pl

Zużycie paliwa i emisja CO_2: Fiat Panda 1.3 JTD – 4,3 l/100 km (w cyklu mieszanym), CO_2 114 g/km.

fiat wokół nas
rok 9
numer 55
kwiecień/maj 2005

Odpowiedzialny za edycję w Grupie Fiat
Ettore Gregoriani

Dyrektor Wydawniczy
Enrico Pavoni

Redaktor Naczelny
Jerzy Piekarczyk

Z-ca Redaktora Naczelnego
Francesco Novo

Zespół redakcyjny
Filippo Gallino
Mirosława Malich
Tomasz Libich

Wydawca
Satiz Poland Sp. z o.o.
ul. 11 Listopada 60/62,
43-300 Bielsko-Biała

Prezes Zarządu
Jaś Gawroński

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

Dyrektor Artystyczny
Irena Nycz-Imielska

Reklama
Gabriela Kolonko
tel.: 033/813 27 61
gabriela.kolonko@fiat.com

Opracowanie, skanowanie, skład i przygotowanie do druku
Satiz Poland, Bielsko-Biała

Druk
Dimograf, Bielsko-Biała

Nakład
12 600 egz.

Oddano do druku:
25 kwietnia 2005 r.

o tym się mówi

4 Ze świata Fiata

chwila refleksji

8 Mariusz Adamiak

firma

10 Wynik Grupy Fiat za 2004 rok
14 Powstaje Fiat Powertrain Technologies
18 Nowa gama silników diesel Multijet 1,3 16v
20 Fiat Idea porywa Clooney'a
22 Akcesoria Fiata Idea
24 Panda naciska na jakość
28 Super Ferrari
32 New Holland: w jedności siła
34 Mobilne warsztaty Iveco
36 Certyfikaty ISO dla Sirio
38 Wręczenie nagród w konkursie fotograficznym
40 Maciej Zień o modzie, stylu i samochodach

danie specjalne

44 Uzależnieni od komórek

rubryki

50 Nowości: Rozmowy przy kawie
52 Porady: Polowanie na plamy
54 Fotografia: Fotografowanie z fleszem
56 Filmy: Bajki, skandale i rozterki wewnętrzne
57 Książki: Z wiosennej półki
58 Osobliwości: Na dobre i na złe
60 Cennik samochodów

Hol w Mirafiori zmienia wygląd

Od grudnia hol wejściowy budynku dyrekcji Fiat Auto w Mirafiori zmienił wygląd. Uwagę zwraca teraz recepcja ze stanowiskami hi-tech, saloniki w supernowoczesnym stylu, ekrany plazmowe, afisze przedstawiające historię przedsiębiorstwa i wystawa czterech modeli samochodów. Surowy salon z lat trzydziestych jest teraz funkcjonalny i wyposażony w awangardowe urządzenia. Na gościach robi więc wrażenie przytulności i nowoczesności bez naruszania pierwotnej architektury, stanowiącej ważną część historii przedsiębiorstwa. Natomiast przyszłość firmy, ukierunkowaną w coraz większym stopniu na rozwój międzynarodowy, zobrazował malarz Alighiero Boetti grafiką przedstawiającą narody świata, każdy ze swoją flagą.

Nieprzerwane pasmo sukcesów Fiata Uno

Ma 23 lata i wcale na tyle nie wygląda. Na całym świecie uważa się, że był to jeden z samochodów cieszących się największą popularnością w całej historii motoryzacji. Teraz Fiat Uno pobił kolejny rekord: sprzedaż na rynku brazylijskim osiągnęła dwa miliony sztuk. Począwszy od wprowadzenia na rynek w 1982 roku na całym świecie zarejestrowano ponad 8 800 000 egzemplarzy tego pojazdu.

Model, noszący w Brazylii nazwę Mille Fire, stał się symbolem taniego samochodu i przyczynił się do rozwoju Fiata, czyniąc go jednym z największych producentów motoryzacyjnych w kraju.

Dwumilionowy samochód został zakupiony przez 26- letnią Amandę Vieira de Faria (na zdjęciu), architekt zamieszkałą w Belo Horizonte.

INWESTYCJE FIATA W BRAZYLII

Do 2007 roku Fiat zainwestuje w Brazylii 1,3 miliarda reais/crusado, czyli – ponad 380 milionów euro. Środki przeznaczone będą na rozwój innowacyjnych technologii w sektorze motoryzacji i nowych produktów w zakładzie FIASA w Betim.

„Brazylia jest dla Fiata Auto drugim pod względem wielkości światowym rynkiem – mówił Sergio Marchionne, dyrektor generalny Fiata – a stan Minas Gerais, gdzie znajduje się zakład Fiata, jest ważnym partnerem dla przedsiębiorstwa, obecnego w Brazylii od ponad trzydziestu lat. O naszym zaangażowaniu świadczą świetne wyniki i pozycja lidera w rynku".

Pandy na wyścigach

Na wyścigach samochodowych w Poznaniu zadebiutował Fiat Panda. Pomimo silnej konkurencji, zajął w swej klasie pierwsze miejsce, a w klasyfikacji generalnej – dziesiąte.
Impreza (15 i 16 kwietnia br. na Torze „Poznań") była pierwszą w tym sezonie eliminacją Samochodowych Wyścigowych Mistrzostw Polski. Udział wzięli również zawodnicy Zespołu Wyścigowego POL-CAR Poznań – Maciej Garstecki i Jacek Szurgot. Dobrze wypadli w klasie N 1150 zajmując w Fiatach Seicento odpowiednio 3. i 5. miejsce. Prawdziwy aplauz wzbudzili jednak startując w trzygodzinnym wyścigu na Fiacie Panda. Ścigało się 25 aut, dojechało 17.
„Trzygodzinny wyścig jest niezwykłym wysiłkiem dla samochodu – powiedział Maciej Garstecki. – Dlatego postawiliśmy właśnie na wytrzymałą konstrukcję Fiata Pandy, na silnik, skrzynię biegów, na układ hamulcowy. W Pandzie drzemią jeszcze spore możliwości, które postaramy się „uwolnić" w trakcie tegorocznego sezonu wyścigowego".

Fiat na Targach w Genewie

Stoisko Fiata zdobyło Creativity Award, prestiżową nagrodę przyznawaną od 50 lat przez Genewski Klub Reklamy i Komunikacji (CPG) dla najlepszej przestrzeni ekspozycyjnej na Międzynarodowej Wystawie Samochodów organizowanej w tym mieście. Nagrodę przyznano Fiatowi, "ponieważ stoisko, jak żadne inne, wyraża radość życia, dynamizm, świeżość i włoski styl życia" – czytamy w uzasadnieniu jury pod przewodnictwem Benjamina Feijoo.

Akademia Jazdy IVECO

Oprócz ekonomicznej jazdy, dbania o nienaganny stan techniczny pojazdów oraz maksymalnego wydłużania ich żywotności, niezwykle istotną kwestią jest poprawa bezpieczeństwa ruchu i transportu zgodnie z obowiązującymi przepisami. Temu celowi służy Akademia Jazdy IVECO, autorski projekt koncernu. Przy realizacji programu firma korzysta z pomocy Centrum Szkolenia Policji w Legionowie (CSP).
Inauguracja Akademii Jazdy IVECO, odbyłą się 6 kwietnia br., przy współudziale wykładowców Zakładu Ruchu Drogowego CSP i specjalistów Inspekcji Transportu Drogowego. Program szkoleń podzielono na 3 etapy. Pierwszy obejmuje ekonomiczną jazdę i dbałość o stan techniczny ciężarówek IVECO. Drugim są wykłady specjalistów z Centrum Szkolenia Policji oraz Inspekcji Transportu Drogowego. Trzecim – szkolenie praktyczne z wykorzystaniem 40-tonowego zestawu z ciągnikiem IVECO Stralis.

Nowe siedziby Iveco w Chorwacji i Rumunii

„Poszerzenie Sieci Iveco w krajach Europy Środkowo-Wschodniej jest korzystne również dla firm transportowych, pracujących na tych trasach". Mówił o tym Franco Fenoglio, Senior Wiceprezydent Sales & Marketing w Iveco, w trakcie otwarcia nowych siedzib dilerów Eurokamion w Zagrzebiu (Chorwacja) i European Truck Center w Bukareszcie (Rumunia). Pierwsza z nich została założona w 1999 roku z inicjatywy dilera Iveco na okręgi Udine, Triestu i Gorycji. Teraz Eurokamion ma tam do dyspozycji biura handlowe i administracyjne oraz magazyn.

Siedziba w Rumunii została wykonana w ramach inwestycji za siedem milionów euro i zainaugurowana pod hasłem „Everything for the world of transport" (Wszystko dla świata transportu). Zajmuje powierzchnię 50 metrów kwadratowych i jest położona w strategicznej dzielnicy Bukaresztu, blisko głównej arterii komunikacyjnej i lotniska. Dzieli się na trzy części: wystawę samochodów i magazyn części zamiennych, budowę i montaż oraz autobusy oraz samochody używane.

Fiat dla niepełnosprawnych

Program Autonomy, opracowany początkowo w sektorze motoryzacyjnym, objął wszystkie sektory Grupy Fiat. Prezentowany najpierw we Włoszech, od kilku lat realizowany jest także w innych krajach Europy, między innymi w Polsce. Tym właśnie programem Fiat udowodnił, że pragnie być partnerem osób o czasowo lub stale ograniczonej sprawności fizycznej i zapewnić im swobodę poruszania się. Dlatego firma opracowuje, projektuje i produkuje szeroką gamę pojazdów odpowiadających potrzebom osób niepełnosprawnych, a inne spółki wchodzące w skład Grupy Fiat, oferują produkty i usługi stanowiące m.in. ich wyposażenie.

AUTONOMY
Swoboda ruchu
FIAT

Fiat Auto jest na razie jedynym producentem samochodów, który wprowadził i realizuje taki program. Na rynku polskim partnerem w Programie Autonomy jest firma Efektor, współpracująca z włoską spółką Guidosimplex – producentem oprzyrządowania dla niepełnosprawnych. Dzięki tej współpracy Fiat Auto Poland może dostosować każdy samochód – osobowy i dostawczy – do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Panda niczym autobus

Wiele lat temu „rekord pojemności" ustanawiano w „maluchu" upychając w jego wnętrzu bodajże jedenaście osób. Podczas I eliminacji Samochodowych Mistrzostw Tychów 16 kwietnia br., postanowiono wypróbować w podobny sposób Fiata Pandę. Spośród widzów skompletowano aż 4 drużyny, które miały sprawdzić pojemność Pandy w stanie spoczynku. Udało się. Do samochodu weszło kolejno 15, 16, 22 i 26 osób. Nie podano do wiadomości, co o wyczynie sądzi sama Panda.

POROZUMIENIE CZTERECH

Sergio Marchionne, dyrektor pełnomocny Fiata, Jean Martin Folz, dyrektor pełnomocny PSA Peugeot Citroën, Mustafa V. Koc, prezes Koc Holding i Tofas oraz Diego Avesani, były dyrektor generalny FAP a obecnie dyrektor pełnomocny Tofas, podpisali w Istambule porozumienie o współpracy przy opracowaniu projektu i produkcji nowego lekkiego samochodu dostawczego. Nowe pojazdy, które pojawią się w Europie w 2008 r., rozszerzą gamę Fiata, Peugeota i Citroëna, i będą kompaktowe, elastyczne i ekonomiczne, ale też nowoczesne i atrakcyjne wizualnie, nadające się do jazdy w mieście i terenie. Nowy furgon, wyposażony w silniki o niskim zużyciu paliwa i dostępny w wielu wersjach, będzie wytwarzany w Turcji (Bursa). Rocznie z linii schodzić będzie około 135 000 sztuk, w tym 2/3 przeznaczone dla PSA Peugeot Citroën, a 1/3 dla Fiata. Nakłady finansowe sięgają ok. 300 mln euro.

Szkoła bezpiecznej jazdy

Spółka Fiat Auto Poland po raz drugi zorganizowała dla swoich klientów – firm posiadających dużo pojazdów – szkołę bezpiecznej jazdy. Poza kształtowaniem wysokiego poziomu umiejętności technicznych w prowadzeniu samochodu, a także przewidywania, rozpoznawania i unikania sytuacji krytycznych na drodze, celem przedsięwzięcia było zaprezentowanie samochodów gamy Fiat, Lancia oraz Alfa Romeo. Uczestnicy mogli zapoznać się z najnowocześniejszymi systemami, wpływającymi na bezpieczeństwo jazdy, takimi jak ABS z EBD, ESP, ASR. Podczas różnego rodzaju testów była możliwość sprawdzenia zachowania samochodów w trudnych sytuacjach. Szkołę bezpiecznej jazdy dla klientów Fiat Auto Poland zorganizowano 14 kwietnia na Autodromie Automobilklubu Polskiego na warszawskim lotnisku Bemowo.

NOWY ZAKŁAD MARELLI W MEKSYKU

Magneti Marelli Automotive Lighting powiększa swoją zdolność produkcyjną w Meksyku, by zaspokoić rosnący popyt na reflektory ze strony producentów z Ameryki Północnej. Pod koniec 2004 roku położono kamień węgielny pod nowy zakład, dzięki któremu rozbudowano fabrykę w Juarez blisko granicy ze Stanami Zjednoczonymi. Linie produkcyjne ruszą w najbliższych miesiącach i umożliwią zwiększenie produkcji z 2,4 do 6,1 miliona sztuk rocznie.

TAKIEJ OFERTY JESZCZE NIE BYŁO

Wybór należy do Ciebie

Promocja dla pracowników wszystkich spółek Fiata w Polsce

Pragniemy poinformować, że wprowadzona zostaje oferta promocyjna na zakup samochodów z rokiem produkcji 2005.

Warunki:

- **Promocja dotyczy wszystkich samochodów Fiat – osobowe i dostawcze, Lancia i Alfa Romeo.**
- **Zakupu należy dokonać do 30 czerwca br.**
- **Rabaty (warianty do wyboru):**

I	Rabat 15% + pakiet OC/AC/NW* roczny gratis
II	Rabat 15% + gwarancja 5-letnia gratis
III	Rabat 10% + pakiet OC/AC/NW* roczny gratis + gwarancja 5-letnia gratis
IV	Rabat 10% + pakiet OC/AC/NW* dwuletni gratis
V	Rabat 20%

Akcja promocyjna skierowana jest, prócz pracowników Fiat Auto Poland i Spółek Grupy FIAT, do członków rodzin w pierwszej linii pokrewieństwa, czyli obejmuje małżonków, rodzeństwo, dzieci i rodziców.

Dodatkowo oferta nadal objęta jest promocyjnym oprocentowaniem kredytów Fiat Bank Polska S.A. udzielonych na zakup ww. samochodów według następujących warunków:

1) **maksymalna kwota kredytu: 100% wartości samochodu,**
2) **minimalna wpłata własna: 0% wartości samochodu,**
3) **okres kredytowania od 12 do 72 miesięcy,**
4) **oprocentowanie kredytu zmienne 8,9% dla wszystkich okresów kredytowania,**
5) **opłata przygotowawcza: 0%,**
6) **obligatoryjne ubezpieczenie kredytu: Bezpieczny Kredyt.**

Zapraszamy i przypominamy, że promocja obowiązuje w Centrum Sprzedaży w Bielsku-Białej ul. Katowicka 24, telefon do salonu sprzedaży: 033 813 44 42.

* Pakiet BENEFIA Towarzystwo Ubezpieczeń Majątkowych S.A. (dawne Fiat Ubezpieczenia Majątkowe S.A.)

Anna Lubertowicz-Sztorc, fot. Karina Łopieńska

Urzekła mnie włoska stylistyka

Mariusz Adamiak przez kilkanaście lat był szefem najsłynniejszego klubu jazzowego w Polsce – Akwarium. W 1992 roku wymyślił i zorganizował Warsaw Summer Jazz Days – obecnie jeden z najbardziej liczących się festiwali jazzowych na świecie. Na początku lat 90. założył i otrzymał koncesję na Radio Jazz, które do dzisiaj nadaje w Krakowie i Warszawie. Agencja Akwarium, która powstała w 1991 roku, zajmowała się promocją jazzu w Polsce. Organizuje imprezy muzyczne, koncerty np. Carlosa Santany, Pata Metheny i Niny Simonei, wydaje płyty z muzyką jazzową.

Muzyki popowej raczej nie słucham. Drażni mnie, jest sztuczna, wykreowana, rządzą nią ludzie biznesu, którzy wmawiają młodzieży, że ją ta muzyka interesuje. Natomiast jazz istnieje w drugim obiegu, poza sferą zainteresowania pism kolorowych.

Na pytanie, czy chcę reaktywować Akwarium, powiem: Było wiele osób i klubów, które chciały przejąć schedę po Akwarium, ale okazało się to niemożliwe. Atmosfery tego klubu nie da się powtórzyć. Mam licznych przyjaciół, sponsorów, którzy pomagają mi w różnych przedsięwzięciach, ale promocja jazzu w Polsce to jest naprawdę ciężka praca. Końcowy efekt daje satysfakcję, lecz wcześniej bywa trudno. Dostaję pomoc od władz miasta, ale muszę o nią zabiegać i udowadniać, że nie jestem wielbłądem. W kulturze trwa permanentna walka o przetrwanie. W dzisiejszych czasach niewielu muzyków jazzowych utrzymuje się wyłącznie z grania i wiedzie się im całkiem nieźle. Zdecydowana większość gra i dorabia, pisząc muzykę do reklam, seriali. Znam ten światek, więc oglądam go z innej perspektywy niż publiczność. Znając ludzi, których zapraszam, tą całą otoczkę marketingowo-biznesową, nie mogę ich sztuki odbierać należycie. Zbyt wiele było problemów związanych z organizacją przedsięwzięcia, abym mógł z tego czerpać przyjemność. Lepiej niż ja, reaguje publiczność podczas koncertu. Są oczywiście przyjemne momenty, kiedy np. odkrywam nowe talenty, nowe zjawiska w jazzie i mam możliwość zaprezentowania ich szerszej publiczności. Natomiast obcowanie z gwiazdami nie należy do przyjemności. Czasy, gdy po koncercie muzycy zasiadali przy winie i prowadzili nocne rodaków rozmowy, dawno minęły. Zdarza się, że nie ma czasu nawet na zwykłą rozmowę. Każdy wielki artysta otoczony jest murem menedżerów, kontraktów, koncert to dla mnie przede wszystkim przedsięwzięcie biznesowe, a nie artystyczne. Ale jest wielu młodych artystów i to właśnie z nimi kontakt jest najprzyjemniejszy.

Muzyki popowej raczej nie słucham. Drażni mnie współczesna twórczość – jest sztuczna, wykreowana, rządzą nią ludzie biznesu. Pojawiają się nowe trendy i młodzieży wmawia się, że to ich interesuje. Młodym muzykom proponuje się stare przeboje, oni je

miksują i powstaje nie wiadomo co, ale za to tanim kosztem. Jazz i artyści związani z tym rodzajem muzyki nie goszczą w prasie kolorowej, która kreuje gwiazdy i obraz świata stworzony przez serialowych aktorów. Jazz istnieje w drugim obiegu, ale ja się tym specjalnie nie martwię, bo zawsze był muzyką klubową, elitarną i zbyt trudną dla przeciętnego słuchacza. Jazz powraca do niewielkich sal koncertowych i w tym nic złego nie ma. To muzyka przeznaczona dla kilku procent społeczeństwa. Artysta musi zdawać sobie sprawę, że niełatwo będzie pogodzić granie z rewelacyjną sytuacją materialną. W Stanach Zjednoczonych większość muzyków jazzowych żyje dość skromnie i jest to ich świadomy wybór. U nas jeszcze trochę potrwa zanim znajdzie uznanie grupa jazzmanów, preferująca trochę inne wartości.

W mojej pracy cieszą również małe sukcesy, takie jak na przykład zorganizowanie koncertu czy udanej imprezy. Niewątpliwym sukcesem było również otwarcie radia jazzowego i stworzenie festiwalu Warsaw Summer Jazz Days. Za największą życiową porażkę uważam zamknięcie Akwarium. Przyczyniły się do tego ówczesne władze miejskie, a ja nie miałem na tyle wyobraźni i sił, aby pewne rzeczy przewidzieć i im przeciwdziałać. To moja osobista klęska, ale i przegrana Warszawy.

Auta kocham od dziecka. Z samochodem jest jak z chorobą weneryczną: nie można tego wyleczyć, ale można zaleczyć. Kiedy prowadziłem Akwarium byłem chwilowo zaleczony, zaprzątały mnie inne problemy, ale pewnego dnia kolega wyciągnął mnie do autokomisu, a tam zobaczyłem piękne auto w cudnej kolorystyce – i znowu mnie złapało. Akceptuję przede wszystkim auta włoskie, również angielskie lub amerykańskie, natomiast nie lubię niemieckich i japońskich – atmosfery sukcesu wokół nich, ich banalności. Urzeka mnie natomiast włoska stylistyka. Bardzo podobają mi się samochody, które powstają w małej, ale dobrze znanej na świecie włoskiej firmie stylizacyjnej Zagato. Zawsze marzyłem o tym, by mieć samochód tego projektanta. Rok temu pojawił się prototyp 8c Competizione, który pod względem mechanicznym bazuje na Maserati Coupe, sylwetka przypomina Giulietty oraz Giulię Coupe TZ z lat 60., stylizowane właśnie u Zagato. Myślałem, że kupię takie auto i będę miał go do końca życia, ale projekt – na razie – upadł.

Nie jestem typem „ściganta", choć lubię szybką jazdę. Spędzam w samochodzie dwie godziny dziennie i najważniejszą rzeczą jest dla mnie estetyka jego wnętrza. Nie może być nudno, banalnie. W aucie powinien panować odpowiedni klimat.

Z racji swego zawodu mam w domu naprawdę bardzo dobry sprzęt, więc w samochodzie zupełnie wystarcza mi to, co jest. Jeżdżę Alfą Romeo 156 Sportwagon GTA. Moim ulubionym drinkiem jest Negroni (gin, campari i martini rosso), uwielbiam także włoskie wina i włoskie likiery o niepowtarzalnym smaku. Lubię podróżować po Włoszech. Nie da się ukryć – jestem italianofilem.

Ludzie myślą, że jestem łysy, ponieważ ciągle chodzę w kapeluszu jak wielu ludzi z naszej branży, którym z wiekiem wypadły włosy. Tymczasem moje włosy to rzecz, której czas się nie ima. Natomiast moja historia z kapeluszem jest inna: wiele lat temu przyjechała na koncert koleżanka, menedżer zespołu. W żartach zabrałem jej kapelusz i zacząłem w nim chodzić po Akwarium. Wszystkim bardzo się spodobał mój nowy wizerunek i od tej pory już nie rozstaję się z kapeluszem. To damski fason, czasem go tylko nieznacznie modyfikuję. Posiadam kolekcję kilkudziesięciu tego typu nakryć głowy.

Lubię siedzieć w domu, słuchać muzyki, spacerować czy chociażby patrzeć na ogródek. Przestały mnie bawić towarzyskie spędy. Lata spędzone w klubie trochę mnie pod tym względem wypaliły. ■

Chcemy być głównym gracze na rynku

Dyrektor generalny i pełnomocny Fiata, Sergio Marchionne, mówi o wynikach za 2004 i perspektywach na rok bieżący, o porozumieniu z General Motors i nawiązaniu współpracy Alfa Romeo-Maserati, a także o wzmocnieniu obsady menedżerskiej i nowych modelach. W ten sposób wyjaśnia ostatnie zmiany w świetle strategii przedsiębiorstwa. Do pracowników zwraca się zaś słowami: „Chcemy pełnić na rynku rolę pierwszoplanowych graczy i to jest wyzwanie, z którym musimy się zmierzyć".

Ostatnio dużo mówiło się o Fiacie. Media, zwłaszcza we Włoszech, z uwagą śledziły rozwój wydarzeń związanych ze sprawą General Motors, poświęcając sporo miejsca przyszłej strategii firmy i możliwych nowych sojuszy. Tematy te wyjaśnia Sergio Marchionne, dyrektor generalny i pełnomocny całej Grupy, który niedawno przejął też stery Fiata Auto. Właśnie wokół tych kwestii rozgrywa się zasadnicza batalia.

We Włoszech, politycy, ale też związkowcy, agencje ratingowe i komentatorzy gospodarki bardzo pozytywnie ocenili porozumienie z General Motors na temat opcji sprzedaży i joint venture. A jak Sergio Marchionne ocenia osiągnięte wyniki?

„Wyniki są doskonałe. Zawarte porozumienie zwiększyło naszą płynność finansową o 1,55 miliardów euro i umożliwiło nam swobodę w realizacji alternatywnych planów strategicznych dla Fiata Auto. Sytuacja na rynku cały czas ewoluuje i dlatego decyzje przemysłowe muszą być do tych zmian dostosowane. Teraz możemy działać zgodnie z tą zasadą. Wierzę, że dobry wynik ne-

LaPresse/Coppi

gocjacji stanowi bodziec dla wszystkich pracowników Fiata Auto w dążeniu do realizacji celu, jaki sobie wyznaczyliśmy, czyli wyraźnej poprawy. To także jest ważny aspekt".

Czy pojawią się nowe sojusze?

„Możliwości są otwarte. Szczególnie dotyczy to indywidualnych projektów, jak na przykład współpraca z Peugeot-Citroën w sektorze pojazdów użytkowych i jednobryłowych. Teraz bowiem Fiat Auto będzie mógł działać w pełni samodzielnie, bez ograniczeń, ale i bez alibi, w pełni poświęcając się działalności zasadniczej: produktom, sieci sprzedaży i usługom dla klienta".

Wstępne dane bilansu Grupy za rok 2004 wskazują na wyraźną poprawę, choć nadal w dużym stopniu widoczne są w nim trudności Fiata Auto. Jak Pan to ocenia?

„Osiągnęliśmy cel, który sobie wyznaczyliśmy: wyzerowanie strat operacyjnych Grupy. Wszystkie Sektory, oprócz Auto, osiągnęły dodatni wynik operacyjny i dlatego rok 2004 pozostanie w naszej pamięci jako ostatni, w którym Grupa odnotowała stratę netto. W sumie są to pocieszające dane. Wskazują na wyraźną poprawę, ale daleko nam jeszcze do pełnej satysfakcji. Droga do całkowitego uzdrowienia sytuacji jest bardzo trudna i prowadzi do zasadniczych zmian w przedsiębiorstwie i w sposobie działania. Wiele z tych działań zostało zaledwie rozpoczętych ale ich wyniki będą widoczne dopiero za jakiś czas".

Jak w tym świetle wyglądają perspektywy Fiata na rok 2005?

„Będzie to rok bardzo trudny, przede wszystkim dla sektora Auto. Będziemy musieli stawić czoła silnej konkurencji, a przewidywane tendencje popytu na samochody z pewnością nie będą nam sprzyjać. Na przykład, we Włoszech, w lutym, liczba zarejestrowanych samochodów spadła o pięć procent, ale Fiat Auto poprawił swoje wyniki, przekraczając 29 procent udziału w rynku. W ciągu roku zaprezentujemy nowe modele: Fiata Cromę, Alfę Romeo 159 i Brera, które można było już obejrzeć w Genewie. Jesienią do tych modeli dołączy nowe Punto.

„Musimy skoncentrować działania Grupy na uzdrowieniu i odnowie tego Sektora, przeprowadzając dogłębną przemianę kulturową polegającą na wzmocnieniu poczucia odpowiedzialności pracowników i przyspieszeniu procesu decyzyjnego".

Poprawia się również jakość: na przykład Panda jest na takim samym, jak nie wyższym, poziomie co wyroby producentów najwyższej jakości. CNH, Iveco i Magneti Marelli, które w 2004 roku odnotowały znaczny wzrost rentowności operacyjnej, jeszcze bardziej wzmocnią swoją pozycję. W sumie Grupa dalej zwiększy zysk operacyjny i osiągnie dodatni wynik operacyjny netto dzięki nadzwyczajnym wpływom, a Fiat Auto zgodnie z naszymi

oczekiwaniami, powinien znacznie zmniejszyć stratę operacyjną".

Po zakończeniu negocjacji z GM natychmiast podjęto decyzję o utworzeniu jednostki produkującej auta sportowe, w której skład weszły Maserati i Alfa Romeo. Co przyświecało tej decyzji?

„Operacja przewiduje, że pomiędzy Maserati i Alfą Romeo będzie ścisła współpraca techniczna i handlowa, zwłaszcza na rynkach międzynarodowych. Niemniej, Maserati nadal będzie współpracować z Ferrari na płaszczyźnie przemysłowej, w zakresie projektów technicznych, silników i sieci handlowej. Synergie umożliwią dalszy rozwój Maserati. Marka ta sprzedała w 2004 roku 4600 samochodów, a jej nowy, czterodrzwiowy model, spotkał się z niezwykle dobrym przyjęciem na rynkach międzynarodowych. Operacja ta ma duże znaczenie również dla przyszłości Alfy Romeo. Uważamy, że uzdrowienie sektora Auto wymaga poświęcenia większej uwagi specyfice poszczególnych marek. Techniczna i handlowa współpraca z Maserati doda Alfie Romeo niezbędnej siły do zajęcia czołowej pozycji w swoich segmentach".

„Cztery modele, które wylansujemy w tym roku, nie tylko będą obfitowały w innowacyjne elementy stylistyczne i technologiczne, ale również będą prezentowały wysoką jakość – wszystko to powinno wzbudzić sympatię użytkowników, na której nam zależy".

Fiat Croma, Alfa 159, Brera, nowe Punto – rok 2005 to ofensywa nowości. Tak właśnie wygląda nowy Fiat?

„Tak, chcemy bowiem przedsiębiorstwa, które będzie głównym graczem na rynku, przedsiębiorstwa bliskiego klientowi, korzystającego ze swojej tradycji w procesie odnowy i budowania przyszłości. Cztery modele, które wylansujemy w tym roku, nie tylko będą obfitowały w innowacyjne elementy stylistyczne i technologiczne, ale również będą prezentowały wysoką jakość – wszystko to powinno wzbudzić sympatię użytkowników, na której nam zależy".

W ostatnich miesiącach byliśmy również świadkami zmian w ekipie menedżerskiej Grupy. Dlaczego zdecydował się Pan objąć stanowisko dyrektora generalnego i pełnomocnego Fiata Auto?

„Wydarzenia, jakie zaszły na różnych szczeblach, są następstwem strategii wzmacniania ekipy kierowniczej, realizowanej od dłuższego czasu. W Fiat Auto trzeba było przyspieszyć te zmiany. Musimy skoncentrować działania Grupy na uzdrowieniu i odnowie tego Sektora, przeprowadzając dogłębną przemianę kulturową polegającą na wzmocnieniu poczucia odpowiedzialności pracowników i przyspieszeniu procesu decyzyjnego".

Wielu pracowników Fiata jest na urlopie bezpłatnym. Czy to oznacza, że zakłady we Włoszech cierpią na nadmiar zdolności produkcyjnej? Trzeba będzie zamykać fabryki?

„Nie. Zobowiązaliśmy się wobec pracowników i związków zawodowych, że nie będziemy zamykać zakładów we Włoszech i mamy zamiar tego zobowiązania dotrzymać. Oczywiście, w chwili obecnej istnieje nadmiar zdolności produkcyjnej w stosunku do obecnego popytu. Z tego właśnie

PODSUMOWANIE ROKU 2004

Rachunek zysków i strat Grupy Fiat

	Dane wstępne za rok 2004		rok obrachunkowy 2003
(w mln euro)	**Skonsolidowany**	**Continuing Operation**	**Skonsolidowany**
Przychody netto	46.703	44.498	47.271
Wynik operacyjny	22	- 714	- 510
Wynik przed naliczeniem odsetek i opodatkowaniem (E.B.I.T.)	- 833	- 434	- 319
Wynik przed opodatkowaniem	- 1.577	- 1.501	-1.298
Wynik netto	- 1.548	- 2.042	- 1.948
Badania i rozwój	1.810	1.724	1.747

Wyniki poszczególnych Sektorów *(w mln euro)*

	Przychody	Wynik operacyjny
Samochody (Fiat Auto)	20.539	- 840
Maszyny rolnicze i budowlane (CNH)	9.796	407
Pojazdy dostawcze (Iveco)	9.292	357
Ferrari-Maserati	1.512	6
Podzespoły (Magneti Marelli)	3.804	116
Środki i systemy produkcji (Comau)	1.716	32
Produkty metalurgiczne (Teksid)	911	35
Usługi (Business Solutions)	1.572	36
Sektor wydawniczy (Itedi)	407	12

powodu Fiat Auto jest zmuszony do wysyłania pracowników na bezpłatne urlopy. Jeżeli rynek doceni nowe modele, jak się tego spodziewamy, wszystkie nasze fabryki będą wtedy pracować pełną parą".

Co można powiedzieć pracownikom Grupy, którzy zastanawiają się nad przyszłością Fiata?

„Przede wszystkim pragnę podziękować im za zaangażowanie wykazane w najtrudniejszych chwilach. Ciężka, intensywna praca w tych miesiącach zaczyna dawać pierwsze owoce i jestem przekonany, że przyniesie jeszcze lepsze. Chcemy być głównymi graczami na rynku. I temu wyzwaniu musimy razem stawić czoła". ■

FIAT POWERTRAIN TECHNOLOGIES

Nowe życie w nowych realiach

Kluczową fazą procesu ponownego ożywienia nazwał Sergio Marchionne powstanie nowej spółki, łączącej doświadczenia i zasoby firm Fiat Auto, Iveco, Magneti Marelli, Centrum Badawczego i Elasis. Specjalista Grupy Fiat w branży mechanicznej będzie reprezentowany w 12 krajach przez ponad 23 tysiące pracowników, a obroty firmy sięgną co najmniej 6 mld euro.

Wraz ze spółką Fiat Powertrain Technologies koncern wchodzi w nowe realia przemysłowe, będące kompilacją jego potencjału twórczego oraz dotychczasowych doświadczeń w produkcji silników i skrzyń biegów. Nowe konsorcjum będzie miało siedzibę w Turynie, ale 26 swoich zakładów i 16 ośrodków badawczo-rozwojowych ulokuje w 12 krajach. Wykorzysta w ten sposób potencjał Powertrain Fiat Auto, Iveco oraz Magneti Marelli, a w mniejszym stopniu również Motor Sport, Iveco Motoren Forschung i prace prowadzone w tym zakresie przez Centrum Badawcze Fiata i spółkę Elasis. Dyrektorem pełnomocnym Fiat Powertrain Technologies zostanie Domenico Bordone, dotychczasowy szef Magneti Marelli.

Obroty Fiat Powertrain Technologies przekroczą już na początku swojej działalności 6 miliardów euro, z czego 20% przypadnie na sprzedaż wyrobów podmiotom trzecim. Firma zatrudni ponad 23 tysiące osób, z czego 11 tysięcy z Fiata Auto, 7200 z Iveco, 3800 z Powertrain Magneti Marelli i ponad tysiąc z Centrum Badawczego Fiata, Iveco Motoren Forschung i Elasis. Roczna produkcja przekroczy 2 mln 200 tysięcy silników i około 2 miliony skrzyń. Szeroka gama dostępnych wersji z pewnością szybko wprowadzi Fiat Powertrain Technologies do grona światowych potentatów branży motoryzacyjnej. Przy projektowaniu wyrobów innowacyjnych i konkurencyjnych pod względem kosztów i parametrów technicznych, możliwość prowadzenia zintegrowanych prac w kilkunastu ośrodkach badawczych i stosowanie awangardowych rozwiązań inżynieryjnych jest nie lada atutem. Cele strategiczne spółki to: wzrost udziału w rynkach niezwiązanych z Grupą Fiat; wzrost zaawansowania technologicznego ośrodków badawczych i stopniowe wprowadzanie do produkcji rezultatów ich pracy; integracja potencjału inżynieryjnego od fazy badań i rozwoju poczynając, a kończąc na zarządzaniu wyrobem. Ponadto: synergie w procesie industrializacji, produkcji i w zakupach oraz intensyfikacja nakładów na badania i rozwój napędów ekologicznych – gazowych, hybrydowych i fuel-cell.

Sergio Marchionne, dyrektor pełnomocny Fiata, skomentował narodziny spółki w ten sposób: „Operacja ta, będąca kluczową fazą procesu ponownego ożywienia Grupy, spowoduje lepsze wykorzystanie i większą elastyczność naszych działań zwłaszcza w aspekcie komercjalizacji na rynkach

zewnętrznych, naszego – do tej pory rozdrobnionego w różnych obszarach – ogromnego potencjału. Integracja działań, wyrobów oraz specjalistycznego personelu doprowadzi do wyzwolenia drzemiących w Grupie zdolności technologicznych i innowacyjnych. Fiat w swej historii zawsze utożsamiany był z kompetencjami w branży mechanicznej, zwłaszcza w produkcji silników.

Specjaliści o doskonałych kwalifikacjach zawodowych, pracujący od lat przy konstrukcji silników do samochodów sportowych i bolidów Formuły 1, zajmą się w nowej spółce badaniem i projektowaniem silników o jak najwyższych osiągach. Dzięki racjonalizacji procesów i oszczędnościom Fiat Powertrain Technologies w znaczący sposób przyczyni się do poprawy dochodów Grupy, która będzie działać teraz na światowych rynkach z większą siłą i skutecznością".

PRACOWNICY GŁÓWNYCH SEKTORÓW GRUPY FIAT NA KONIEC 2004

Fiat Auto	45.100	Ferrari / Maserati	3.300
CNH	25.700	Teksid	8.600
Iveco	30.800	Business Solutions	6.500
Magneti Marelli	21.900	Itedi	800
Comau	13.300		

ZMIANY JAKIE NASTĄPIŁY PO UTWORZENIU FIAT POWERTRAIN TECHNOLOGIES

Fiat Auto	45.100	Comau	13.300
CNH	25.700	Ferrari / Maserati	3.300
Iveco	23.600	Teksid	8.600
Fiat Powertrain Tech.	*23.000*	Business Solutions	6.500
Magneti Marelli	18.100	Itedi	800

Dwadzieścia sześć zakładów w dwunastu krajach

Fiat Powertrain Technologies będzie czwartym sektorem Grupy pod względem zatrudnienia (ponad 23 tysiące pracowników). Zważywszy na poziom obrotów, obecność na międzynarodowych rynkach i gamę wyrobów, szybko znajdzie się w gronie największych producentów silników i skrzyń biegów. Trzonem tej nowej rzeczywistości przemysłowej będzie Powertrain Fiat Auto z 11 tysiącami pracowników, siedmioma zakładami – czterema we Włoszech (historyczna fabryka w Turynie, ponadto w Verrone, Pratola Serra i Termoli) i po jednym w Polsce (Bielsko-Biała, gdzie powstaje Multijet 1.3 16v), Turcji (Bursa) i Brazylii (Betim). Do tego trzy centra badawczo-rozwojowe z tym najważniejszym w Turynie, które zatrudnia aż 850 specjalistów. W Arese testom poddawane są jednostki napędowe Alfy Romeo, a w brazylijskim Betim opracowuje się rozwiązania dla rynku południowoamerykańskiego.

Domenico Bordone

Aportem, wniesionym do nowej spółki przez Iveco, będzie działalność Iveco Motors, znajdująca się w czołówce światowych producentów silników diesel (435 tys. sztuk wyprodukowanych w 2004 r.). 70% tej produkcji trafia pod maski samochodów osobowych i dostawczych, reszta znajduje zastosowanie w traktorach, koparkach, jednostkach pływających i generatorach energii elektrycznej. Sieć Iveco tworzą zakłady w Turynie – joint venture Iveco, CHN i Cummings, w której wytwarzane są silniki NEF – w Foggii, Pregnana Milanese, francuskich Bourbon-Lancy i Fecamp oraz w Brazylii, Argentynie i Chinach. Spółka posiada ponadto cztery ośrodki badawczo-rozwojowe: dwa we Włoszech, jeden w Szwajcarii (Arbon) i jeden w Hiszpanii (Barcelona).

Magneti Marelli Powertrain odda nowej spółce produkcję centralek kontrolujących pracę silnika oraz zautomatyzowanych skrzyń biegów (Selespeed). Firma, obecna we Włoszech, Francji, Brazylii, USA i Chinach, prowadzi działalność w dziewięciu zakładach i sześciu ośrodkach badawczo-rozwojowych, zatrudniając ponad 3800 osób. 40% dochodów stanowią wpływy od klientów spoza Grupy Fiat. Istotnym udziałem będzie również 85-letnie doświadczenie wydziału Magneti Marelli Motor Sport w asystowaniu najlepszym zespołom Formuły 1 i Moto GP, takim jak Ferrari, Renault, Toyota, Mc Laren Williams, Ducati i Yamaha.

Centrum Badawcze Fiata w Orbassano wzbogaci Fiat Powertrain Technologies o działalność związaną z silnikami. Jednym z najważniejszych projektów opracowanych w tym obszarze w roku 2004 jest prototypowe urządzenie „Stop & start", które automatycznie wyłącza silnik podczas postoju przed światłami czy w korku, co zmniejsza zużycie paliwa nawet do 25%.

Swój wkład w nową spółkę wniesie również dział silników firmy Elasis, który ma swoje ośrodki w Pomigliano i Lecce. ■

Misja
Magneti Marelli

Magneti Marelli koncentruje się dzisiaj na inteligentnych systemach aktywnego i pasywnego bezpieczeństwa w samochodach. Spółka rozwija się poprzez umiejętne wykorzystanie swych kompetencji w zakresie elektroniki. To nie tylko światowy lider w sektorze oświetlenia samochodowego, sprzedający blisko 90% produkcji nabywcom spoza Grupy Fiat, ale również liczący się producent zawieszeń, urządzeń elektroniki pokładowej, układów wydechowych, systemów telematycznych i sieci komunikacyjnych.
Ze swymi 20 tysiącami pracowników, 44 zakładami i 25 ośrodkami badawczo-rozwojowymi spółka Magneti Marelli jest obecna w Europie, Azji i obu Amerykach. Jej roczne dochody przekraczają 3 miliardy euro, z czego ponad 50% pochodzi ze sprzedaży do dużych producentów motoryzacyjnych spoza Grupy Fiat. Dyrektorem pełnomocnym Magneti Marelli zostanie mianowany Eugenio Razelli, obecny szef Business Development Fiat SpA.

Mały silnik większa moc

Poszerza się gama silników diesel Multijet 1,3 16v. Do 70 konnej jednostki dołączają wersje 75, 85 i 90 KM. „Nasze silniki przygotowują się do zdobycia segmentu C”- mówi dyrektor generalny Tadeusz Świerczek, uchylając w wywiadzie rąbka tajemnicy o przyszłych planach spółki z Bielska-Białej.

Od dłuższego czasu było głośno o planach zwiększenia liczby wersji silnika diesel Multijet 1,3 16v. Wreszcie, na początku tego roku zamiary się spełniły. Silnik, choć zachował tę samą pojemność 1.248 cm^3, został poddany zmianom, dzięki czemu w pozostałych wersjach osiągnie moc od 75 do 90 KM. *„Produkowany przez nas silnik* – wyjaśnia Tadeusz Świerczek *– składa się z około 300 elementów. Z tego około 40 uległo pewnym modyfikacjom, aby zapewnić w nowych wersjach większą moc. Uzyskaliśmy doskonały wynik tak z punktu widzenia osiągów (zwiększyły się moc i moment obrotowy), jak i zmniejszenia zużycia paliwa. Pozwala nam to poszerzyć gamę modeli, w których zostanie zainstalowany nowy silnik, a to oznacza dla nas wzrost produkcji i zatrudnienia. Od momentu powstania naszej spółki liczba pracowników zwiększyła się z 750 do ponad 1260. W przyszłości nasz zespół jeszcze bardziej się powiększy”.*

FIAT-GM Powertrain Polska, który wszedł do struktur Fiat Powertrain Technologies (jednak zakład nadal jest wspólną własnością Fiata i General Motors), zrealizował już plany osiągnięcia zdolności produkcyjnych przewidzianych na rok 2006. Przyspieszenie wzrostu produkcji okazało się niezbędne ze względu na duży popyt na silnik, który praktycznie nie ma bezpośredniej konkurencji. *„Według wstępnych przewidywań w 2006, czyli za rok, mieliśmy wyprodukować około 550.000 silników w skali roku, czyli 2.400 dziennie – pracując na trzy zmiany przez pięć dni w tygodniu. W ciągu roku wszystkie plany uległy zmianom. Popyt okazał się dużo większy i nadal będzie rosnąć, jako że na rynku pojawią się nowe wersje z silnikami o większej mocy. Aktualnie przygotowujemy się do produkcji 2.500 silników dziennie przez sześć dni w tygodniu. Produkcja powinna dojść zatem do ponad 700.000 silników rocznie. To wzbudza z pewnością ufność u naszych pracowników, którzy dali z siebie wszystko, aby uzyskać tak ważne zlecenie”.*

Silniki Multijet produkowane w Bielsku-Białej przeznaczone są dla czterech marek – Fiata i Lancii (ponad 50%), Opla i Suzuki. *„Do tej pory nasz silnik montowany był w modelach z segmentów A i B, takich jak Panda, Punto i Idea, Lancia Y i Musa, Opel Agila i Corsa, Suzuki Ignis. Po zwiększeniu mocy od 70 do 90 koni silnik będzie przeznaczony również do modeli wyższego segmentu, gdyż* – tłumaczy dyrektor Świerczek – *umoż-*

TADEUSZ ŚWIERCZEK: „Koszty usterek silnika po 2, 6 i 12 miesiącach eksploatacji samochodu plasują się poniżej standardów i należą do jednych z najlepszych danych odnotowanych w naszej branży na świecie”.

liwi wysokie osiągi i mniejsze zużycie paliwa także w większych i cięższych samochodach. Wchodzimy zatem do segmentu C, największego na rynku, gdzie nasz produkt będzie stanowił interesującą konkurencję dla silników o większej pojemności i mocy, ale jednocześnie o wiele droższych”.

Rozmowa z Tadeuszem Świerczkiem o jakości, który w dziale Jakości rozpoczynał karierę, to jak wyważanie otwartych drzwi. Trudno się dziwić, że zmienia się ona w ciekawy wykład.

„W Polsce można robić doskonałą jakość – mówi dyrektor Świerczek – *dowodem tego są wyniki osiągnięte w zakładzie w Tychach przy produkcji Pandy, jak i naszego małego silnika turbodiesla SDE. Zazwyczaj dzieje się tak, że wyznaczane są cele (na przykład wadliwość i koszt), do których się dąży i które rzadko udaje się zrealizować. Nasz zakład z pewnością utrzymuje się na poziomie jak najniższych wyznaczonych wskaźników wadliwości. To znaczne osiągnięcie, które kosztowało dużo wysiłku, wymagało pracy i zaangażowania wszystkich pracowników. Dane gwarancyjne potwierdzają, że jesteśmy na dobrej drodze. Koszty usterek na silnik po dwóch, sześciu i dwunastu miesiącach eksploatacji samochodu plasują się poniżej ogólnych standardów i należą do jednych z najlepszych danych odnotowanych w naszej branży na świecie”.*

Jednak sam wysiłek i determinacja nie wystarczą. Potrzebna jest również metoda, jej systematyczne stosowanie, potrzebne są odpowiednie narzędzia zarządzania pozwalające przedsiębiorstwu na ciągle doskonalenie wyników. *„W celu ciągłej poprawy jakości procesu i wyrobu stosujemy narzędzie zwane Business Plan Development (Ekonomiczny Plan Rozwoju). Na podstawie analizy czterech elementów (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia) nasz zespół przygotowuje szczegółowe projekty w pięciu tematach: bezpieczeństwo, jakość, koszty, produktywność i rozwój organizacyjny. W ten sposób wszyscy nasi pracownicy są świadomi strategii obranej przez przedsiębiorstwo. Metodologia jest ważna, ale jeszcze ważniejsze jest ogólne zaangażowanie i znajomość celów. Jakość wymaga prostej i rzetelnej metodologii, celów jasnych, wymiernych i akceptowanych przez wszystkich pracowników”.* ■

Fiat Idea porywa Clooney'a

Carola Popaiz

Urokowi włoskiego minivana nie potrafił się oprzeć nawet George Clooney, nieziemsko przystojny aktor amerykański. Jesteśmy na planie filmu reklamowego, kręconego nad włoskim jeziorem Como.

Pięć kilometrów taśmy filmowej i dwie kamery, jedna ze stabilizatorem, a druga zainstalowana w kabinie, do rejestrowania ujęć samochodu podczas jazdy. Wszystko to dla George'a Clooney'a i Fiata Idea, przez dwa dni głównych bohaterów reklamówki zatytułowanej „Pułapka", reżyserowanej przez Argentyńczyka Pucho Mentasti dla firmy Leo Burnett Worldwide i emitowanej we wszystkich polskich stacjach telewizyjnych.

To doprawdy piękna para, Idea i hollywoodzki przystojniak. Ona, najbardziej wygodna w użytkowaniu przedstawicielka średnich aut typu berlina, pojemniejsza i bardziej elastyczna od samochodu miejskiego i bardziej kompaktowa od „jednobryłowca", zdolna do oczarowania swym urokiem każdego bez wyjątku. On, we Włoszech czujący się niemal jak u siebie, do tego stopnia, że kupił willę nad jeziorem Como.

Ten krótki film to intrygująca historia uwiedzenia, której scenerią są najbliższe okolice domu aktora. Krętymi drogami śmiga jaskrawo pomarańczowy Fiat Idea, prowadzony przez słynną modelkę i aktorkę Darę Tamanovich. Piękna kobieta wysiada z samochodu przed jedną z willi, zostawia otwarte drzwi od strony pasażera i oddala się w niewiadomym kierunku. Po drodze mija uprawiającego jogging George'a, który, zaintrygowany otwartymi drzwiami i urodą auta, wsiada do środka i zaczyna podziwiać wnętrze, po czym rozciąga się wygodnie na siedzeniu.

Po krótkiej chwili kobieta powraca do zaparkowanego auta i za pomocą pilota zamyka George'a w środku, w tytułowej „pułapce". Clooney chce przeprosić za wtargnięcie do samochodu, ale ona, z lekkim uśmiechem triumfu, siada na miejscu kierowcy i rusza w drogę ze swym „więźniem", uosobieniem marzeń każdej kobiety.

Ci, którzy byli obecni na planie filmowym mówią, że praca z Clooney'em była i łatwa, i trudna. Łatwa ze względu na otwartość i bez-

konfliktowość aktora, które zaowocowały sympatyczną atmosferą podczas kręcenia ujęć, trudna z winy wielbicieli jego talentu, którzy pomimo barierek, policji i strażaków robili wszystko, co w ich mocy, by zdobyć autograf swego idola i pstryknąć mu fotkę. Równolegle do emisji telewizyjnej reklamy ruszyła także kampania w prasie oparta na zdjęciach Georgey'a Clooney'a i Fiata Idea, autorstwa sławnego fotografika Ferdinando Scianna. ■

Drzwi Otwarte Fiata Idea

11-13 marca oraz 18-20 marca odbyły się w salonach Fiata Dni Otwarte Fiata Idea, które cieszyły się ogromnym zainteresowaniem klientów. Model został zaprojektowany odwrotnie niż postępuje się przy projektowaniu samochodu. Dużą uwagę zwrócono najpierw na ergonomię wnętrza i jego funkcjonalność. Zewnętrzny wygląd Idea zawdzięcza projektantom z Centrum Stylu Fiata, którzy nadali jednobryłowemu autu dynamiczne, a jednocześnie harmonijne kształty, zachowując równowagę między metalowymi i przeszkolonymi powierzchniami nadwozia.
Fiaty Idea dostępne są w dwóch wersjach silnikowych występujących w obu wyposażeniach Actual i Dynamic. Benzynowy silnik 1.4 16v o mocy 95 KM i turbodiesel 1.3 16v Multijet o mocy 70 KM to jednostki napędowe odznaczające się elastycznością, oszczędnością w eksploatacji oraz ekologicznym charakterem.

fot. Satiz Poland

Centrum Sprzedaży FAP w Bielsku-Białej

Carola Popaiz

Oto elementy pozwalające na zindywidualizowanie i uczynienie samochodu jeszcze piękniejszym i bardziej funkcjonalnym. A jednocześnie rozwiązania umilające spędzanie wolnego czasu, zapewniające bezpieczeństwo i komfort.

Idea na sześćdziesiąt akcesoriów

Lekkość, technologia, praktyczne wykorzystanie przestrzeni: to jest właśnie Fiat Idea. Samochód o miękkich i czystych liniach, o innowacyjnym i aerodynamicznym designie. Jest to przede wszystkim samochód, w którym „da się żyć" podczas codziennego przemieszczania się i podczas długich podróży.

„Tyle energii i wszystko Twoje", to slogan z kampanii reklamowej tego małego MPV. To prawda. Między innymi dlatego, że swojego Fiata Idea można uczynić niepowtarzalnym poprzez możliwość wyboru spośród 60 oryginalnych akcesoriów zaprojektowanych przez Centrum Stylu Fiata i proponowanych przez Linię Akcesoriów Fiata. Wszystkie rozwiązania poprawiające komfort w samochodzie pozwalają na odczuwanie radości ze spędzania wolnego czasu i podnoszą „jakość" życia.

W katalogu Akcesoriów oferowane są elementy pozwalające na zewnętrzne zindywidualizowanie samochodu, takie jak: cztery typy obręczy z lekkiego stopu, sportowa nakładka na zderzak przedni, zestaw obniżeń progów, spoiler tylny, dodatkowe nakładki na nadkola.

Natomiast propozycje dla wnętrza samochodu są następujące: sportowe pedały wykonane z aluminium (z gumowymi wstawkami), podnóżek dla lewej stopy, listwy progowe z aluminium, specjalne dywaniki z weluru. Oprócz tego kierownica i gałka dźwigni zmiany biegów z dwukolorowej zharmonizowanej z deską rozdzielczą skóry i efektowne, aluminiowe wykończenia tablicy rozdzielczej, które w znacznym stopniu dodają jej urody.

Kierownica i gałka dźwigni zmiany biegów z dwukolorowej skóry. Można również nabyć listwy progowe, pedały i podparcie dla lewej stopy wykonane z aluminium.

Tylny bagażnik na narty, wyposażony w zamek zabezpieczający przed kradzieżą: pozwala na przewożenie czterech par nart lub czterech desek snowboardowych (lub 2 desek snowboardowych i 2 par nart). Uchwyty wykonane są z aluminium. Aby otworzyć drzwi tylne wystarczy zwolnić dwa cięgna i podnieść konstrukcję.

Tylny bagażnik na rowery pozwala na przewiezienie dwóch rowerów i wyposażony jest w specjalny zamek zabezpieczający.

Bardzo praktyczne są siatki różnej wielkości, które można zamocować z tyłu siedzeń przednich lub we wnęce bagażnika, czy siatka oddzielająca wnękę bagażnika od wnętrza samochodu do przewozu np. psów.

Linia Akcesoriów Fiata Idea proponuje wiele rozwiązań, które zwiększają wszechstronność i komfort podróżowania. Należą do nich bagażniki uniwersalne do przewozu dowolnych bagaży, które poza tym, że podkreślają linię samochodu, pozwalają na zamontowanie uchwytów na rowery, deskę surfingową i narty.

Wygodna jest również „osłona" z półsztywnego tworzywa sztucznego, służąca do zabezpieczenia powierzchni ładunkowej bagażnika. A także nowoczesne bagażniki na rower, czy narty montowane na drzwiach tylnych.

Również najmłodsi powinni podróżować wygodnie. W ofercie znaleźć więc można różne typy fotelików, które wyglądają efektownie, ale też umożliwiają bezpieczne przewożenie dzieci, np. fotelik „Kiddy Life", przeznaczony dla dzieci ważących od 10 do 36 kg i kołyska dla dzieci ważących do 10 kg.

W przypadku długich podróży Linia Akcesoriów proponuje komplet, składający się z dwóch toreb na kółkach i jednej na kosmetyki, dostosowanych do gabarytów wnęki bagażnika Fiata Idea.

Dla wszystkich entuzjastów najnowszych rozwiązań technicznych oraz miłośników słuchania podczas jazdy dobrej muzyki w brzmieniu najwyższej jakości polecany jest system nawigacji satelitarnej TravelPilot oraz odtwarzacz płyt kompaktowych (CD/MP3) na pięć płyt umieszczony w desce rozdzielczej.

Do tego dochodzą alarmy, blokada skrzyni biegów oraz czujniki parkowania, które uzupełniają szeroką ofertę Akcesoriów Fiata Idea w dziedzinie bezpieczeństwa.

Wszystkie prezentowane tu akcesoria oferują dealerzy Fiata. ■

Obręcze ze stopu lekkiego są dostępne w czterech wzorach, w zależności od stylu, dla opon: 195/60 R15 i 205/50 R16. Można również dodać spoiler na drzwi tylne, obniżenia progów, sportową nakładkę zderzaka przedniego i nakładki na nadkola.

Travel Pilot to system nawigacji satelitarnej, prostej w stosowaniu, z wbudowanym odtwarzaczem CD i MP3.

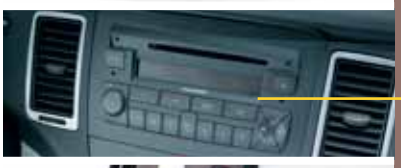
Zestaw siatek siedzeń przednich, do wnęki bagażnika oraz pojemnik z półsztywnego tworzywa i siatka oddzielająca przestrzeń bagażnika od pasażerów.

Uchwyty na narty, rowery, deski surfingowe, dwa typy bagażników z aluminium, które utrzymują ciężar 50 kg. Można nabyć **bagażnik dachowy** o pojemności 340 litrów, wyposażony w zamek i opatrzony znakiem Fiata.

Komplet podróżny składa się z dwóch toreb na kółkach i jednej na kosmetyki o wymiarach przystosowanych do gabarytów wnęki bagażnika.

Czujnik parkowania. Składa się z dwóch lub czterech kapsuł wmontowanych do zderzaka tylnego. Zwiększenie częstotliwości sygnałów oznacza zbliżanie się do samochodu lub innej przeszkody.

Alarm pin to pin. Wyposażony jest w następujące funkcje: cyfrową syrenę z własnym zasilaniem, ochronę ultradźwiękową z możliwością czasowego jej zawieszenia za pomocą pilota, ochronę drzwi, maski silnika i bagażnika oraz sterowanie systemem centralnego zamka.



Odtwarzacz CD montowany na desce rozdzielczej lub w schowku, pod siedzeniem kierowcy, we wnęce bagażnika lub między dwoma siedzeniami przednimi.

Fotelik „Kiddy Isofix" zamontowany w specjalnie przewidzianym miejscu, gwarantuje maksymalne bezpieczeństwo w razie uderzenia.

fot. Ireneusz Kaźmierczak / FAP

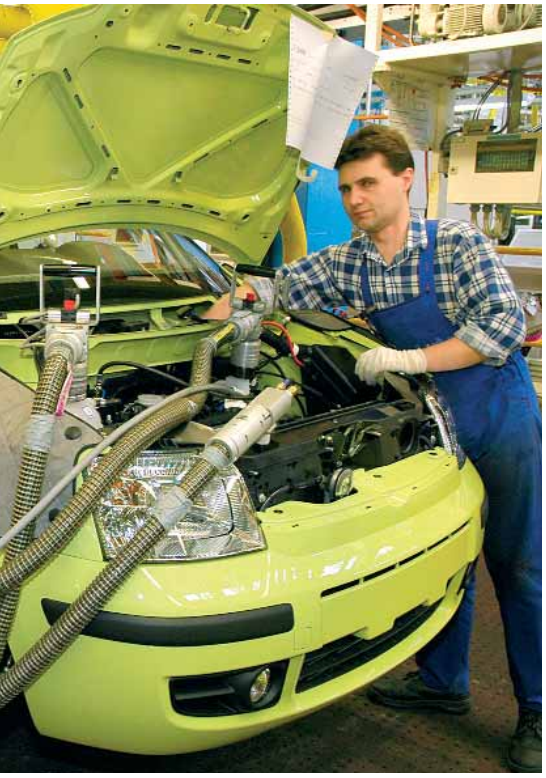
Panda naciska na jakość

Wszystkie przedsiębiorstwa pragnące zmienić swój wizerunek wprowadzają nowy produkt, który szybko staje się symbolem. Dla Fiata Auto takim modelem jest produkowana w Tychach Panda. Jest o tym przekonany Stefan Ketter, Quality Senior, Wiceprezydent Fiata Auto.

Stefan Ketter ma 45 lat i jest narodowości niemieckiej. W Fiacie pracuje od roku. W przeszłości zajmował stanowiska związane z jakością w BMW, Audi oraz w Grupie Volkswagena w Brazylii i Stanach Zjednoczonych.

Zadaniem Stefana Kettera jest eliminowanie usterek w samochodach. Robił to dla wielkich koncernów niemieckich, takich jak BMW i Volkswagen. Teraz wyzwaniem dla niego są modele Fiata, Alfa Romeo i Lancia. W wywiadzie udzielonym w marcu 2005 roku włoskiemu czasopismu „Quattroruote" menedżer jakości omawiał swoje plany i pomysły. Poniżej fragmenty jego wypowiedzi.

Fiat Panda, obok modeli Toyoty, Audi i BMW, został uznany przez czasopismo Quattroruote, za jednego z czterech królów jakości...



„Panda to dowód, że Fiat może produkować samochody na poziomie najlepszych na rynku. Potwierdzają to czasopisma branżowe, ale również badania przeprowadzane przez firmy pracujące dla producentów europejskich i oceniające jakość ich samochodów. Panda jest doskonałym punktem wyjścia i jestem przekonany, że uzyskamy równie dobre wyniki przy modelach o bardziej skomplikowanej technologii z segmentu D, jak Croma, Alfa Brera i Alfa 159".

Na czym polega tajemnica jakości?

„Nie ma czegoś takiego, jak magiczna pałeczka. Potrzeba pracy zespołowej, dyscypliny i metody. Nad jakością należy pracować już od samego początku, od fazy projektu: jakość rodzi się wraz z koncepcją stylu nowego modelu".

Jakie czynniki wpływają w stopniu największym na jakość?

„Są dwa rodzaje jakości: pierwsza związana z brakiem usterek, o którą w rzeczywistości zabiegają wszystkie marki. Prawdziwe znaczenie ma jednak jakość postrzegana przez klientów. Od tego zależy konkurencyjność. Najważniejsze to zaplanować wszystko w najdrobniejszych szczegółach, nic nie pomijając: od wyboru technologii do poszczególnych faz produkcji, w zależności od wielkości produkcji i liczby modeli, ich wariantów aż do szkolenia personelu. Wszystkie procesy muszą być proste i przejrzyste. Zawsze trzeba dać sobie czas na testy i na pracę nad jakością, mimo że okres rozwoju nowego modelu staje się coraz krótszy. Należy ściśle współpracować z dostawcami, zaangażować ich do współpracy nad nowych modelem. Dobra komunikacja z dostawcami jest dla Fiata kluczową sprawą".

Czego dotyczyła Pana pierwsza inicjatywa po przybyciu do Turynu?

„Koncentrowałem się na wspólnej pracy nad jakością, w sposób zdyscyplinowany i metodyczny, już od pierwszych faz. Przykład? – „Drive Day". Nie tylko specjaliści powinni oceniać nowe samochody: przed wylansowaniem nowego modelu, nawet 12 miesięcy wcześniej, 60-70 kluczowych postaci w Fiat Auto powinno wypróbować nowy produkt, pod kątem samochodów innych marek. W ten sposób możemy lepiej ocenić nasz model. Drive Day stał się jednym z wielu narzędzi służących do zatwierdzania modelu".

Zazwyczaj potrzeba przynajmniej roku na wyeliminowanie usterek nowego produktu?

„Nie jest zasadą, że jakość nowego modelu jest na początku gorsza od starego. Nowa Panda, na przykład, od razu była lepsza od poprzedniej".

Poniżej prezentujemy tekst na temat wizyty w zakładzie w Tychach grupy dziennikarzy pisma „Quattroruote”, który jest obrazem tego, jak nas widzi prasa zagraniczna.

Dziennikarz popularnego we Włoszech pisma motoryzacyjnego przyjechał do fabryki w Tychach, by zrozumieć jak rodzi się sukces nowego małego modelu Fiata.

Fabryka Pandy

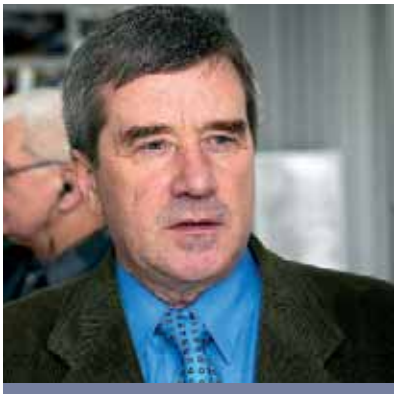
Japonia w Tychach?

Dojeżdżając do zakładu Fiat Auto Poland w Tychach można zauważyć na dachu wielką podświetloną tablicę informującą o zdobyciu w 2004 roku Polskiej Nagrody Jakości. Cenna nagroda dla powstałej 30 lat temu fabryki, która przez długi okres produkowała „maluchy”. Wzdłuż linii produkcyjnych Pandy i Seicento oprowadza nas dyrektor Zakładu, inżynier Zdzisław Arlet, pracujący tutaj od 1972 roku. „W latach siedemdziesiątych jakość nie stanowiła dla nas problemu: w Polsce na samochód czekało się latami, gdyż klienci nie byli wybredni. Ale i tak mniej niż dwadzieścia sztuk na sto nie wymagało ponownej kontroli po opuszczeniu linii. W 2001 roku proporcje te wzrosły do 80 na 100, a dzisiaj 95 na 100 – zupełnie jak w fabrykach japońskich”. Naszą uwagę zwracają od razu liczne roboty (ponad 300) spawające części blachy do montażu karoserii Pandy. „Roboty są ważne, ale naprawdę liczy się zaangażowanie pracowników, ich dążenie do wspólnych celów. W 2004 roku od naszych trzech tysięcy pracowników uzyskaliśmy ponad 10.500 propozycji (japońskich „kaizen”), 6000 z nich wprowadziliśmy w życie.

Pracownicy czują się usatysfakcjonowani i docenieni, a to przyczynia się do poprawy środowiska pracy” – dodaje dyrektor Arlet.

Jakość świadczy o mnie

Inżynier Arlet pokazuje nam tabelę przymocowaną do ogrodzenia robota spawającego karoserię. „Ten pomysł przyszedł mi do głowy na lotnisku we Frankfurcie. O każdy obszar zakładu dbają pracownicy, którzy tam pracują, na tablicy widnieje data, godzina i podpis sprzątającego: w ten sposób łatwo zidentyfikować osobę odpowiedzialną za ewentualne niedociągnięcia. Tę samą zasadę stosuje się przy produkcji: każdy pracownik jest odpowiedzialny za swoją pracę i przeprowadza autocertyfikację. Każda czynność została zdefiniowana na podstawie dokładnej analizy procesu produkcji, a pracownicy odpowiednio przeszkoleni. Doceniamy jeżeli ktoś sygnalizuje, że nie potrafi wykonać danej operacji. I wierzymy w naszych pracowników: to specjaliści



ZDZISŁAW ARLET:
„Na linii spawania Pandy zamontowano 304 roboty. Jednak jakość leży przede wszystkim w rękach naszych pracowników”.

doskonale znający stosowane przez siebie narzędzia i dbający o ich codzienną konserwację, co gwarantuje w 99,9% ich wydajność”.
W międzyczasie dotarliśmy na wydział lakierni, gdzie nadwozie pokrywane jest kilkoma warstwami ochronnymi, a następnie lakierem (także w kolorach pastelowych). Inżynier Arlet stwierdza z dumą: „W czasie trzech tygodni ubiegłorocznej przerwy wakacyjnej zainstalowaliśmy 16 robotów i wszystkie od razu zaczęły pracować na pełnych obrotach. A dostawca zwierzył nam się, że w konkurencyjnej fabryce męczyli się miesiącami, zanim wszystko zagrało”. Pytamy się, dlaczego w jednej części zakładu wygaszono światła. „To proste, pracownicy mają przerwę i byłoby marnotrawstwem pozostawiać na ten czas zapalone światła”. Idąc wzdłuż linii montażu, gdzie montowane są wszystkie części mechaniczne i wyposażenie samochodu, inżynier Arlet pozdrawia jednego z pracowników. Czy to możliwe, że zna ich wszystkich. „Nie z nazwiska, ale z widzenia. Fabrykę obchodzę codziennie. Podczas kryzysu w 2001 roku, rozmawiałem ze wszystkimi, z każdym z osobna. Tłumaczyłem im, że nasza fabryka będzie miała przyszłość tylko wtedy, gdy zapewnimy najwyższą jakość. I zrozumieli. Panda była naszą próbą i okazała się zwycięstwem. Ale nie ma tu żadnych tajemnic: każdy wykonuje dobrze swoją pracę. To proste, nieprawdaż?”

SuperFerrari

Niedawno odbyła się przedpremierowa prezentacja nowego i wyjątkowego modelu Superamerica: 12-cylindrowego zdobywcy rekordu najszybszego na świecie kabrioletu. Nazwa nawiązuje do ulubionego modelu Enzo Ferrari.

Dla Ferrari nadeszły złote lata. Po zakończeniu piątych mistrzostw świata kierowców Formuły 1, które po raz kolejny z rzędu wygrał Michael Schumacher, i po zdobyciu po raz szósty w ciągu sześciu lat mistrzostwa konstruktorów, rozpoczęły się przygotowania do nowego sezonu wyścigowego, w którym faworytem jest właśnie Ferrari. W roku 2004 sprzedano około 4900 samochodów osiągając najwyższe obroty w historii firmy: prawie 1,5 miliarda euro (wzrost o 20% w stosunku do poprzedniego roku). Po prezentacji w październiku modelu F430 o ośmiu cylindrach i centralnym silniku, w ciągu zaledwie kilku dni sprzedano całą jego roczną produkcję. Teraz nadeszła pora na nowy model Superamerica: niezwykły kabriolet z 12-cylindrowym silnikiem. Zaprojektowany na bazie limuzyny 575M Maranello będzie produkowany w ograniczonej liczbie 559 egzemplarzy.

Oficjalny debiut nowego Ferrari odbył się w Ameryce (nie mogło być inaczej) podczas Salonów Samochodo-

wych w Los Angeles i Detroit. Ten niezwykły samochód jest wyposażony, tak samo jak model 575M, w silnik przedni V12 o pojemności 5.748 cm^3 i mocy 540 KM. Tyle, aby osiągnąć 320 km/h, co czyni z niego najszybszy kabriolet świata.

Począwszy od lat pięćdziesiątych ubiegłego wieku zaufanym stylistą nadwozi dla modeli Ferrari jest Pininfarina. Również tym razem projektanci z Maranello zwrócili się do tego słynnego atelier w Turynie, gdzie powstał samochód o wyraźnych liniach zdradzających na pierwszy rzut oka pokrewieństwo z innymi modelami Ferrari. Jego charakterystyczną cechą jest sztywny dach „Revocromico".

Ferrari na Manhattanie

Pięćdziesięciolecie Ferrari w Stanach Zjednoczonych uczczono inauguracją nowego salonu wystawowego w Nowym Jorku. Znajduje się on w najbardziej prestiżowej dzielnicy miasta, na rogu Park Avenue i 55 Ulicy. Kilka domów od miejsca, gdzie Luigi Chinetti, amerykański kierowca włoskiego pochodzenia, zwycięzca wyścigu 24 godziny Le Mans, wielki przyjaciel Enzo Ferrari i pierwszy importer włoskich modeli sportowych, otworzył swój pierwszy salon w roku 1954. A także niedaleko „Moma", legendarnego Muzeum Sztuki Współczesnej.

Ferrari łączą z Ameryką bliskie i długotrwałe relacje. Od dziesięcioleci Stany Zjednoczone są głównym rynkiem dla modeli tej marki. I pomimo tego, że Formuła 1 musi dzielić się popularnością z lokalnymi wyścigami, takimi jak Formuła Indy, producent z Maranello może zawsze liczyć na rzesze fanów, jak w żadnym innym kraju na świecie.

W 2004 roku Ferrari ustanowiło nowy rekord sprzedając w USA około 1400 samochodów. Maserati zaś może pochwalić się portfelem 1300 zamówień, co jest także doskonałym wynikiem.

Po wystawie na Manhattanie otwarto dwie inne, nowe siedziby marki: na Węgrzech i w Słowenii. W ten sposób Grupa Ferrari-Maserati jest już obecna w 52 krajach świata.

Wnętrze modelu Ferrari Superamerica. Po prawej: model ze złożonym dachem oraz oryginalny mechanizm otwierania dachu.

Dzięki nowemu mechanizmowi elektrycznego sterowania, szklany panel obraca się o 180 stopni przekształcając samochód z limuzyny w roadster. Na wykonanie tej czynności potrzeba zaledwie 10 sekund, a panel nie zajmuje ani jednego cennego centymetra sześciennego bagażnika. Szyba elektrochromatyczna dachu, zaprojektowana przez Saint Gobaina, zmienia swoją przejrzystość po naciśnięciu przycisku na desce rozdzielczej. Niespotykany wcześniej mechanizm, który wraz z 12-cylindrowym silnikiem i zastosowaniem technologii wyścigowych (począwszy od sekwencyjnej skrzyni biegów do hamulców węglo-ceramicznych) czyni z Superamerica naprawdę wyjątkowy samochód.

Pierwszy model Superamerica, czyli 410, powstał w 1955 roku. Zastąpił on poprzedni 375 America, najbardziej luksusowy (i najdroższy) model Ferrari, nazwany tak w hołdzie dla kraju, którego ówczesny i dzisiejszy rynek, jest najważniejszy dla producenta tej marki. Model był wyposażony w silnik 12-cylindrowy w układzie widlastym, o pojemności 5 litrów, a nadwozie projektowali, w zależności od gustu klienta, tacy styliści jak Scaglietti, Boano, Ghia i oczywiście Pininfarina. Jak na tamtą epokę modele miały osiągi zbliżone do samochodów wyścigowych: ponad 240 km/h i przyspieszenie od 0 do 100 w 6 s. W sumie wyprodukowano 30 egzemplarzy. Dziedzictwo modelu 410 przejął w 1960 roku model 400. Nadwozie opracowane przez Pininfarinę zostało zaprojektowane w tunelu aerodynamicznym. Samochód wyprodukowano w 48 egzemplarzach, które trafiły do garaży biznesmenów i koronowanych głów. Model o numerze seryjnym 3097SA pozostał natomiast w Maranello. Zakupił go bowiem Enzo Ferrari, który do tamtej pory mówił: „Nie możemy sobie pozwolić na Ferrari". W 1961 roku był już jednak człowiekiem sukcesu, którego stać było na taki samochód. Zlecił też Pininfarinie wykonanie unikatowego egzemplarza w kolorze jasnozielonym, metalizowanym, z reflektorami nie w kształtach opływowych i siedzeniami wykończonymi tkaniną a nie skórą. ■

SCHUMI ZDOBYWA PARYŻ

Niecodziennie zdarza się oglądać Formułę 1 w mieście. Setki tysięcy paryżan zebrało się na Champs Elyseés, by oklaskiwać mistrza świata Michaela Schumachera, który za kierownicą modelu F2004 jechał na czele parady samochodów Ferrari. Za kierownicami zasiedli słynni rajdowcy i osobistości: Jean Todt, René Arnoux, Patrick Tambay, Felipe Massa i reżyser Luc Besson. Parada – zorganizowana na cześć Formuły 1 od Łuku Tryumfalnego do Placu Concorde – zainaugurowała jednocześnie powstanie nowego ośrodka badań nad chorobami neurologicznymi.

Fiat Bank Polska S.A.

Centrum Obsługi Klienta

Fiat Bank Polska S.A. *tel.: (022) 607 49 90; www.fiatbank.pl*

Stefania Castano

Fiat Kobelko, Kobelko, O&K i New Holland Construction – cieszące się uznaniem firmy z branży maszyn do robót ziemnych należące do Grupy CNH powołały do życia jedną globalną markę: New Holland, która wspólnie z Grupą Case, zmierzy się z konkurencją na światowych rynkach.

W jedności

Jedna, ale silna za cztery. Od samego powstania w 1999 roku CNH obejmowało pięć marek z branży maszyn do robót ziemnych. Pierwsza z nich – Case – obecna na całym świecie z pełną gamą wyrobów, pozostałe cztery – Fiat Kobelko, Kobelko, New Holland Construction i O&K – specjalizują się w rynkach regionalnych. Te ostatnie od końca stycznia zjednoczyły się w Europie, Rosji, Afryce, na Bliskim Wschodzie i w Ameryce Łacińskiej pod jedną marką: New Holland, mogącą pochwalić się dużym doświadczeniem i tradycją wypracowaną przez wszystkie cztery marki. Mając do dyspozycji dwie duże marki i dwie sieci dystrybucji – New Holland i Case – CNH może stanąć do rywalizacji z konkurencją na światowych rynkach. O sytuacji na rynku maszyn do robót ziemnych rozmawiamy z Piero Maritano, prezesem oddziału Construction Equipment na Europę, Afrykę, Bliski Wschód i Rosję.

Jakie cele wyznacza sobie CNH?

„W naszej branży CNH jest jednym z liderów, zwłaszcza w takiej linii wyrobów, jak na przykład koparko-ładowarki czy „skid steer loaders". Naszym celem jest poprawa rentowności i udziałów w rynku".

Dlaczego połączono marki?

„To ostatnia rozgrywka meczu, który rozpoczął się pięć lat temu. CNH rozwijało się w miarę przejmowania spółek, a zatem i marek. Na początku chcieliśmy pozostać wierni ich specyfice, tak, aby klienci mogli je z łatwością rozpoznać. Jednak w międzyczasie przygotowaliśmy innowacyjny program odnowy gamy. W ciągu ostatnich trzech lat wylansowaliśmy 266 nowych modeli i do połowy 2005 roku zakończymy odnowę całej gamy. Teraz, kiedy nasze produkty są dobrze znane i cenione, nadszedł moment, aby pomyśleć o stronie handlowej. Nabywcy maszyn budowlanych kupują je, by rozwijać swój biznes. Żądają zatem produktów, które nie tylko zapewnią im osiągi, jakich potrzebują, ale które byłyby również częścią kompletnej gamy, funkcjonowały jak najdłużej, mogły być szybko i łatwo naprawione, nie traciły na wartości w czasie. Pod tym względem szybka i skuteczna obsługa tak samo się liczy, jak i osiągi maszyny. Teraz dzięki racjonalizacji naszych marek, możemy zwiększyć skuteczność procesów, które zaczynają się w momencie zamówienia, a kończą na obsłudze posprzedażnej".

Dlaczego wybór padł właśnie na markę New Holland?

„Przeprowadziliśmy pięć tysięcy wywiadów, aby zrozumieć, czym kierują się klienci w momencie dokonywania wyboru i która z marek mogłaby wzbudzić w nich największe zaufanie. Na koniec wybraliśmy New Holland, markę znaną dzięki sukcesom odniesionym w sektorze rolniczym i rozpowszechnioną również w branży budowlanej".

siła

Piero Maritano. Wyżej: niektóre maszyny z nową marką.

Jakie korzyści przyniesie to połączenie?

„Zarządzanie jedną marką zamiast czterema przenosi się na oszczędności w logistyce, częściach zamiennych, inwentaryzacji, relacjach z dostawcami i przede wszystkim w sferze handlowej. Poprzednio trzeba było mnożyć przez cztery koszty reklamy, ofert specjalnych, pokazów. Ta złożona sytuacja odbijała się również na systemach komunikacji. Istniało ryzyko, że cztery marki zaczną wzajemnie konkurować. Teraz natomiast cała struktura dystrybucji będzie w stanie ukierunkować inwestycje w sposób bardziej racjonalny, na wyłącznie jedną markę i to jeszcze „full-liner", w porównaniu do konkurencji posiadającą niewarygodnie obszerną ofertę: dwanaście rodzin wyrobów i siedemdziesiąt jeden różnych modeli".

Z jakimi trudnościami będą musiały się zmierzyć?

„Połączenie ruszyło zaledwie sześć miesięcy temu, a już wszystkie problemy techniczne zostały rozwiązane. Teraz budujemy poczucie tożsamości wokół marki New Holland, ponieważ do prawdziwej zmiany nie wystarczy podmiana etykietki i przemalowanie maszyny na żółto. Trzeba zaangażować w ten proces bez wyjątków wszystkie osoby kontaktujące się z klientami. Jest ich ponad cztery tysiące".

Jak wygląda przyszłość nowych wyrobów?

„Nowa gama została zaprojektowana w oparciu o logikę platformy. Przejęliśmy to co najlepsze z doświadczenia New Holland Construction w branży maszyn kompaktowych, z technologii O&K w branży koparek kołowych, równiarek i „compact wheel loader". Przede wszystkim jednak w dziedzinie koparek gąsienicowych skorzystaliśmy z wiedzy Fiat Kobelko, którą wzbogaciliśmy dzięki wymianie know-how z japońskim partnerem".

W Europie marka Kobelko nadal będzie obecna na koparkach gąsienicowych i na minikoparkach New Holland. Dlaczego?

„W branży małych, średnich i dużych koparek bazujemy na technologii Kobelko. Jest to powszechnie znana nazwa. Zdecydowaliśmy zatem połączyć ją z nazwą New Holland, co ma stanowić gwarancję wysokiej jakości tej linii wyrobów".

Nadal zostanie zachowana odrębność pomiędzy dealerami Case i New Holland?

„Nasza strategia opiera się na ściśle określonej tożsamości wyrobu. Jeżeli chodzi o koparki to ich odrębność jest już widoczna, ponieważ Case stosuje technologię Sumitomo, a New Holland technologię Kobelko. Naszym celem jest wprowadzenie bardzo podobnego zróżnicowania w innych liniach wyrobu dwóch gam w oparciu o potrzeby klienta. Przy tylko dwóch markach można to zrobić po rozsądnych kosztach".

Czy nie ma ryzyka, że te zmiany nieco zdezorientują klientów?

„Planujemy serię inicjatyw z zakresu komunikacji i reklamy instytucjonalnej oraz reklamy wyrobu zgodnie z hasłem „ciągłość usług". Chcemy uspokoić aktualnych właścicieli, zapewniając o ciągłości obsługi dla ich maszyn i jednocześnie podkreślić, że obecna sieć jest silniejsza i bardziej wyspecjalizowana. Do tej pory dotarły do nas tylko pozytywne komentarze. Czekamy na reakcję rynku". ■

Łukasz Kurcbard

Mobilne warsztaty Iveco

Obecnie samochody ciężarowe są ciągle w drodze, zmienia się jedynie załoga. Dlatego posiadanie stacji obsługi otwartych 6 dni w tygodniu to za mało. Dziś konieczna jest całodobowa opieka techniczna, we wszystkie dni roku. Dlatego Iveco Poland wzbogaca sieć autoryzowanych warsztatów o nowoczesne pojazdy serwisowe, gotowe do natychmiastowego działania.

Od niedawna każdy z autoryzowanych dealerów Iveco jest zobowiązany do wyposażenia warsztatu w samochód serwisowy spełniający surowe wymagania stawiane przez specjalistów koncernu. Określono zarówno typ pojazdu przeznaczonego pod zabudowę, jak i poziom wyposażenia. Dzięki temu, niezależnie od miejsca awarii, obsługa techniczna oferowana jest na równie wysokim poziomie.

Jakość obsługi i skracanie czasu potrzebnego na dokonanie niezbędnych formalności przed wysłaniem pomocy drogowej stanowi dla Iveco niezwykle ważną kwestię. Po stwierdzeniu usterki, kierowca może zgłosić awarię pojazdu bezpośrednio u najbliższego dealera Iveco (jeśli wie, który serwis znajduje się najbliżej) lub za pośrednictwem telefonicznego centrum zgłoszeniowego. W drugim (nieco bardziej rozbudowanym) przypadku, centrum nawiązuje kontakt z najbliższym dealerem. Następnie serwis łączy się z kierowcą unieruchomionej ciężarówki, aby uzyskać jak najwięcej informacji o usterce i dobrać odpowiednie części zamienne bądź specjalistyczne narzędzia. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że załogi samochodów serwisowych (dwie ekipy po dwie osoby u każdego z autoryzowanych dealerów Iveco) składają się z wysokiej klasy mechaników, dysponujących szeroką wiedzą i dużym doświadczeniem. Od nich zależy szybkie usunięcie awarii. Dziś bowiem nie można pozwolić sobie na ponoszenie dodatkowych kosztów wynikających z błędnej, telefonicznej diagnozy serwisu. Dyżurująca załoga serwisu podejmuje decyzję o naprawie ciężarówki na drodze bądź też o jej odholowaniu do warsztatu. W pierwszym przypadku, telefoniczne centrum zgłoszeniowe powiadamiane jest przez serwis mobilny o usunięciu awarii, co potwierdzane jest u kierowcy. Dla podnoszenia jakości obsługi przeprowadzany jest pomiar czasu między kolejnymi etapami interwencji. Dużą wagę przywiązuje się również do czasu potrzebnego do podjęcia decyzji o holowaniu bądź przeprowadzeniu naprawy na drodze (przekłada się to na sprawność funkcjonowania struktur wewnętrznych

Serwisowe Daily

Na mobilne warsztaty najodpowiedniejszy jest słynący z łatwości adaptacji furgon Iveco Daily 35S13 o rozstawie osi 330 cm i zewnętrznej wysokości całkowitej 264 cm (dach „H2”). Dzięki temu we wnętrzu (wysokość 190 cm) można się swobodnie poruszać na stojąco. Jest to szczególnie ważne w przypadku samochodu serwisowego, w którym przestrzeń musi gwarantować pracownikom odpowiednie warunki pracy. Swobodne wchodzenie do przestrzeni ładunkowej umożliwiają również boczne drzwi przesuwne (o szerokości światła 125 cm), jak i drzwi tylne (154 cm). W obu przypadkach wysokość jest bliska 180 cm: nie trzeba zatem pochylać głowy przy wsiadaniu.
Iveco Daily 35S13 napędza nowoczesny silnik wysokoprężny z bezpośrednim wtryskiem paliwa „common rail”, który łączy wysokie osiągi oraz ekonomikę eksploatacji. Przy całkowitej pojemności skokowej 2,8 dm^3 rozwija moc maksymalną 92 kW (125 KM) przy 3600 obr./min oraz moment obrotowy (o bardzo płasko biegnącej krzywej, gwarantującej świetną elastyczność) wynoszący 290 Nm przy 1800 obr./min. Doskonałą dynamikę samochodu zawdzięczamy również zblokowaniu silnika z sześciobiegową, ręczną skrzynią, pozwalającą optymalnie wykorzystać w ruchu parametry jednostki. Skuteczne zatrzymanie samochodu gwarantują hamulce tarczowe na obu osiach.
Zabudowę warsztatową opracowała i wykonała firma Modul System. Do dyspozycji są szafki narzędziowe oraz blat warsztatowy. Przewidziano również miejsce na kilka segregatorów, jest również imadło, tablicę na podwieszane narzędzia, szuflady wyłożone gumową wykładziną i zabezpieczone przed samoistnym wysuwaniem się oraz nadmiernym hałasowaniem. Zadbano także o wydajne oświetlenie wnętrza.

każdej autoryzowanej stacji obsługi). Dziś do naprawy ciężarówek nie wystarczy jednak najbogatszy nawet komplet tradycyjnych narzędzi i stół warsztatowy. Każdy samochód serwisowy Iveco wyposażono dodatkowo w agregat prądotwórczy o mocy maksymalnej 12 kVA (prąd zmienny o napięciu 230/400 V, 50 Hz) napędzany silnikiem o mocy 20 KM. Przy maksymalnym obciążeniu zapas paliwa wystarcza na około 5 godzin pracy. W samochodzie będzie umieszczona spawarka oraz kompresor o ciśnieniu roboczym 10 barów wraz ze zbiornikiem sprężonego powietrza. Zestaw takich urządzeń specjalnych gwarantuje możliwość szybkiego usunięcia wielu usterek bezpośrednio na drodze.
Załoga samochodu serwisowego będzie dysponowała również komputerem diagnostycznym E.A.SY. Zapewnia on komunikację z ciężarówkami Iveco oraz pełni rolę przewoźnego biura. Jest wyposażony w modem, interface „Bluetooth”, czytnik płyt DVD do odczytu katalogu części zamiennych i wiele przydatnych funkcji. Komputer E.A.SY. jest ponadto przystosowany do pracy w niekorzystnych warunkach. Posiada np. zabezpieczenie przed upadkiem ze sporej wysokości, nie straszne mu są także żrące substancje czy też niskie temperatury pracy.

Uruchomienie programu mobilnych serwisów to istotny krok na drodze dalszego podnoszenia jakości usług. Obecnie bowiem niezwykle ważna jest, poza sprzedażą, także obsługa posprzedażna. Gdy więc do wspomnianych usług dodamy jeszcze możliwość całodobowego (również w święta) sprowadzania części z magazynu centralnego w Bielsku-Białej, a także stanowiska telematyczne pozwalające zdalnie programować komputery pokładowe i kasety sterujące, diagnostykę komputerową – otrzymamy obraz niezwykle prężnie rozwijającej się i nowoczesnej sieci serwisowej pojazdów Iveco. ■

Tomasz Libich

Zintegrowana ochrona

Trzy certyfikaty ISO wdrożyła jednocześnie w ostatnim czasie spółka Sirio Polska, potwierdzając zarówno wysoką jakość świadczonych usług, jak i równie wysoki poziom zarządzania wszystkimi obszarami swej działalności.

Sirio Polska świadczy usługi w zakresie Oceny i Zarządzania Ryzykiem Przemysłowym – Ochrony Osób i Mienia, Bezpieczeństwa Pożarowego oraz Transportu. Oznacza to, że firma wdrożyła jednocześnie Certyfikat ISO 9001 dotyczący jakości, ISO 14001 dotyczący polityki środowiskowej oraz ISO 18001 z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy.

Do oficjalnego przekazania certyfikatów doszło na Zamku Sułkowskich w Bielsku-Białej pod koniec lutego tego roku. Swoje wyrazy uznania i gratulacje przekazali podczas ceremonii wręczenia certyfikatów przedstawiciele najwyższego kierownictwa spółki Fiat Auto Poland oraz Sektora Bezpieczeństwa Grupy Fiat.

„Miałam przyjemność przewodniczyć zespołowi audytorów, doskonale więc wiem, jak ciężko pracowaliście Państwo, by osiągnąć ten sukces. – mówiła w czasie ceremonii Maria Pater, przedstawicielka spółki certyfikującej RWTÜV. – Na ogół bowiem firmy wdrażają na początek tylko jeden system (najczęściej ten związany z jakością), a dopiero w dalszej perspektywie uzupełniają go o zarządzanie środowiskowe i BHP (w zakresie ochrony i prewencji). Sirio Polska podjęto znacznie trudniejsze wyzwanie i spełniło wymagania wszystkich trzech norm, integrując cały system zarządzania. Na 1400 naszych klientów bardzo niewielu, bo zaledwie 5%, ma certyfikowane wszystkie trzy systemy”. Firma Sirio Polska powstała w 2001 roku – od tego czasu znacznie rozwinęła swoją działalność, szczególnie na terenach zakładów przemysłowych w Bielsku-Białej, Tychach i Skoczowie. W spółce zatrudnionych jest obecnie w sumie 230 osób, we wszystkich trzech oddziałach. Do grona jej klientów należą m.in. Fiat Auto Poland, Fiat-GM Powertrain Polska, Business Solutions, Sistema Poland, DelfoPolska, Avio Polska, Denso

Na zdjęciu po lewej: dyrektor Sirio Polska - Enzo Santoro, Maria Pater ze spółki RWTÜV oraz Mario Liberale - prezes Sirio Polska.

Poniżej od lewej: nowe radiowozy Fiat Panda na wyposażeniu pracowników ochrony, centrala dowodzenia i wóz gaśniczy Iveco Daily 65C1D, przystosowany do gaszenia ognia z bliskiej odległości.

Thermal Sistem, Lear Corporation. „Spółka jest w stanie zaoferować usługi również firmom nie należącym do Grupy Fiat – mówił Mario Liberale, prezes Sirio Polska – i aktualnie 30% naszych przychodów to wynik realizowania usług na rzecz spółek zewnętrznych. Nasze obecne koszty są niższe o 25% od tych, które pamiętamy z początków działalności spółki. Dzięki temu jesteśmy konkurencyjni wobec firm o podobnym profilu, a wysoka jakość usług czyni naszą ofertę atrakcyjną. Efekty te są wynikiem wytężonej pracy wszystkich pracowników spółki".

Stawiając na dalszy rozwój firmy, dyrekcja spółki zainwestowała znaczną część zysków uzyskanych w ciągu ostatnich dwóch lat przede wszystkim w nowe wyposażenie i szkolenia zawodowe swoich pracowników.

„Minione trzy lata działalności Sirio Polska, to czas dużego wysiłku wszystkich pracowników – zapewniał dyrektor Sirio Polska Enzo Santoro podczas uroczystości. – Pracowaliśmy intensywnie, by zapewnić rozwój i konsolidację naszej spółki, która w ciągu ostanich trzech lat zwiększyła swoje obroty i poszerzyła gamę świadczonych usług. Spółka bardzo się zmieniła i ewoluowała. Mimo to, zdajemy sobie sprawę, że jesteśmy dopiero na początku naszej drogi. Dlatego też uzyskanie trzech ważnych certyfikatów ISO nie traktujemy jak celu, ale jak punkt startowy w naszej dalszej drodze". ■

Tomasz Libich

Świat w obiektywie

Konkurs fotograficzny zorganizowany przez naszą redakcję mamy już za sobą. Jego uczestnicy, którym nagrody wręczył dyrektor Zdzisław Arlet, na co dzień zajmują się zupełnie czymś innym. Łączy ich jedno – Fiat i pasja fotografowania.

W konkursie fotograficznym „Fiata Wokół Nas" udział wzięło ponad 150 fotografów-amatorów. Biorąc jednak pod uwagę poziom nadesłanych prac i wyraźnie widoczne doświadczenie ich autorów, określenie amator odnosi się tylko do faktu, że robią coś z zamiłowania.

Przypomnijmy – tematem konkursu były „Moje wakacje, moja rodzina".

Główna nagroda, notebook Fujitsu Siemens FSC Amilo L6825, przypadła w udziale zdobywcy pierwszego miejsca – **Przemysławowi Sanakowi**, na co dzień pracownikowi wydziału montażu Fiata Auto Poland w Tychach.

Drugie miejsce zajęła **Agnieszka Pajor**, córka pracownika Fiata Auto Poland, która otrzymała discman Panasonic SL-CT710.

Przyznano również nagrodę specjalną ufundowaną przez Satiz Poland: cyfrowy aparat fotograficzny Sony DSC-P93 dla **Małgorzaty Czubali** z Gesco.

W gronie wyróżnionych autorów zdjęć znaleźli się: **Paweł Mszyca**, **Dagmara Szczepanik**, **Kazimierz Gurgul**, **Tomasz Radko** i **Janusz Ścierski**.

„Fiat Wokół Nas to czasopismo, które przybliża naszą firmę i naszą działalność rodzinom pracowników. – mówił podczas wręczania nagród dyrektor Zdzisław Arlet. – Wasz udział w konkursie fotograficznym jest dowodem, że to się udaje. Dlatego bardzo się cieszę, że konkurs ten istnieje. Ja sam też robię zdjęcia, ale dziś o jakość fotografii właściwie nie trzeba się martwić. Aparat robi za człowieka praktycznie wszystko, trzeba tylko odpowiednio nakierować obiektyw. Skończyły się czasy ciemni i długiego wywoływania, podczas którego zdjęcia można było zepsuć równie łatwo, jak podczas fotografowania. Ale czasem, patrząc przez obiektyw widzi się co innego, niż później na zdjęciu. Dlatego tak ważne są pomysł, doświadczenie i fotograficzny instynkt. Wam ich nie brakuje".

Jerzy Piekarczyk, redaktor naczelny Fiata Wokół Nas i przewodniczący jury:

„W poprzedniej edycji naszego konkursu fotograficznego udział wzięło 80 uczestników, tym razem ponad 150. Mamy nadzieję, że za trzecim razem będzie ich jeszcze więcej. Co warte odnotowania, obecnie fotografia bardzo mocno się spopularyzowała i właściwie każdy, kto ma trochę oszczędności, może kupić sobie porządny aparat. Reszta, czyli wykonanie ciekawego i niekonwencjonalnego zdjęcia zależy już tylko od pomysłu, refleksu i pewnej wrażliwości w postrzeganiu tego, co nas otacza. Kiedy z technicznego punktu widzenia wykonanie dobrego zdjęcia nie jest już problemem, fotoamatorzy zaczynają stanowić konkurencję dla profesjonalistów. Dlatego apeluję do Was o rozwijanie tych umiejętności, których dowodem są prace nadesłane na konkurs."

Dyrektor Arlet wręcza nagrodę Przemysławowi Sanakowi za zajęcie I miejsca

Andrzej Piętka, dyrektor personalny FAP:
„Jestem żywotnie zainteresowany taką formą promocji komunikacji między pracownikami a firmą, jak konkurs fotograficzny Fiata Wokół Nas. Jeżeli ktoś odpowiada na takie akcje, to znaczy, że warto je organizować. Dlatego też Fiat Auto Poland z pewnością będzie patronował temu konkursowi, który ma już przecież swoją historię. I ja robię czasem zdjęcia, ale zupełnie amatorsko – mam aparat „automatyczny" i na szczęście nie muszę niczego ustawiać. Ale jest kilka zdjęć, głównie rodzinnych, z okresu dorastania moich dzieci, zdjęć, z których jestem dumny, bo mi naprawdę dobrze wyszły".

Uczestnicy konkursu wywodzą się z różnych spółek biznesowo związanych z Fiatem Auto Poland.

Przemysław Sanak, I miejsce
„Fotografuję od pięciu lat. Namówiła mnie do tego moja małżonka, która pracuje w studiu fotograficznym i po jakimś czasie po prostu „złapałem bakcyla". Nakłoniła mnie również do wzięcia udziału w konkursie - jest dla mnie najważniejszym krytykiem.
Nagroda bardzo się przyda – w najbliższym czasie kupię aparat cyfrowy i w połączeniu z notebookiem będzie to całkiem niezła baza dla mojego fotografowania.
Najważniejsze jest dla mnie uchwycenie w dobrym momencie nawet zwykłej, codziennej sytuacji, bo to moim zdaniem może być naprawdę ciekawe."

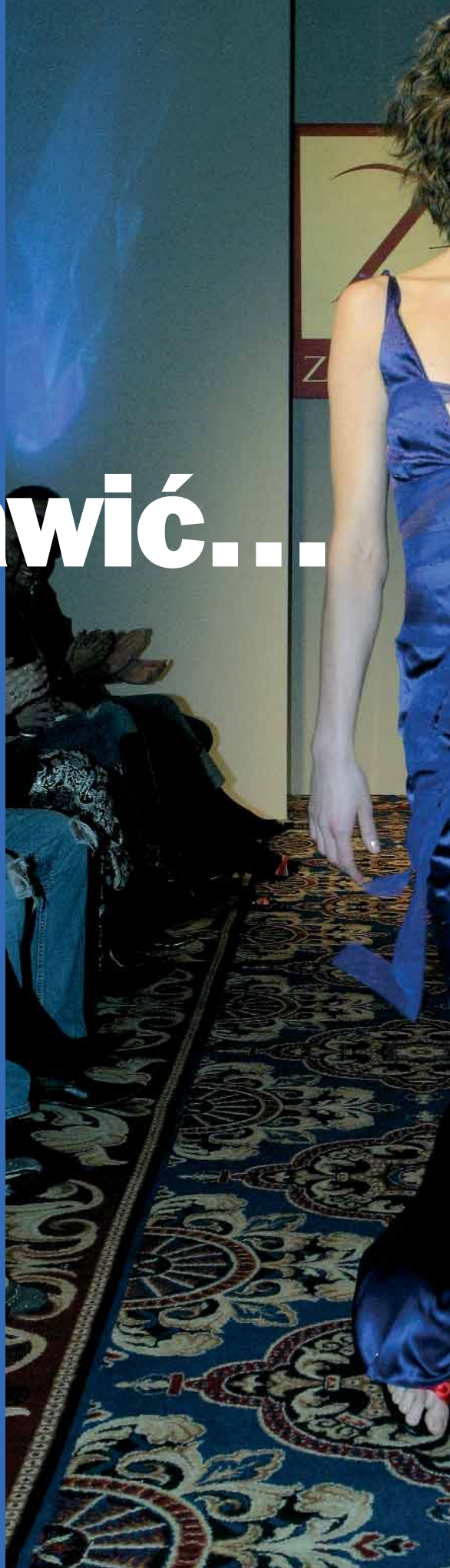
Agnieszka Pajor, II miejsce
„Drugi raz brałam udział w tym konkursie i drugi raz zdobyłam nagrodę. Fotografuję od czterech lat, chociaż zaczęło się wszystko już w szkole. Byłam wtedy na wakacjach, dostałam aparat i zaczęłam fotografować to, co widziałam. Później były to piękne krajobrazy i miejsca, które odwiedzałam w podróży – jak na przykład Chorwacja.
Robię zdjęcia do szuflady, ale zwracam uwagę na to, co należy poprawiać, co kontynuować, i dlatego fotografowanie sprawia mi największą przyjemność. Na początku dużo zdjęć mi nie wychodziło, ale to właśnie na nich najwięcej się nauczyłam.
Interesuje mnie przede wszystkim fotografia reporterska i ludzie, a przecież ich najtrudniej zachęcić, żeby dali się sfotografować i byli zupełnie swobodni przed obiektywem".

Małgorzata Czubala, nagroda specjalna
„Wykonane przez nas zdjęcie jest zupełnie przypadkowe. Byliśmy wraz z moim chłopakiem Przemkiem w szybowcu, był to nasz pierwszy wspólny lot – piękna pogoda i wyraźnie widoczne zadowolenie na twarzach. Fotografia wykonana została „z ręki", pożyczonym aparatem. Przemek, który pracuje w Avio Polska, już parę lat lata na szybowcu. Dzięki niemu miałam okazję się przekonać, że świat z góry wygląda zupełnie inaczej i chyba trochę lepiej, niż z dołu. Fajnie jest dzielić takie wrażenia z drugą osobą".

Anna Lubertowicz-Sztorc

Najpierw trzeba zaciekawić...

O modzie, stylu, najnowszej kolekcji, odwadze, forsie i samochodach rozmawiamy z projektantem Maciejem Zieniem.



Co jest najbardziej istotne przy tworzeniu sztuki – bo moda to przecież sztuka – talent czy solidne rzemiosło?

Tworzenie i pokaz kolekcji – przeważnie dwa razy do roku – to wielkie święto dla projektanta. W takich momentach to ja wyznaczam trendy, ja pokazuję to, co mi się podoba, ja decyduję. Mogę się wyżyć artystycznie, zaszaleć, nie mam zahamowań i ograniczeń. Mogę tworzyć stroje, które prowokują i skłaniają do myślenia. Bardzo ważne jest, aby kreacja, którą tworzę, zaciekawiła i zachwyciła. Jeżeli jednej osobie spodobają się dwa, trzy stroje z kolekcji, to znaczy, że jest ona udana. I to jest sukces, a ja czuję się spełniony jako projektant.

Co daje projektantowi największą satysfakcję po pokazie?

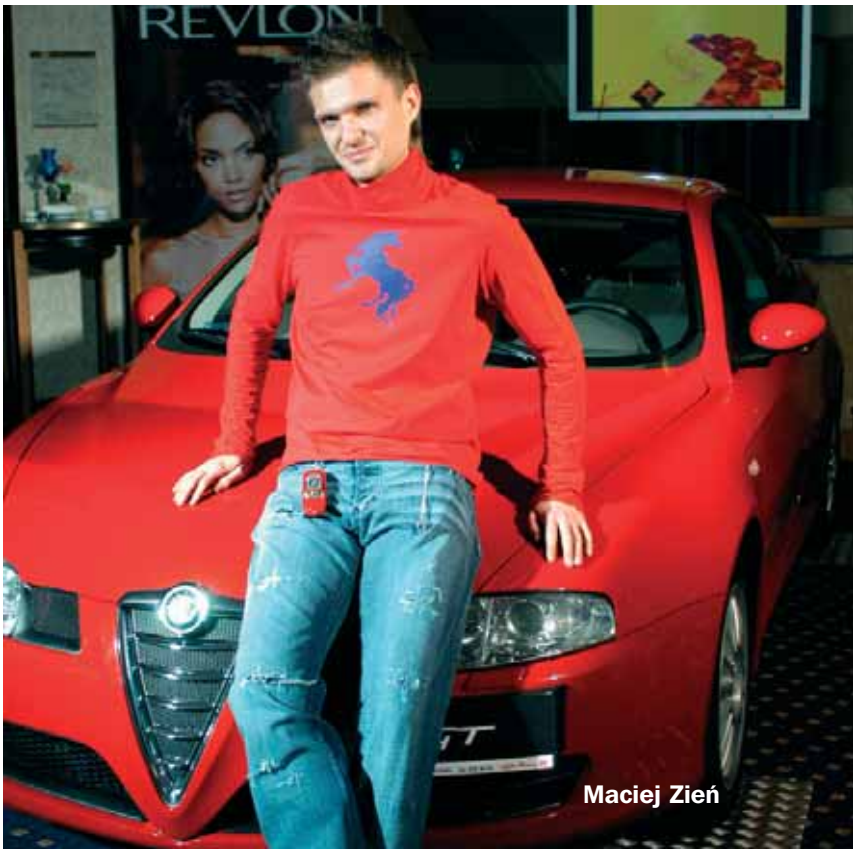
Wyjazd do ciepłych krajów… (śmiech).

Czyli kasa?

To również. Ale pieniądze są przede wszystkim potrzebne po to, aby się rozwijać i tworzyć. Stąd wynika chęć ich posiadania. Na szczęście mam zawarte umowy i kontrakty z firmami, które wspierają mnie w moich działaniach, np. poprzedni pokaz sponsorowała Alfa Romeo.

Przejdźmy do spraw mniej przyziemnych. Zadowolenie klientek się nie liczy?

Wszystko jest ważne. Na pewno istotna jest akceptacja środowiska, które jest bardzo wymagające. Liczy się także odbiór publiczności i to, aby kolekcja spodobała się klientkom. Dlatego staram się, by moje stroje były bardzo kobiece, uwydatniały piersi, podkreślały wcięcie w talii.



Maciej Zień

Środowisko, świat mody – brzmi groźnie. Czy to tylko zawiść, zazdrość, układy...

W każdej opinii o tym środowisku jest ziarnko prawdy, ale myślę, że ci którzy przejawiają chęć dokonania czegoś w modzie i mają talent, zostaną zauważeni i docenieni. Najpierw trzeba czymś zaciekawić takie środowisko, a potem walczyć o pozycję na rynku.

Co jest najtrudniejsze w przygotowaniu kolekcji?

Ogarnięcie wszystkich jej elementów i zrobienie z niej jednej spójnej całości, tak aby to, co powstało, było trendy i dobrze się sprzedawało.

Najbliższe plany zawodowe... Jaka będzie najnowsza kolekcja?

Punktem wyjścia jest forma kwiatu, ale potraktowałem ją trochę inaczej: bardziej przestrzennie, bardziej konstrukcyjnie. Stroje są uszyte w większości z tkanin delikatnych: muślinów, jedwabi, koronek. Na pewno kreacje będą błyszczeć, bo ja uwielbiam jak rzeczy mienią się i skrzą. Reasumując, nowa kolekcja jest delikatna, stonowana, ale ma mocne akcenty kolorystyczne. Np. kolor soczystej zieleni. Ta barwa staje się charakterystyczna dla rzeczy przeze mnie projektowanych. Natomiast przeważać będą beże, biel i oczywiście czerń. Z najnowszą kolekcją będę jeździł po Polsce. Pokazy odbędą się w Warszawie, Krakowie i Wrocławiu.

Pana klientki, kobiety znane i lubiane, błyszczą – dosłownie i w przenośni. Czy przy zamawianiu kreacji mają jakieś wymagania, udzielają wskazówek? Idzie pan na kompromisy?

Panie raczej oczekują moich sugestii – inaczej poszłyby do krawca, a za suknie zapłaciłyby znacznie taniej. Do mnie przychodzą po poradę. Ja projektuję, moje doskonałe krawcowe potem to wykonują. Radość

i satysfakcja – moja i klientki, polega na tym, że sukienka szyta jest na miarę, specjalnie zaprojektowana i dostosowana do danej osoby. Kobieta musi dać mi wolność w tworzeniu kreacji, choć ja bardzo uważnie słucham sugestii, wszystko notuję, zbieram pewne wytyczne, a potem to przetwarzam na swój sposób i tak powstaje projekt.

Dobrze ubrana kobieta musi mieć doskonale dobrane dodatki. Czy myśli Pan również o projektowaniu tych „drobiazgów"?

Torebki, buty to bardzo istotne rzeczy. 80 procent dochodów wielkich firm odzieżowych pochodzi ze sprzedaży dodatków. Ja muszę jednak trochę zaczekać i popracować nad wyrobieniem sobie bardzo mocnej marki. Dopiero wtedy pomyślę o torebkach, paskach, biżuterii, a nawet perfumach. Na razie jest na to za wcześnie.

Kiedy mówi się, że ktoś jest w dobrym (lub złym) stylu?

Styl to jest właśnie to, czego nie można kupić. Albo ma się dobry gust – i takiej osobie jest na pewno łatwiej: wystarczy kilka prostych rzeczy i wygląda dobrze – albo wydajemy sporo forsy na stylowe kreacje i zepsujemy to złymi dodatkami, biżuterią, fryzurą. Ale styl można sobie wypracować. Wystarczy spojrzeć na Nicole Kidman – kilkanaście lat temu wyglądała fatalnie w tych swoich za dużych marynarkach, a teraz jest ikoną mody.

W jakiej dziedzinie życia trendy mody są najbardziej widoczne...

We wnętrzach. Projektanci zmierzają do tego, by dom czy mieszkanie było rzeczą sezonową. Starają się uświadomić ludziom, że teraz nie kupuje się już mebli, sprzętów dywanów raz na całe życie lub przekazuje z pokolenia na pokolenie. Modne kolory, tkaniny i detale obecnie bardzo szybko pojawiają się we wnętrzach.

A moda samochodowa – czy istnieje takie pojęcie?

O tak. Jest kilka firm samochodowych bardzo mocno związanych z modą. Znani projektanci, tacy jak Kenzo, Armani czy Dolce&Gabana np. projektują tapicerki, tworzą limitowane serie danych modeli, Alfa Romeo w Mediolanie sponsoruje weekend mody. Samochód jest rzeczą bardzo osobistą.

Maciej Zień

Ma dopiero 25 lat, a marka, którą stworzył, już uznawana jest za jedną z najbardziej prestiżowych w Polsce i zauważana za granicą. Jego nazwisko kojarzy się z luksusem, elegancją i perfekcyjnym wykonaniem. Do stałych klientek należą Grażyna Torbicka, Maryla Rodowicz, Edyta Górniak, Justyna Steczkowska oraz brytyjska modelka Jodie Kidd.

Jego wnętrze nie może być nijakie, nudne. Teraz klient wymaga czegoś więcej – oczekuje, że kokpit auta, tak jak mieszkanie, będzie odpowiadało jego upodobaniom.

Użytkownik pojazdu powinien mieć możliwość urządzenia wnętrza samochodu, a nie korzystania ze standardowych rozwiązań. Jeździłem Alfą Romeo 156 i bardzo lubiłem ten samochód. To była super zabawka, bardzo dobrze się w niej czułem, odpowiadał mi design. Alfa jest stworzona dla ludzi, którzy są związani z modą.

Co Pana denerwuje najbardziej jeżeli chodzi o estetykę otoczenia?

Nijakość. Brzydota może być inspirująca, natomiast nijakość jest dla mnie jedną z najgorszych cech.

Czy w modzie można wymyślić coś nowego, czy nieunikniona jest powtarzalność?

Moda istnieje od wieków i myślę, że najpiękniejsze fasony i najpiękniejsze linie zostały już wymyślone. Teraz sztuka polega na tym, kto fajniej, bardziej spójnie, w oparciu o dotychczasowe dokonania w modzie, stworzy własną kolekcję. Jeżeli ja kocham koronki, to nie odrzucę ich tylko dlatego, że już ktoś je wykorzystywał w modzie. Powinniśmy mieć w sobie taki dziecinny zachwyt nad modą i czerpać z niej to, co nam się podoba.

Czyli nie wyważać otwartych drzwi...

Nawet jeżeli jakiś stylista tworzy modę mocno inspirowaną twórczością wielkiego projektanta, to i tak będzie w tym nowa jakość, dusza twórcy.

Pańscy idole w świecie mody?

Mistrzowie zmieniają się tak naprawdę z sezonu na sezon. Projektant jest artystą, jest nierówny, ma lepsze i gorsze sezony. Najbardziej konsekwentnym człowiekiem w świecie mody jest dla mnie Karl Lagerfeld. Ja bardziej zwracam uwagę na konkretne kolekcje: jedne są wspaniałe, innych nie akceptuję. ■

Emanuela Chiappero, współ. M. Malich

Uzależnieni od komórki

Na świecie jest już ponad miliard telefonów komórkowych, a ich liczba w dalszym ciągu rośnie w oszałamiającym tempie. Ten mały aparat kochany i nienawidzony jednocześnie, zmienił ludzkie nawyki i zachowania, czego wyrazem jest na przykład SMS-owa etykieta, czy kompletny obłęd na punkcie dzwonków.

Każdego dnia prawie 14 milionów Polaków budzi się, pije kawę, myje zęby i włącza telefon komórkowy. Oznacza to, że posiadaniem tego coraz bardziej popularnego urządzenia szczyci się około 36% polskiego społeczeństwa. W innych krajach rozmiary tego zjawiska są znacznie większe (np. w większości krajów Europy Zachodniej ponad 80% osób posiada telefony komórkowe; daleko nam także do Węgrów – 50% i Czechów – 70%).

W ostatnich latach obserwuje się wzrost liczby sprzedanych telefonów. Szacuje się, że na całym świecie z dobrodziejstw telefonii korzysta ponad miliard osób, a ich liczba rośnie z dnia na dzień. Obecnie najszybciej telefonów przybywa w krajach rozwijających się, zwłaszcza w Indiach i Chinach. Już w połowie 2004 roku w Chinach z komórek korzystało 310 milionów ludzi, czyli jedna czwarta Chińczyków, a to więcej niż liczba ludności w USA. Niezwykle szybki rozwój telefonii odnotowuje się także w Rosji, gdzie liczba użytkowników w ciągu roku zwiększyła się z 36 mln do 60 mln.

W Polsce odsetek ludzi korzystających z usług telefonii komórkowej nie jest tak wysoki jak w innych krajach. Na pewno wpływa na to sytuacja materialna społeczeństwa. Dla wielu Polaków sporym obciążeniem jest bowiem nie tyle kupno aparatu o przeciętnym standardzie. Skutecznie zniechęca nabywców cena usług w porównaniu z operatorami stacjonarnymi. Z drugiej strony trzeba zwrócić uwagę, że pod koniec lat 90. liczba użytkowników aparatów komórkowych nie przekraczała nawet 2 mln osób. Biorąc zatem pod uwagę obecną, blisko 14 mln liczbę użytkowników, wzrost ten jest bardzo duży.

Jedno jest pewne – jesteśmy uzależnieni od komórek. Po części jest to zasługą marketingowych trików. Jak bowiem oprzeć się pokusie otrzymania przy kupnie supertelefonu drugiego aparatu za darmo, albo nie skorzystania z możliwości darmowych rozmów wieczorami, nagród za zbieranie punktów, zniżek za rozmowy z wybranymi osobami, itd. A przecież wszystkie te oferty niosą ze sobą jedno krótkie przesłanie: dzwońcie! Niektórzy ludzie traktują to nazbyt poważnie i popadają w chorobliwe uzależnienie. Pisze o tym jedna z internautek: „Telefon był ze mną wszędzie, na uczelni, w kinie, na zakupach. Kładąc się spać, musiałam czuć jego obecność, by w każdej chwili zareagować na naj-

LaPresse / Profimedia

bardziej nawet cichy sygnał z jego strony. Dźwięk nadchodzącej wiadomości przyprawiał mnie o przypływ ekscytacji, dając poczucie, że jest ktoś, kto przeznacza swoje 160 znaków specjalnie dla mnie. Obojętność mojego telefonu wprowadzała mnie w stan przygnębienia".

Obecnie, jak zauważają psychologowie, znacznie wydłużyła się lista współczesnych nałogów. Do alkoholu, papierosów i narkotyków dołączyły, uzależnienia od Internetu czy telefonu komórkowego. W każdym przypadku mechanizm nałogu jest taki sam i tak samo trudno go przerwać. Dlaczego zachorowaliśmy na manię komórki? Jest to uzależnienie objawiające się potrzebą ciągłego z niej korzystania. Aparat komórkowy stwarza iluzoryczną możliwość kontrolowania wydarzeń, uczuć i osób. Niektórzy próbują czasami obchodzić się bez niego, ale najczęściej nie jest to świadoma decyzja, ale skutek zapomnienia go w taksówce czy barze. W Polsce prawdziwą plagą stały się ponadto kradzieże komórek.

Dla większości osób utrata aparatu jest bodźcem do kupienia następnego, inni nie potrafią pogodzić się ze zgubą. Nie jest to jedyny objaw komórkowego uzależnienia. Innym jest coraz większa moda na personalizację aparatu. Chodzi tu przede wszystkim o muzykę – tradycyjny dzwonek ustępuje pola polifonicznym melodyjkom, najbliższym preferencjom muzycznym właściciela. Wybór motywu jest przemyślany, zwłaszcza przez młodszych użytkowników, bo przecież jest formą prezentacji najbardziej idealnego obrazu osobowości. To coś w rodzaju znaku rozpoznawczego, wyróżniającego właściciela z tłumu.

LaPresse / Dpa

Rosnący rynek

Jednym z objawów komórkowego nałogu jest skłonność do częstej wymiany modeli, dzięki której w samym tylko 2004 r. sprzedano na całym świecie ok. 630 milionów aparatów. Ten nienasycony popyt ma też dobre strony – przede wszystkim zapewnił miejsca pracy blisko czterem milionom osób na świecie.

«Mamusiu, to ja»

Gumowe etui dla ochrony przed wstrząsami, jaskrawa kolorystyka, sympatyczny wygląd, smycz na szyję i…. technologia GSM. Właśnie taka jest pierwsza komórka dla dzieci w wieku od 4 do 8 lat, sprzedawana w Wielkiej Brytanii – również za pośrednictwem Internetu – za około 100 euro. Problemów z obsługą dziecięcego aparaciku nie będą mieli nawet najmłodsi rozmówcy, gdyż klawiatura składa się tylko z trzech przycisków: jednego do wybierania pięciu zapisanych w pamięci numerów, drugiego do wykonywania i odbierania połączeń, a trzeciego do włączania i wyłączania telefonu. Dodatkowo zainstalowano urządzenie umożliwiające namierzenie aparatu (a przy okazji jego małoletniego posiadacza) na terenie całego Zjednoczonego Królestwa. Obecnie jest to jedyny wyrób przeznaczony specjalnie na „dziecięcy" rynek, a wielcy producenci nie noszą się z zamiarem przysparzania mu konkurencji.

Statystyka na łączach

Do telefonu komórkowego bardziej przywiązani są panowie. Według badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych w roku 2003 spędzili z nim średnio 650 minut miesięcznie, podczas gdy panie ograniczyły się do „zaledwie" 450 minut. 34% wszystkich połączeń wykonywanych przez mężczyzn ma charakter służbowy, za to kobiety dzwonią najczęściej do przyjaciół i krewnych.

Dzięki komórce można za darmo połączyć się z różnego rodzaju numerami alarmowymi – a to powinno skłonić przeciwników komórek do refleksji. Dlatego choć z jednej strony jest prawdą, że komórka służy przede wszystkim rozrywce, to z drugiej trudno nie doceniać jej przydatności w sytuacjach, kiedy szybka komunikacja może decydować o życiu lub zdrowiu.

Corbis Images

LaPresse / Impulsive

Film na komórce

Telefon komórkowy, wymyślony do transmisji głosu i użytku głównie w celach zawodowych, jest dziś jednym z najważniejszych narzędzi multimedialnej komunikacji i rozrywki. Sukcesy komórki w tych obszarach zainicjowało upowszechnienie się technologii WAP i GPRS, a bezprecedensowy triumf przyniesie zainaugurowanie sieci „trzeciej generacji", czyli UMTS. Już teraz niektóre modele oferują nawigację po Internecie, wysyłanie i odbieranie poczty elektronicznej, dostęp do gier, robienie (i przesyłanie) zdjęć, a za granicą także słuchanie radia, oglądanie filmów i płatnych programów telewizyjnych. Znajdujemy się w przededniu pełnej integracji pozornie niekompatybilnych środków komunikacji – telefonu, komputera, radia i telewizji. Jeszcze kilka lat temu była to wizja kreowana jedynie przez futurologów i mediomaniaków. To prawdziwa rewolucja. W nowej erze „wideotelefonów komórkowych" tradycyjny radiotelefon z lat 80., z czarną walizką w bagażniku, wysoką anteną na dachu i słuchawką dumnie eksponowaną na desce rozdzielczej jest dziś, delikatnie mówiąc, przeżytkiem nadającym się jedynie do lamusa.

Niektórzy wolą, gdy milczy

Maniakalne przywiązanie do komórki i pewien rodzaj zniewolenia wynikającego z możliwości kontaktu ze światem zewnętrznym w każdym miejscu i o każdym czasie, skutecznie eliminują jakże ludzką potrzebę choćby chwilowej samotności.

Być zawsze uchwytnym to czasami konieczność, ale ta pełna dowolność komunikowania się zawsze i wszędzie ma też i swoje złe strony. 30% Amerykanów (według badań przeprowadzonych przez Massachusettes Institute of Technology) nie ma żadnych wątpliwości: komórka to najbardziej nienawidzony wynalazek współczesności, gorszy nawet od telewizora czy budzika.

Oszczędności w Sieci

Chociaż operatorzy telefonii komórkowej prześcigają się w ofertach umów i taryf (tworzących prawdziwą dżunglę, w której czasami trudno się odnaleźć), to jednak trudno im sprostać konkurencji ze strony Internetu. Już dziś klientów kuszą dziesiątki witryn proponujących usługi telekomunikacyjne po cenach korzystniejszych niż rynkowe. Osiągnięcie tak niskiego pułapu cenowego jest możliwe dzięki coraz popularniejszej w Polsce technologii „Voice Over Ip", w skrócie „VOIp", która umożliwia łączenie się z dowolnym aparatem telefonicznym – stacjonarnym i komórkowym za pośrednictwem komputera (wyposażonego w słuchawki i mikrofon). Taka rozmowa kosztuje grosze, zarówno w przypadku połączenia do sieci stacjonarnych krajowych i zagranicznych, jak i komórkowych (w wybranych porach dnia). Dzięki Internetowi można także zaoszczędzić na przesyłaniu wiadomości. Niektóre strony oferują pakiety SMS-ów po zniżkowych cenach lub za darmo, do wysyłania na komórki bezpośrednio z własnego komputera (przykładowo polscy operatorzy oferują 10-12 darmowych SMS-ów dziennie w obrębie swojej sieci).

LaPresse / Isopress

Kilka ciepłych słów

W dzisiejszych czasach mało się mówi, w ogóle nie pisze, a myśli tylko wtedy, gdy jest to konieczne…. Pustkę w eterze wypełniają za to SMS-y i przesyłane za ich pomocą slogany, żarty, wyrażenia gwarowe i symbole. Komunikacja tą nową metodą jest szybka i esencjonalna. Wynaleziona przez tak zwaną generację komputerową, szybko przyjęła się we wszystkich przedziałach wiekowych, również wśród osób grubo po 50-tce, dla których odkrycie SMS-ów było wydarzeniem porównywalnym do kupienia pierwszych dżinsów, bo dzięki niemu znów mogli poczuć się młodzi. Dziś ojcowie SMS-ują do swych dzieci, babcie do wnuków, a tych, którzy tego nie robią, uważa się za staroświeckich. Dziś nietrudno zauważyć pochylonych nad komórką pracowników naukowych, zapamiętale wstukujących kolejne literki. Nadopiekuńcze mamusie zasypują swoje pociechy SMS-ami, gdyż są one „mniej nachalne niż telefonowanie". SMS zastąpił też przebite strzałą serce z podpisem „Maria kocha Łukasza" i okazał się bardzo przydatny przy deklarowaniu uczuć: on może rozpocząć związek dwojga ludzi i on może go również zakończyć, a przez swą zwięzłość uwalnia użytkownika od konieczności składania zbyt wielu wyjaśnień.

Poza tym SMS-y umożliwiają uzyskiwanie najróżniejszych informacji. Za ich pośrednictwem można zapytać o numery wylosowane w Lotto, otrzymać wyniki meczów, horoskop, prognozę pogody, program telewizyjny lub rozkład jazdy pociągów. Można też uczestniczyć w różnego rodzaju konkursach albo oddawać głosy na Miss Polonia, Idola, czy też nominować swoich faworytów do Telekamer lub tytułu Sportowca Roku. Za pomocą SMS-a można zrobić wszystko - no, może prawie wszystko.

Wiara w komórce

„Papież nie żyje" – informowano się SMS-ami. „Zapal świeczkę w swoim oknie w intencji Papieża i prześlij ten SMS dalej, to światełko powinno świecić w każdym domu". Telefony komórkowe przyczyniły się do spontanicznego zachowania Polaków jeszcze kilkakrotnie.

W następnych dniach w całej Polsce odbyły się bowiem marsze, w których uczestniczyły tysiące młodych ludzi. Informacji o nich nie było w żadnych mass-mediach. Kto pierwszy rzucił hasło do tych spotkań, nie wiadomo, ale jest pewne, że wiadomości rozsyłane były SMS-ami.

W dniu pogrzebu Papieża, nie do przecenienia była rola telefonów komórkowych. Późnym wieczorem, we wszystkich oknach w całej Polsce zrobiło się ciemno. Informacja o akcji „Zgaśmy światła o 21.37 na znak pamięci o Ojcu Świętym" przekazywana była właśnie za pośrednictwem SMS-ów lub internetu. Później nagłośniły ją wszystkie programy informacyjne. Ale faktem jest, że to SMS-y stały się w tym czasie medium jednoczącym Polaków.

We Włoszech posiadacze telefonów komórkowych otrzymali od Obrony Cywilnej SMS-y z informacjami o pogrzebie Papieża. Służby ostrzegały wiernych przed problemami, jakie mogą napotkać w Watykanie. Miliardy SMS-ów, MMS-ów i e-maili obiegły w tym czasie cały świat nawołując do oddania hołdu Ojcu Świętemu. Najnowocześniejsze zdobycze techniki służące społecznej komunikacji stały się w tamte dni siłą jednoczącą niczym wiara.

Ile to wszystko kosztuje?

Nadanie indywidualnego charakteru oprawie telefonu komórkowego poprzez wybór swej ulubionej melodii albo zmianę logo, czyli znaczka ukazującego się na wyświetlaczu po włączeniu aparatu, może naprawdę drogo kosztować. Za tą modą, rozpowszechnioną zwłaszcza wśród najmłodszych użytkowników, kryją się bowiem liczne podstępy i pułapki, często niewłaściwie interpretowane lub po prostu lekceważone, oczywiście do momentu odebrania porażająco wysokiego rachunku. Ostrzeżenia publikowane przez różne stowarzyszenia obrony praw konsumentów wyjaśniają mechanizm działania tego niewidocznego biznesu i doradzają, jak unikać wysokich opłat za usługi telefoniczne, z których korzysta się pod wpływem impulsu.

Jeszcze kilka lat temu logo i dzwonki można było zmieniać bez dodatkowych opłat, wystarczyło być klientem tego, czy innego operatora komórkowego. Ponieważ coraz głośniej zaczęło się mówić o opłatach z tytułu praw autorskich, zatem usługa ta stała się płatna. Problem polega jednak na tym, że informacja o kosztach jest niejednoznaczna (czasami wręcz jej nie ma) i dzieciaki interpretują ją na swoją – albo raczej rodziców – niekorzyść.

Najczęściej stosowany mechanizm zmiany logo i dzwonka polega na połączeniu się ze stroną internetową oferującą tego typu usługi, wybraniu z archiwum odpowiedniego motywu muzycznego lub obrazkowego i ściągnięciu na własny pecet tzw. dialera, czyli programu umożliwiającego transmisję danych z Sieci na telefon komórkowy. W większości przypadków klienta informuje się, że oprogramowanie jest bezpłatne, ale nie dodaje się, że gdy tylko zostanie ono zainstalowane, zacznie łączyć się z płatnym numerem telefonicznym, i że minuta takiego połączenia to duży wydatek. Kto nie poświęci czasu na uważną lekturę instrukcji podanych na stronie WWW, często zapisanych małymi literkami i ukrytych na samym dole ekranu, ryzykuje otrzymaniem stratosferycznego rachunku telefonicznego. Jedyną metodą obrony przed tym trikiem jest odpowiednie zablokowanie określonych połączeń wychodzących z telefonu.

Innym systemem opracowanym specjalnie po to, by wyciągać pieniądze z kieszeni klientów, jest wysyłanie SMS-ów o treści „Ktoś potajemnie Cię kocha", „Ktoś chce Ci przekazać pilną informację", „Ktoś, kogo znasz, jest Tobą zainteresowany" i tym podobne. Później podawany jest numer telefonu, z którym połączenie przez sieć stacjonarną oznacza niebotyczne koszty. Warto więc zwrócić baczną uwagę na wszystkie punkty regulaminu podczas korzystania z najatrakcyjniejszych nawet promocji i „prezentów" oferowanych nam przez komórki.

John Foxx Images

Rozmowy przy kawie

Joanna Polak

Firma Nokia zaprezentowała właśnie jeden ze swoich nowych telefonów. **Nokia 6680** jak zwykle zaskakuje nas nowoczesnym osiągnięciami. Dwa aparaty fotograficzne działają w dwóch różnych rozdzielczościach – 640 x 480 pikseli i 1280 x 960 pikseli. Aparaty wyposażono w lampę błyskową. Telefon umożliwia prowadzenie dwukierunkowej konferencji video i przesyłanie plików video. Przy pomocy telefonu możemy połączyć się z Internetem – korzystać z przeglądarki HTML, odbierać pocztę (wraz z załącznikami w różnych formatach). Funkcja Nokia Xpress Print sprawia, że drukowanie zdjęć i wiadomości wysokiej jakości jest dziecinnie proste. Wystarczy podłączyć odpowiedni kabel do najbliższej drukarki!

Pentax to jeden z liderów produkcji sprzętu fotograficznego. Niedawno firma ta przedstawiła nowy aparat, który wychodzi naprzeciw rosnącym wymaganiom klientów. Jest malutki, ma jedynie 22 mm grubości. **OptioWp** jest wodoodporny, można go używać do głębokości 1,5 m, a także myć i czyścić za pomocą wody. Interesujący design to połączenie sportowego ducha i elegancji. Jest łatwy w obsłudze, już w 0,6 sekundy po włączeniu jest gotowy do pracy. Dzięki nowoczesnej technice, można fotografować ruchome cele. Producenci polecają OptioWp zarówno rodzinom, jak i miłośnikom sportów ekstremalnych.

Firma **Siemens** rozpoczęła kampanię, której celem jest przekonanie Polaków do używania po praniu suszarek. W innych krajach Europy to urządzenie dość powszechne, może zadomowi się także u nas? **IQ Siwa Therm** nie zajmuje dużej powierzchni, można ją umieścić na przykład na pralce. Podczas zimy, kiedy są kłopoty ze znalezieniem miejsca na rozwieszenie prania, Siwa Therm wydaje się idealnym rozwiązaniem. Pranie suszone jest za pomocą zimnego powietrza, na kilku programach, w zależności od stopnia delikatności tkanin. Koszt eksploatacji jest niewielki, producenci liczą go na ok. 1 zł za jeden cykl suszenia. Ubrania nie mają szans, żeby ulec sfilcowaniu, suszarka chroni nawet najbardziej delikatne materiały.

Firma Casio zaprezentowała nowe, kompaktowe urządzenie składające się z wizualizera, skanera i aparatu cyfrowego. Y-400 waży jedynie 1,6 kg, jest to sprzęt prawdziwie przenośny. Urządzanie prezentacji za pomocą Y-400 jest znacznie łatwiejsze, niezależnie od warunków i miejsca. Sercem zestawu jest aparat cyfrowy

Ekspresy ciśnieniowe stają się coraz bardziej powszechne. Miłośników dobrej, mocnej kawy ucieszy wiadomość, że firma **Philips** proponuje swoim klientom ekspres **Senseo**. Urządzenie nieduże, w sam raz do domowej kuchni. W mniej niż minutę, Senseo przygotuje dwie filiżanki skondensowanego smaku. Design proponowany przez projektantów Philipsa podąża za modą na nowoczesność i funkcjonalność. Firma nie zapomina również o pielęgnacji ciała. Nowa seria golarek **Philishave** to prawdziwy przyjaciel nowoczesnego mężczyzny. Dzięki wodoszczelnemu urządzeniu, od dziś można się golić nawet pod prysznicem. Golarka jest wyposażona w dozownik żelu łagodząco-nawilżającego, który można z czasem uzupełniać. Pierścienie Glide Rings dbają o równomierne rozłożenie żelu na skórze. Funkcja 3 D umożliwia idealne dopasowanie się do kształtu twarzy, co pozwala na usunięcie nawet najkrótszych włosów. Philisave posiada duży, kolorowy wyświetlacz, który pokazuje stan naładowania akumulatora, a także przypomina o uzupełnieniu żelu. Czyszczenie tej maszynki jest bajecznie proste, można po prostu spłukać głowicę bez jej otwierania. Pomyślano nawet o blokadzie w czasie podróży, co zapobiega rozładowaniu baterii.

Monitor **Nec Mulitsync LCD 2070 Nx** stworzono z myślą o profesjonalnych biurach. Zadbano o estetykę (monitor dostał nawet nagrodę If Product Design), ale również o funkcjonalność, czyniąc bezpośredni kontakt z klientem łatwiejszym. Po lewej stronie ekranu umieszczono wejście USB z czterema portami, a w podstawce wygospodarowano miejsce na schowanie kabli. Jakość obrazu jest rewelacyjna. Monitor nadaje się zwłaszcza do prezentacji grafiki, zdjęć i obrazów video. Zapewniono lepszą gradację kolorów i wzrost kontrastu. Monitor można ustawiać w różnych stopniach nachylenia. W celu prezentacji możliwe jest zdjęcie go z podstawki i umieszczenie, na przykład, na ścianie. Rozdzielczość Nec-a to 1600 na 1200 pikseli.

o rozdzielczości 4,23 mln pikseli. Praca odbywa się w 4 podstawowych trybach: kamery tablicowej, kamery dokumentowej, skanera i rzutnika. Aparat można łatwo odczepić od głównego modułu i wykorzystywać go jako zupełnie osobne urządzenie, a po ponownym podłączeniu korzystać ze zrobionych zdjęć.

Polowanie na plamy

Ile razy zdarzyło się, że drobna plamka doprowadziła do prawdziwej katastrofy? Czasami wystarczy cienka kreska z długopisu, by zniszczyć golf lub inny element odzieży. Nie należy jednak od razu dawać za wygraną, bo na każdą skazę, nawet tę pozornie nieusuwalną, zawsze znajdzie się jakiś sposób.

Z niektórymi rodzajami zabrudzeń radzą sobie tradycyjne techniki wywabiania plam, z innymi – detergenty, oferowane w wersjach do prania ręcznego i automatycznego. Ważne jest, by działać od razu, ponieważ niektóre plamy w miarę schnięcia zmieniają swój skład chemiczny i stają się znacznie trudniejsze do wywabienia. W pierwszej kolejności należy odwrócić materiał na lewą stronę i sprawdzić, w jaki sposób zareagował na zabrudzenie. Plam absolutnie nie wolno rozcierać. Z tkanin naturalnych brud schodzi w wysokich temperaturach, dlatego zwykle wystarczy je wypłukać lub dobrze namoczyć. Wybielacz zdaje egzamin w przypadku jasnych materiałów z bawełny, ale na syntetykach lepiej z nim nie eksperymentować. Tkaniny kolorowe wymagają zastosowania specjalnych preparatów, chroniących je przed odbarwieniami.

Długopis: zabrudzone miejsce należy spryskać lakierem do włosów i kiedy ten wyschnie usunąć go szczoteczką namoczoną w roztworze wody z octem. Można też nasączyć plamę (od lewej strony) alkoholem – czystym lub zmieszanym w połowie z eterem – pamiętając o podłożeniu bibułki, która wchłonie nadmiar cieczy.

Kawa: nigdy nie dopuścić do wyschnięcia plamy. Tkaniny lniane i bawełniane zamoczyć natychmiast w zimnej wodzie, a następnie w letniej wodzie z mydłem. Kiedy plama jest sucha, potraktować ją gliceryną, a następnie 50-procentowym roztworem alkoholu i amoniaku. Na wełnę najlepiej działa mieszanka alkoholu z białym octem (w równych proporcjach) lub mydło marsylskie i namaczanie koniecznie w letniej wodzie. W przypadku materiałów syntetycznych zaleca się zastosowanie al-

Na rynku wywabiaczy plam „nieusuwalnych" pojawiło się wiele nowości, przeznaczonych zarówno do prania ręcznego, jak i automatycznego i proponujących rozwiązania tradycyjne lub zupełnie nowatorskie:

• płyny do wstępnego usuwania plam – generalnie nadają się do wszystkich rodzajów tkanin, choć sporo jest również produktów służących do usuwania plam z konkretnych materiałów;

• chlorowe środki wybielające do jasnych tkanin bawełnianych, również delikatnych i kolorowych, które stosuje się bezpośrednio na plamę;

• wywabiacze do prania na sucho, aplikowane bezpośrednio na plamę i po wyschnięciu usuwane za pomocą szczotki. Mogą być stosowane do materiałów wełnianych oraz obić

koholu zmieszanego z wodą, po czym wypranie ich w zwykłym proszku.

Guma do żucia: najpierw należy ją „zamrozić" – albo miejscowo za pomocą kostki lodu albo wkładając całą tkaninę na godzinę do zamrażarki – a potem delikatnie usunąć końcówką noża. Ewentualne resztki najlepiej zaatakować mieszanką amoniaku z białym octem.

Czekolada: jeśli plama jest świeża, to wystarczy polać ją rozcieńczonym amoniakiem, po czym wyprać tkaninę w zwykłym proszku. W wywabianiu starszych zabrudzeń lepsze rezultaty osiąga woda z boraksem (do kupienia w drogeriach lub sklepach zielarskich). Poplamione tkaniny wełniane najlepiej potraktować gliceryną, a następnie wypłukać w letniej wodzie; syntetykom pomaga kąpiel w wodzie utlenionej.

Trawa: w przypadku bawełny najlepszym wywabiaczem jest czysty alkohol, choć dobre efekty przynosi również zastosowanie najpierw gliceryny, a potem alkoholu lub szklanka ciepłej wody z łyżeczką amoniaku i dwiema łyżeczkami płatków z mydła marsylskiego. Z tkanin delikatnych, takich jak len, zabrudzenia najlepiej usuwać alkoholem lub amoniakiem, a z dzianin i syntetyków roztworami wody z octem lub wodą utlenioną (w proporcjach dwie trzecie wody zwykłej, jedna trzecia utlenionej).

Owoce: do jasnej bawełny stosować wodę utlenioną z kilkoma kroplami amoniaku lub sok z cytryny z czystą solą; w przypadku materiałów z nadrukiem lub kolorowych wystarczy zwykle sam sok z cytryny, a do jedwabiu czysty alkohol.

Olej: natychmiast przysypać plamę talkiem, pozwolić mu działać przez 30 min, po czym oczyścić szczoteczką. Zabrudzone tkaniny bawełniane, lniane i kolorowe należy nasączyć terpentyną i rozcieńczonym w wodzie amoniakiem, a na koniec wyprać. Skuteczny jest też płyn do naczyń.

Pomidor: do jego usunięcia potrzebna jest woda lub sproszkowany talk. W przypadku bawełny i wełny najlepsza jest zimna woda lub amoniak rozcieńczony letnią wodą. Plamy z sosu pomidorowego wywabia się w podobny sposób, choć można również spróbować ciepłej wody z mydłem. Starsze zabrudzenia należy rozmiękczyć kąpielą w wodzie ze środkiem piorącym i kilkoma kroplami wody utlenionej.

Krew: jeśli plama jest świeża, zwykle wystarczy nasączyć ją roztworem wody z talkiem lub kwaśnym węglanem. Jeśli zdążyła wyschnąć, zabrudzony materiał należy moczyć przez 15 minut w zimnej, osolonej wodzie, a następnie wyprać go w proszku do tkanin delikatnych. Do płukania i prania odzieży poplamionej krwią absolutnie nie wolno stosować ciepłej wody, gdyż ta nie tylko nie usuwa zabrudzeń, ale wręcz je utrwala.

kanap i foteli, ale nie do skóry i tkanin technicznych.

• ultramaryna, dawniej farbka do bielizny, dziś proponowana z formułą zapachową lub w wersji do tkanin delikatnych, która dodana do ostatniego płukania wybiela pożółkłą bieliznę, w tym również kolorową. Można ją stosować – niekoniecznie rozcieńczając wcześniej wodą – zarówno podczas prania ręcznego, jak i w pralce.

Fotografowanie z fleszem

fot. Satiz Poland

Włączenie flesza oznacza wzbogacenie obrazu o bardzo intensywne, krótkotrwałe światło, niekiedy skutkujące nieprzewidywalną zmianą układu cieni i czasami trudne do właściwego dozowania, nawet dla wprawnego fotografa. Faktem jest, że współczesne lampy błyskowe posiadają wyrafinowane systemy kontroli elektronicznej, ale z drugiej strony, pomimo niewiarygodnej wręcz gamy dostępnych funkcji, nie ma wątpliwości, że walory tych supernowoczesnych fleszy doceni się dopiero po dokładnym przestudiowaniu instrukcji obsługi. Parametry użytkowe lampy błyskowej są jeszcze lepsze, jeżeli połączy się ją z wysokiej klasy lustrzanką, wyposażoną w wiele dodatkowych funkcji. Jednak zanim przystąpimy do szczegółowej analizy potencjalnych możliwości fleszy, musimy wspomnieć o kilku innych, arcyważnych aspektach związanych z pstrykaniem fotek. I nie chodzi nam tu jedynie o fotografowany obiekt, ale także o cały szereg sytuacji wywierających ogromny wpływ na jakość i urok zdjęcia, jakie zamierza się wykonać.

Pierwszym i ocenianym ze szczególną uwagą aspektem są cienie wokół obiektu. Korzystając z flesza trzeba zawsze pamiętać o prawdopodobieństwie, wręcz pewności, pojawienia się nowych cieni, czasami bardzo wyraźnych. Są one najbardziej widoczne, jeżeli obiekt znajduje się blisko lampy, a tło bezpośrednio za nim. Do tych dość typowych sytuacji dochodzi najczęściej z winy samego fotografującego, który ustawia swój obiekt na przykład tuż przed białą ścianą. Zazwyczaj takie tło wybiera się świadomie, w przekonaniu, że jego jasny kolor zredukuje wyrazistość cieni. Niestety jest dokładnie odwrotnie, bo na tle białej ściany cienie stają się szczególnie widoczne i bardziej wyraźne, niż można byłoby się spodziewać. W takich sytuacjach można pozostać przy jasnym tle, albo zwiększyć odległość między nim a obiektem.

Innym ważnym aspektem jest sposób połączenia lampy błyskowej z aparatem fotograficznym. Łatwo zauważyć, że jeżeli flesz zostaje zamontowany bezpośrednio na górnej części aparatu, cienie są mniej widoczne, bo padają jakby za obiektem, a jeśli zainstaluje się go w pozycji bocznej z boku obiektywu, to stają się one znacznie bardziej wyraziste. Taki układ można również uznać za korzystny, albowiem cienie sprawiają wrażenie bardziej naturalnych, ale nawet wtedy trzeba pamiętać o podstawowej zasadzie, czyli umieszczeniu lampy w taki sposób, by znajdowała się ona ponad fotografowanym obiektem. Tym samym różnica pomiędzy światłem przez nią emitowanym a tym naturalnym będzie dla oglądającego zdjęcie praktycznie niewidoczna. W tym miejscu musimy koniecznie wspomnieć o pewnym istotnym zjawisku: im mniejsza odległość od flesza do obiektu, tym większe prawdopodobieństwo wystąpienia tzw. efektu

Typowe zdjęcie z lampą błyskową zamontowaną na aparacie, na tle jasnej ściany.

„czerwonych oczu”, zmory każdego fotografa-amatora. Od razu jednak dodajmy, że właśnie z tego powodu profesjonaliści pstrykają fotki z lampą umieszczoną na stojaku wysoko nad aparatem, najczęściej w pozycji poziomej. Takie rozwiązanie skutecznie minimalizuje możliwość pojawienia się „króliczych oczu”.

Zdjęcie z lampą odsuniętą od aparatu.

Lampa na aparacie, ale głowica lampy skierowana do góry. Odbite od pomieszczenia światło lampy rozprasza tło.

Najprostszym, ale i najbanalniejszym wariantem jest jedna lampa zamontowana na górnej części aparatu, oświetlająca obiekt od przodu. Ale z drugiej strony, dlaczego zadowalać się tak minimalistyczną opcją, skoro równie dobrze można zainstalować dwa flesze jednocześnie? Druga lampa, którą można umieścić w pozycji poziomej, wzbogaca obraz o oświetlenie efektowe, pogłębiające jego kontrast. Idźmy jednak dalej i załóżmy, że mamy jeszcze trzeci flesz, zamontowany na przykład w taki sposób, by jego światło padało na włosy portretowanej osoby. Synchronizację wszystkich lamp umożliwiają przewody podłączone do aparatu lub – stosowany coraz powszechniej – „servo-flash”, urządzenie podłączone do każdej z lamp, które uruchamia je natychmiast po tym, jak zarejestruje szybką zmianę oświetlenia wynikającą z błysku lampy głównej, przez profesjonalnych fotografów nazywanej „flash master”. W tym momencie rodzi się pytanie: czy robienie zdjęć z więcej niż jednym fleszem jest trudniejsze? Przede wszystkim trzeba wiedzieć, że pomocą przy naświetlaniu służą systemy pomiaru światła TTL, dlatego wystarczy stosować się do kilku podstawowych wskazówek. Pierwsza z nich, będąca efektem doświadczeń praktycznych, zaleca zwracanie szczególnej uwagi na cienie, które nie powinny krzyżować się w sposób nienaturalny. Druga radzi, by nie komplikować sobie życia myśleniem, kiedy i jak korygować oświetlenie, by uwypuklić obecność światła efektowego: najczęściej dlatego że światło efektowe, czyli „inne” od emitowanego z pozostałych źródeł, wyróżnia się bez żadnych dodatkowych zabiegów i czasami nie trzeba nawet uwzględniać go przy pomiarze naświetlenia. Jeśli chodzi o ten ostatni, to każdy producent aparatów fotograficznych opracował własne rozwiązanie z zastosowaniem kontroli elektronicznej. W praktyce działa to w następujący sposób: „flash master”, zamontowany na aparacie i podlegający bezprzewodowej kontroli, emituje z kodowaną częstotliwością serię szybkich błysków, która służy do uaktywnienia lamp pomocniczych. Kiedy za pomocą systemu TTL-flash aparat odbiera informację o osiągnięciu właściwego poziomu naświetlenia, przerywa zasilanie lampy głównej i, pośrednio, lamp dodatkowych. Użytkowanie tego systemu wiąże się jednak z pewnymi ograniczeniami. Przykładowo, aby w maksymalnym stopniu wykorzystać walory bezprzewodowego urządzenia TTL-flash należy zadbać o to, by czas synchro-X był jak najkrótszy. Bardzo często zdarza się, nawet w aparatach wysokiej klasy, że przy działaniu bezprzewodowym czas ten jest automatycznie redukowany do 1/45 s. Z jednej strony system ten jest zatem bardzo wygodny, bo można pracować bez gmatwaniny przewodów zasilających, ale z drugiej istnieje zwiększone ryzyko pojawienia się na zdjęciu tzw. „duchów”, wynikających z połączenia oświetlenia naturalnego z błyskiem elektronicznym.

Bajki, skandale wewnętrzne

Joanna Polak

Wraz z nadejściem wiosny czeka nas na małym ekranie mnóstwo przyjemnych niespodzianek, które przygotowali nam dystrybutorzy filmowi. Na początek śliczna bajka dla najmłodszych. „**Abrafax i piraci z Karaibów**" jest animowaną adaptacją komiksu dla dzieci i młodzieży. Ponieważ sztuka dubbingu rozwija się u nas w ekspresowym tempie, także i do tej bajki zaangażowano znakomitych aktorów (między innymi Andrzeja Grabowskiego). Fabułę skonstruowano na znanym motywie „podróży w czasie". Trójka przyjaciół; Abrax, Brabax i Kalifax przenosi się do wieku siedemnastego, gdzieś w okolice Karaibów. Tam przeżywają mnóstwo przygód, uganiając

się za skarbem piratów i walcząc z okrutnym kapitanem Czarnobrodym. Konstrukcja współczesnych kreskówek sprawia, że są one gratką nie tylko dla milusińskich. Przyznajmy - sami chętnie wracamy czasem do baśniowego świata. Tym bardziej, że dialogi zaskakują błyskotliwością i dowcipem. Przechodząc do klasyki warto przypomnieć sobie jedno ze sztandarowych dzieł Luisa Bunuela – „**Piękność dnia**" ze znakomitą Catherine Deneuve. Film, pokazany po raz pierwszy w 1967 roku, wywołał skandal obyczajowy. Teraz raczej nie szokuje, ale za to zachwyca nieustannie kilka już pokoleń kinomanów. W latach sześćdziesiątych ukazanie fantazji erotycznych młodej mężatki, która szuka wrażeń poza własną sypialnią, było przełamaniem nienaruszalnego tabu. Piękna Severine, mimo że kocha swego małżonka, postanawia wcielić swoje marzenia erotyczne w życie. Bunuel był reżyserem, który z prawdziwą maestrią wykorzystywał ironię, groteskę i absurd. Każdy, kto widział choć jedno z jego licznych dzieł, nie może pomylić go

z żadnym innym. „Dyskretny urok burżuazji", „Viridiana", „Anioł Zagłady" - to filmy warte polecenia „w ciemno", a nigdy nie jest za późno, żeby się z nimi zapoznać.

Nie można zapominać także o znakomitych filmach polskich z ostatnich lat. „**Pręgi**" Magdaleny Piekorz odniosły w zeszłym roku niezaprzeczalny triumf, zarówno pod względem artystycznym, jak i frekwencyjnym. Kto więc nie zdążył do kina, może nadrobić zaległości. Tematyka nie należy do lekkich, ale efekt pracy całego grona artystów zwala z nóg. Znakomita rola Michała Żebrowskiego to jedna z najlepszych kreacji aktorskich w ostatnim czasie. Chłopiec, w dzieciństwie maltretowany przez ojca, ma w dorosłym życiu kłopoty z odnalezieniem w sobie zdolności do miłości. Na szczęście dzięki ukochanej kobiecie (w tej roli Agnieszka Grochowska), po wielkich trudach, udaje mu się odnaleźć w sobie pokłady uczucia. Miłego oglądania!

PREMIERY

„Dom latających sztyletów" – Nowy film twórcy „Hero". Kolejna barwna opowieść rodem z Dalekiego Wschodu. Tym razem akcja rozgrywa się podczas kryzysu dynastii

Tang. W kraju szerzą się różne powstania i rebelie, zawiązują się różne grupy walczące o poparcie. Największa i najpopularniejsza z nich to Dom Latających Sztyletów. Na prowincję zostają wysłani agenci, którzy mają za zadanie schwytanie przywódcy „domu". Oczywiście sprawa komplikuje się z powodu bardzo zawiłej historii miłosnej. Reż.: Zhang Yimou, wyst.: Zhang Ziyi, Andy Lau.

i róż wiosennej **półki**

Joanna Polak

Halina Pawlowska jest barwną postacią. Pochodzi z Czech, gdzie jest prawdziwą kobietą-instytucją. Prowadzi talk-show, jest redaktor naczelną jednej z kolorowych gazet, pisze scenariusze i książki. Książka ukazała się w Polsce w tzw. „serii z miotłą" przeznaczonej głównie dla kobiet, chociaż jest na tyle uniwersalna, że rozśmiesza również mężczyzn. Bohaterka „**Zdesperowanych kobiet**" co rusz natyka się na sytuacje, które zdają się ją przerastać. Ze stoiska z materiałami trafia prosto na uniwersytet, a stamtąd do poradni psychologicznej (w charakterze eksperta od pomocy w sytuacjach kryzysowych). Wszystko dlatego, że mąż - inżynier wstydzi się przestawiać swoim kolegom żonę - „sklepową". Warto sięgnąć po Pawlowską, choćby dla specyficznego, czeskiego poczucia humoru. *Halina Pawlowska: Zdesperowane kobiety postępują desperacko. W.A.B. Warszawa 2005.*

Książka Haddona stała się międzynarodowym bestsellerem i trzeba przyznać, że zupełnie zasłużenie. Dziwna, ale niesamowicie ciepła i uczuciowa. Bohaterem jest piętnastoletni Christopher Boom, który cierpi na pewną odmianę autyzmu. Nie jest to jednak nowy „Rain man", mimo że obie postacie mają ze sobą wiele wspólnego (między innymi zdolności matematyczne). Kanwą opowieści jest tajemnicze „morderstwo" psa sąsiadki, które wzbudza zainteresowanie Christophera. Jako osoba nieprzeciętnie uzdolniona, wysnuwa mnóstwo błyskotliwych wniosków, jego spotkanie z „normalnym" światem jest jednocześnie smutne i zabawne. *Mark Haddon: Dziwny przypadek psa nocną porą. Świat Książki. Warszawa 2005.*

Tessę Capponi-Borawską znamy już z „Kuchni pachnącej bazylią". Włoszka, która polubiła zimną i szarą Polskę, nie zapomina o swojej ojczyźnie i od lat przybliża Italię Polakom. Tym razem bohaterką swej książki uczyniła Toskanię – krainę swego dzieciństwa. Rodzina Capponich od wieków ma tam swoją letnią siedzibę. Trzeba przyznać, że Toskania zupełnie zasłużenie stała się jednym z najmodniejszych miejsc na świecie. Autorka pokazuje nam ten region swoimi oczyma – z całym bogactwem kulinarnym, ze specyficznym ludźmi, ze starymi rodami i pałacami. Toskania ze stron „**Dziennika**" jest swojska i nieprzystępna zarazem – nowi przybysze nie od razu czują się tu jak w domu, turystów traktuje się lekko pogardliwie. Książka ma w sobie nieodparty urok i sprawia, że czytelnik przenosi się myślami w opisywany świat i daje się porwać bez reszty. *Tessa Capponi-Borawska: Dziennik toskański. Rosner & Wspólnicy. Warszawa 2004.*

„Vanity fair" – Reżyserką filmu jest Mira Nair, znana z „Monsunowego wesela". Tym razem podjęła się ona adaptacji powieści Wiliama Makepeace Thackereya. W głównej roli występuje Reese Witherspoon, którą pamiętamy z „Legalnej blondynki". Akcja toczy się w latach dwudziestych XIX wieku. Główna bohaterka jest córką chórzystki i artysty, wcześnie osierocona, dzięki wrodzonej sile przebicia usiłuje odnaleźć swoje miejsce w ówczesnym świecie. Reż.: Mira Nair, wyst.: Reese Witherspoon, Gabriel Byrne.

Na dobre i na złe

Jerzy Bąk

Prawdziwa przyjaźń – to łaskawy dar losu. Gdy mamy obok siebie człowieka, któremu możemy ufać i wesprzeć się na nim w walce z przeciwnościami życia, więcej w nas optymizmu, czujemy się bardziej bezpieczni, pewni siebie i własnej wartości. Przyjaciel godzi się z naszymi słabostkami i wadami. Nawet gdy krytykuje, to życzliwie. Wybacza błędy i nie jest zaborczy. Przy nim można być sobą w pełnym tego słowa znaczeniu, bo dojrzała i okrzepła przyjaźń jest tolerancyjna i akceptująca.

Kobiety zawierają przyjaźnie łatwiej niż mężczyźni. Już w dzieciństwie szukają najlepszej przyjaciółki, by powierzyć jej swoje najskrytsze myśli, tajemnice i uczucia. Zaś spoiwem kobiecych przyjaźni jest rozmowa. To ona daje paniom poczucie więzi i bliskości, jest dowodem na to, że są akceptowane. Towarzyszą jej zazwyczaj czułe gesty, dotyki i poklepywania. Dotyk to dla kobiety kolejny wyraz zaufania i bliskości. Zdaniem psychoterapeutów zarówno potrzeba mówienia o sprawach poważnych i banalnych, jak i umiejętność słuchania oraz wczuwania się w sytuację innych osób, stanowią istotę kobiecości. Dla mężczyzn te babskie potrzeby są prawdziwą zagadką. Dlatego też panie, które sądzą, że mąż zastąpi im przyjaciółkę, przeżywają rozczarowanie. Mężczyznę rzadko interesuje to, co zrobiły lub powiedziały koleżanki z pracy, jaką

Czy może istnieć przyjaźń zawodowa? Kobiety skłonne są dowodzić, że jest możliwa i zdaniem wielu pań, ułatwia ona współdziałanie. Kiedy bowiem jedno z przyjaciół jest bardzo ostrożne, a drugie szybko podejmuje ryzykowne decyzje, wtedy tworzy się tandem nie do pokonania. Psycholodzy podkreślają jednak, że taka zasada jest słuszna jedynie do pewnego momentu, czyli do chwili pojawienia się sprzecznych interesów. Bo tam, gdzie rolę zaczynają odgrywać pieniądze, wiele przyjaźni kończy swój żywot. Przyjacielską zażyłość w biznesie można uratować jedynie wówczas, kiedy partnerzy świadomie uzgodnią ze sobą, który z nich przyjmie pozycję dominującą.

W przeciwnym razie konflikty i konieczność stałego wypracowywania kompromisu opartego

decyzję podjął szef lub dlaczego nauczycielka ma zastrzeżenia do dziecka. A jeśli nawet ich to obchodzi, nie potrafią tego wyrazić w sposób dla kobiety satysfakcjonujący. Większość kobiet szuka więc przyjaciółki – osoby emocjonalnie zaangażowanej we wszystko, co dzieje się w ich życiu, rozumiejącej, akceptującej i współczującej. Te, które ją znajdują – są po prostu szczęśliwsze. Łatwiej jest im wychodzić z życiowych kryzysów wewnętrznych, rodzinnych, zawodowych, pozbierać się po rozwodzie, czy śmierci bliskiej osoby. Świadomość posiadania kogoś, kto zawsze w potrzebie pospieszy z pomocą, jest podstawą ich wiary w siebie i ludzi.

Spoiwem męskich przyjaźni nie jest rozmowa i wymiana ciepłych uczuć, lecz robienie czegoś wspólnie i cieszenie się płynącą z tego przyjemnością. W stosunkach między mężczyznami wielką wagę odgrywa rywalizacja – potrzeba udowodnienia, kto jest lepszy. Dlatego w przyjaźni najważniejsza jest dla nich nie tyle życzliwość, poświęcenie i akceptacja, co lojalność. Nigdy też nie otwierają się w przyjaźni do końca. Choć lubią rozmawiać z przyjaciółmi o kobietach, unikają zdradzania intymnych sekretów i zwierzeń o własnych słabościach czy lękach. Cenią w przyjaźni równowagę pozycji rodzinnej, materialnej i zawodowej. Mężczyzna oczekuje od przyjaciela nie tyle wsparcia psychicznego, co konkretnych dowodów bliskości – pomocy w naprawie samochodu, remoncie domu albo czasu na wspólny wypad na mecz czy ryby. Jednak znaczący awans społeczny lub zawodowy jednego z nich potrafi oddalić od siebie zaprzyjaźnionych od lat panów.

Czy możliwa jest przyjaźń między kobietą i mężczyzną? Na to pytanie pada zazwyczaj tyle samo odpowiedzi tak, co nie. Wszyscy, którzy mają w tej sprawie coś do powiedzenia podkreślają, że w parach mieszanych często, choć nie zawsze, pojawia się element erotyzmu. I podczas gdy jedni uważają go za miły i niewinny dodatek do przyjaźni, inni dowodzą, że uświadomienie sobie tego faktu, zmusza bądź do jej zerwania, bądź do uczynienia następnego kroku, czyli przekształcenia stosunków przyjacielskich w bardziej zażyłe. Panowie posiadający oddane i wypróbowane przyjaciółki podkreślają, że cenią w nich ciekawość życia, cierpliwość, delikatność, wrażliwość na uczucia innych ludzi, umiejętność słuchania, dobroć i obiektywność ocen. To samo twierdzą kobiety.

Przyjaźń sprzyja małżeństwom. Gdy we wspólnym związku wygasa namiętność, a nie zastąpią jej inne ciepłe uczucia, pojawiają się niespełnione oczekiwania, wzajemne żale i pretensje. Nawarstwiające się konflikty i trudności sprawiają, że wspólne życie staje się nie do wytrzymania. Pary małżeńskie umiejące zastąpić namiętne uczucia przyjaźnią, zazwyczaj dochodzą razem kresu życia. Bo przyjaciela trzeba lubić, szanować, mieć na względzie jego dobro i umieć mu wybaczać. A to właśnie cementuje starzejące się małżeńskie związki.

na chłodnej kalkulacji zysków i strat firmy, poróżnią ich na zawsze. Przyjaźń w każdej postaci porównywana jest do delikatnej rośliny, na którą trzeba ostrożnie chuchać, by przeżyła. Wymaga poświęcenia, uwagi, życzliwości, szczerości, lojalności i czułości. Wszelki fałsz i interesowność niszczą ją bezpowrotnie, zaś zdrada w przyjaźni boli nie mniej niż ta w miłości. Dlatego z pewnością nie zawadzi odrobina rozsądku. Nie przyjmujmy za przyjaźń każdej miłej znajomości. Przemiana znajomości w przyjaźń wymaga próby czasu, poznania plusów i minusów partnera, zaakceptowania ich, oraz przekonania się w konkretnych, a właściwie przede wszystkim w krytycznych sytuacjach, o tym jak dalece obie strony są skłonne do wzajemnych poświęceń.

FIAT

SEICENTO

	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
ACTUAL	**22.525**	1108	54	150	6,0	3-drzwiowy	187.143.2
ACTIVE	**24.735**	1108	54	150	6,0	3-drzwiowy	187.243.2

• 009 – ABS zł 1.955 • 025 – Klimatyzacja zł 2.975 • 028 – Elektr. podnośnik szyb zł 595 • 030 – Przyciemniane szyby aterm. zł 255 • 082 – Przyst. pod radio zł 170 • 097 – Lampy przeciwmgielne zł 425 • 108 – Felgi alum. zł 1.062,50 • 112 – Wpomaganie elektryczne kierownicy zł 1.615 • 195 – Siedz. tylne dzielone zł 340 • 197 – Chlapacze zł 42,50 • 210 – Lakier metaliz. zł 913,75 • 228 – Centralny zamek zł 297,50 • 313 – Radioodtwarzacz kasetowy zł 1.105 • 399 – Dach otwierany elektr. – długi zł 2.040 • 431 – Felgi alum. 13" + opony 165/65/13 zł 1.232,50 • 457- Zderzaki w kolorze nadwozia zł 510 • 502 – Poduszka pow. pasażera zł 935 • 564 – Radio z CD zł 1.360 • 718 – System audio hi-fi (2 dodatkowe głośniki 100W) zł 510 • 5B2 – Lakier sportowy zł 340 • 927 – Ochronne listwy boczne zł 127,50 • 58H – Pakiet Estetyka zł 170

PANDA

1.1 ACTUAL	**25.330**	1108	54	150	5,7	5-drzwiowy	169.010.0
1.1 ACTIVE	**26.945**	1108	54	150	5,7	5-drzwiowy	169.022.0
1.2 DYNAMIC	**30.430**	1242	60	155	5,6	5-drzwiowy	169.033.0
1.3 Multijet 16v ACTUAL	**33.915**	1248	70	160	4,3	5-drzwiowy	169.014.0
1.3 Multijet 16v DYNAMIC	**36.465**	1248	70	160	4,3	5-drzwiowy	169.034.0
1.2 4x4	**38.165**	1242	60	145	6,6	5-drzwiowy	169.063.0
1.2 4x4 CLIMBING	**39.950**	1242	60	145	6,6	5-drzwiowy	169.073.0

• 008 – Zamek centr. ster. pilotem zł 340 • 009 – ABS zł 1.785 • 011 – Reg. wys. kierow. zł 340 • 025 – Klimat. man. zł 3.655 • 082 – Przystos. do mont. radia zł 340 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 510 • 102 – Spryskiwacze reflek. zł 510 • 108 – Felgi alum. 14" + opony 185/65/14 zł 1.275 • 112 – Wpom. elektr. kierow. zł 1.487,50 • 140 – Klimat. automat. zł 4.675 • 141 – Opony 165/70/14 (bieżnik wysoki GRIP) zł 0 • 182 – Cztery zagł. tylne tapicerowane zł 127,50 • 195 – Siedz. tylne dziel. 50/50 zł 340 • 198 – Regul. wys. pasa kierowcy zł 85 • 210 – Lakier metaliz. zł 1.062,50 • 218 – Elektr. ster. lusterka zł 425 • 245 – Ster. radiem z koła kier. zł 382,50 • 295 – Siedz. pasaż. ze zint. schowkiem zł 170 • 357 – Relingi dach. zł 510 • 392 – ESP zł 2.125 • 399 – Elektr. ster. szklany dach SKYDOME zł 2.465 • 407 – Skrzynia autom. Dualogic zł 5.100 • 428 – Elektr. ster. szyby przednie i centr. zamek zł 1.020 • 431 – Felgi alum. 14", opony 165/65/14 zł 1.275 • 451 – Zintegr. radioodtwarzacz kasetowy zł 1.020 • 469 – Przes. i dzielona tylna kanapa zł 850 • 499 – Pakiet Fix&Go! zł 85 • 502 – Poduszka pow. pasaż. zł 935 • 505 – Boczne pod. pow. zł 1.020 • 508 – Czujn. park. zł 765 • 564 – Zint. radio z odtwarz. CD zł 1.275 • 565 – Zmieniarka CD zł 1.020 • 614 Kurtyny pow. zł 1.700 • 626 – Reg. wys. siedz. kierowcy zł 340 • 665 – Zapalniczka zł 170 • 717 – Zintegr. radio z odtw. CD i MP3 zł 1.700 • 718 – System audio Hi-Fi (głośniki i subwoofer) zł 680 • 823 – Gniazdko 12V zł 85 • 876 – Zderzaki w kolorze nadwozia zł 510 • 890 – Pakiet Komfort (uchwyty nadokienne + reg. wys. przed. pasów. bezp.) zł 127,50 • 904 – System Connect Nav+ z wyświetl. kolor. 7" zł 6.800 • 927 – Ochronne listwy boczne zł 170 • 989 – Pakiet dla palących zł 85 • 50G – Pakiet Hi-Fi (zawiera opcje 008, 097, 218, 245, 357, 564, 718, 927) zł 3.145 • 50K – Pakiet Sky (zawiera opcje 008, 097, 357, 399, 50X, 927) zł 3.060 • 50Y – Pakiet Class (zawiera opcje 008, 025, 357, 50X, 927) zł 3.570 • 59A – Pakiet Estetyka zł 170 • 5B2 – Lakier sportowy zł 340 • 4DM – Pakiet Clima (zawiera opcje 008, 025, 218) zł 3.740 • 4DN – Pakiet Panorama (zawiera opcje 008, 218, 399) zł 3.060 • 4DP – Pakiet Cult (zawiera opcje 008, 097, 218, 564, 245, 102, 108, 295, 626, 182, 140) zł 8.075 • 356* – Mapa Portugalii zł 1.190 • 530* – Mapa Włoch zł 1.190 • 533* – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537* – Mapa Francji zł 1.190 • 538* – Mapa Belgii zł 1.190 • 540* – Mapa Holandii zł 1.190 • 542* – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548* – Mapa Austrii zł 1.190 • 549* – Mapa Danii i Szwecji zł 1.190 • 574* – Mapa Hiszpanii zł 1.190

** cena za kolejną mapę (jedna w cenie opcji 904)*

PUNTO

1.2 ACTUAL	**30.600**	1242	60	155	5,7	3-drzwiowy	188.010.4
1.2 ACTIVE	**32.810**	1242	60	155	5,7	3-drzwiowy	188.110.4
1.3 MULTIJET 16v ACTIVE	**42.160**	1248	70	164	4,5	3-drzwiowy	188.111.4
1.2 8v SOUND (WER. SPECJALNA)	**34.765**	1242	60	155	5,7	3-drzwiowy	188.120.4
1.2 8v DYNAMIC	**35.105**	1242	60	155	5,7	3-drzwiowy	188.210.4
1.2 16v DYNAMIC	**37.485**	1242	80	172	6,0	3-drzwiowy	188.213.4
1.4 16v DYNAMIC	**39.015**	1368	95	178	6,1	3-drzwiowy	188.219.4
1.3 MULTIJET 16v DYNAMIC	**44.540**	1248	70	164	4,5	3-drzwiowy	188.211.4
1.2 ACTUAL	**31.450**	1242	60	155	5,7	5-drzwiowy	188.040.4
1.2 ACTIVE	**33.660**	1242	60	155	5,7	5-drzwiowy	188.140.4
1.3 MULTIJET 16v ACTIVE	**43.010**	1248	70	164	4,5	5-drzwiowy	188.141.4
1.2 8v DYNAMIC	**35.955**	1242	60	155	5,7	5-drzwiowy	188.240.4
1.2 16v DYNAMIC	**38.335**	1242	80	172	6,0	5-drzwiowy	188.243.4
1.4 16v DYNAMIC	**39.865**	1368	95	178	6,1	5-drzwiowy	188.249.4
1.3 MULTIJET 16v DYNAMIC	**45.390**	1248	70	164	4,5	5-drzwiowy	188.241.4

• 007 – Sekw. autom. szkrz. biegów (tylko 1.2 16v) zł 5.100 • 008 – Centr. zamek ster. z pilota zł 382,50 • 009 – ABS zł 1.700 • 025 – Klimatyzacja i filtr przeciwpyłkowy zł 3.825 • 063 – Regul. wys. kierownicy, fotela kierowcy zł 467,50 • 097 – Światła przeciwmg. zł 425 • 112 – Wspomag. elektr. kierownicy Dual drive zł 1.615 • 140 – Auto. klimat. 2-stref. zł 4.675 • 195 – Tylna kanapa dziel. zł 340 • 210 – Lakier metaliz. zł 1.232,50 • 245 – Ster. radiem z kierownicy zł 382,50 • 263 – System CONNECT zł 5.015 • 269 – System nawigacji zł 5.525 • 286 – Dojazdowe koło zapas. zł 0 • 315 – Radio z CD zł 1.275 • 320 – Kierownica i dźwignia zmiany biegów pokryte skórą zł 340 • 347 – Czujnik deszczu zł 255 • 392 – ESP (tylko z 1.3 JTD 16v i 1.4 16v) zł 2.465 • 400 – Dach otwierany elektr. zł 1.700 • 407 – Autom. skrz. biegów MTA (dot. 1.2 8v i 1.3 JTD 16v) zł 5.100 • 416 – CRUISE CONTROL (tylko 1.4 16v) zł 1.275 • 428 – Elektr. sterowane szyby przed. i centr. zamek zł 1.020 • 431 – Felgi alumin. Elegant 14" + opony 185/60/H14 zł 1.275 • 432 – Felgi alumin. Elegant 15" + opony 185/55/H15 (dla 1.2 16v i 1.4 16v) zł 1.870 • 433 – Felgi alumin. Sport 15" + opony 185/55/H15 zł 1.870 • 451 – Radioodtwarzacz kaset. zł 850 • 499 – Pakiet Fix&Go zł 42,50 • 505 – Boczne poduszki pow. zł 1.020 • 508 – Czujniki parkowania zł 595 • 511 – Trzeci zagłówek tylny zł 425 • 565 – CD Changer zł 1.020 • 614 – Kurtyny pow. zł 1.700 • 717 – Autoradio CD MP3 + subwoofer zł 1.700 • 717 – Autoradio CD MP3 + subwoofer (dla wersji Sound) zł 425 • 718 – Subwoofer zł 425 • 5B2/4AS – Lakier sportowy zł 467,50 • 833 – Inst. do telefonu zł 170 • 876 – Zderzaki w kol. nadwozia zł 510 • 923 – Spoiler dach. zł 340 • 927 – Listwy ochronne drzwi zł 170

ALBEA 2005

1.2 16v ACTIVE	**31.441,50**	1242	80	162	7,0	4-drzwiowy	172.164.0
1.2 16v DYNAMIC	**33.991,50**	1242	80	162	7,0	4-drzwiowy	172.166.0

• 008 – Zdalne sterowanie centralnym zamkiem zł 382,50 • 009 – ABS z EBD zł 2.295 • 025 – Klimatyzacja zł 3.825 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 595 • 108 – Felgi aluminiowe zł 1.020 • 195 – Tylna kanapa dziel. zł 425 • 210 – Lakier metaliz. zł 1.232,50 • 428 – Elektr. sterowane przed. szyby + centr. zamek zł 1.275 • 502 – Poduszka pow. pasażera zł 1.275 • 507 – Wbud. radio z odtwarzaczem kaset. zł 1.105 • 626 – Regul. mechanicznie siedzenie kierowcy (z podparciem lędźwiowym) zł 255

FIAT

IDEA

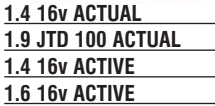
	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
1.4 16v ACTUAL	42.415	1368	95	175	6,6	5-drzwiowy	135.812.0
1.4 16v DYNAMIC	48.790	1368	95	175	6,6	5-drzwiowy	135.512.0
1.3 Multijet ACTUAL	46.665	1248	70	159	5,1	5-drzwiowy	135.815.0
1.3 Multijet DYNAMIC	53.040	1248	70	159	5,1	5-drzwiowy	135.515.0

• 023 – Szyby tylne ster. elektr. zł 850 • 025 – Klimatyzacja manualna zł 3825 • 051 – Automat. włączanie refl. (czujnik zmroku) zł 255 • 070 – Szyby przyciemniane zł 595 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 425 • 102 – Spryskiwacze reflektorów zł 595 • 108 – Felgi aluminiowe 15", opony 195/60/15 zł 1.530 • 406 – Koła stalowe 15", opony 195/60 R15 zł 255• 431 – Felgi aluminiowe 15", opony 195/60/15 zł 1.700 • 432 – Felgi aluminiowe 16", opony 205/50/16 zł 2.550 • 132 – Podłokietnik siedzenia kierowcy zł 170 • 140 – Klimatyzacja automat. dwustrefowa (dopłata do wer. z klim. man.) zł 2.550 • 210 – Lakier metal. zł 1.530 • 245 – Sterowanie radiem na kierownicy (6 przycisków) zł 595 • 347 – Czujnik deszczu zł 255 • 352 – Korek wlewu pal. zamyk na kluczyk zł 187 • 357 – Relingi dachowe zł 595 • 365 – TMPS (czujnik ciśnienia pow. w oponach) zł 595 • 392 – ESP zł 3.825 • 400 – Dwuczęściowy szklany dach otwierany elektr. zł 4.165 • 407 – Automat. skrzynia biegów (dost. z silnikami 1.4 16v i 1.3 JTD) zł 4.250 • 40Y – Regul. lędźw. siedz. kierowcy zł 170 • 416 – Cruise Control zł 1.275 • 43H – Podłokietnik siedz. pasaż. zł 255 • 456 – Regul. lędź. siedz. pasaż. zł 170 • 499 – Zestaw do naprawy opon fix&go zł 85 • 505 – Poduszki pow. boczne zł 1.105 • 508 – Czujnik parkowania zł 850 • 563 – Zmieniarka płyt CD zł 1.190 • 564 – Radio z CD zł 1.530 • 614 – Kurtyny pow. boczne zł 1.275 • 709 – Ster. radiem i nawigacją na kierownicy (8 przycisków + 3) zł 595 • 717 – Radio z CD MP3 zł 1.530 • 718 – Instalacja Hi-Fi z subwooferem zł 850 • 823 – Gniazdo 12V w bagażniku zł 85 • 833 – Przyst. do radiotelefonu zł 340 • 835 – Schowki na podsufitce zł 255 • 904 – System Connect Nav+ zł 6.715 • 989 – Zestaw dla palaczy zł 85 • 530 – Mapa Włoch zł 1.190 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537 – Mapa Francji zł 1.190 • 538 – Mapa Belgii zł 1.190 • 540 – Mapa Holandii zł 1.190 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548 – Mapa Austrii zł 1.190 • 554 – Mapa Wlk. Brytanii zł 1.190 • 549 – Mapa Danii zł 1.190 • 356 – Mapa Portugalii zł 1.190 • 574 – Mapa Hiszpanii zł 1.190 • 5B2 – Kolor pastelowy Extraserie zł 680 • 211 – Tapicerka skórzana zł 5.100 • 728 – Tapicerka z Alcantary zł 2.975 • 802 – Kolor metalizowany Extraserie zł 1.700 • 129 – Pakiet zimowy zł 1.530

STILO 2005

1.4 16v ACTUAL	43.690	1368	95	180	6,5	3-drzwiowy	192.3JA.2z4CD
1.9 JTD 100 ACTUAL	50.872,50	1910	100	183	5,3	3-drzwiowy	192.3JS.2
1.4 16v ACTIVE	48.025	1368	95	180	6,5	3-drzwiowy	192.3JA.2z4CA
1.6 16v ACTIVE	51.425	1596	103	185	7,3	3-drzwiowy	192.3JX.2
1.9 JTD 115 ACTIVE	58.140	1910	115	192	5,3	3-drzwiowy	192.3J8.2
1.9 JTD 115 DYNAMIC	61.710	1910	115	192	5,3	3-drzwiowy	192.328.2
1.9 MULTIJET 16v 140 DYN.	66.291,50	1910	140	203	5,4	3-drzwiowy	192.32R.2
1.4 16v ACTUAL	45.390	1368	95	178	6,7	5-drzwiowy	192.5JA.2z4CD
1.9 JTD 100 ACTUAL	52.572,50	1910	100	181	5,4	5-drzwiowy	192.5JS.2
1.4 16v ACTIVE	49.725	1368	95	178	6,8	5-drzwiowy	192.5JA.2z4CA
1.6 16v ACTIVE	53.125	1596	103	183	7,4	5-drzwiowy	192.5JX.2
1.9 JTD 115 ACTIVE	59.840	1910	115	190	5,4	5-drzwiowy	192.5J8.2
1.9 JTD 115 DYNAMIC	63.410	1910	115	190	5,6	5-drzwiowy	192.548.2
1.9 MULTIJET 16v 140 DYN.	67.991,50	1910	140	200	5,6	5-drzwiowy	192.54R.2

STILO MW



1.4 16v ACTUAL	47.940	1368	95	176	6,8	5-drzwiowy	192.7JA.2z4CD
1.9 JTD 100 ACTUAL	55.122,50	1910	100	181	5,6	5-drzwiowy	192.7JS.2
1.4 16v ACTIVE	52.275	1368	95	176	6,8	5-drzwiowy	192.7JA.2z4CA
1.6 16v ACTIVE	55.675	1596	103	183	7,6	5-drzwiowy	192.7JX.2
1.9 JTD 115 ACTIVE	62.390	1910	115	190	5,6	5-drzwiowy	192.7J8.2
1.9 JTD 115 DYNAMIC	65.960	1910	115	190	5,6	5-drzwiowy	192.748.2
1.9 MULTIJET 16v 140 DYN.	70.541,50	1910	140	200	5,6	5-drzwiowy	192.74R.2

• 023 – Szyby elektr. podn. tylne zł 850 • 025 – Klimatyzacja zł 3.825 • 097 – Zintegrow. światła przeciwmgielne zł 340 • 140 – Automat. klim. dwustrefowa zł 5.525 • 140 – Automat. klim. dwustref. zł 5.525• 140 – Automat. klim. dwustref. (dopłata do OPT 025) zł 1.700 • 200 – Dod. podgrzewacz temp. wnętrza (dla silnika diesla) zł 425 • 205 – Autonom. ogrzewacz Webasto zł 3.910 • 210 – Lakier metal. zł 1.445 • 211 – Tapicerka ze skóry zł 5.950 • 213 – Autoalarm zł 1.275 • 230 – Reflektory ksenonowe i sprys. reflektorów (eliminują św. przeciwmgielne) zł 2.975 • 245 – Kierow. pokryta skórą z 6 przyciskami zł 595 • 270 – Lakier metaliz. „Lenticolari" (z dodatkiem miki) zł 1.785 • 295 – Siedzenie pasaż. składane w stolik (w wersji 5-drzw.) zł 297,50 • 320 – Kierow. i dźwignia zmiany biegów pokryta skórą zł 382,50 • 350 – Pakiet zimowy I zł 1.275 • 43X – Pakiet zimowy II zł 6.205 • 392 – ESP + ASR + MSR + Brake Assist zł 2.465 • 400 – Dach otwierany elektr. SKY WINDOW zł 4.250 • 416 – Tempomat CRUISE CONTROL zł 1.275 • Felgi alum. i opony 195/55/15 4 szt. zł 1.360 • 431 – Felgi alumin. i poszerzone opony 205/55/16 91V 4 szt. (dla wersji 5-drzw.) zł 1.700 • 434 – Felgi alum. i poszerz. opony 205/55/16 91V 5 szt. zł 2.125 • 435 – Felgi alum. i poszerz. opony 215/45/17 87W zł 2.550 • 439 – Felgi alum. i poszerz. opony 205/55/16 91V 4 szt. (dla wersji 3-drzw.) zł 2.210 • 451 – Radioodtwarzacz kasetowy zł 1.105 • 469 – Siedzenia tylne pochyl. i przesuw. niezal. zł 1.360 • 499 – FIX&GO (eliminuje koło zapasowe) zł 0 • 4C6 – Pakiet sportowy (felgi alum. i opony 215/45/17 87W + spojler tylny dachowy + spojlery boczne) – tylko dla wersji 3-drzwiowych zł 3.060• 501 – Elektr. ster. podgrz. fotel kierowcy z funkcją pamięci zł 5.355 • 505 – Boczne poduszki pow. zł 1.105 • 508 – Czujnik parkowania zł 850 • 5B2 – Lakier pastelowy zł 510 • 510 – Tylne boczne poduszki pow. zł 1.275 • 564 – Radio z CD zł 1.530 • 41A – Radio z CD i MP3 zł 2.040 • 41A – Radio z CD i MP3 (dopłata do radia z CD) zł 510 • 565 – Zmieniacz CD w schowku przed pasażerem zł 1.190 • 579 – Easy Go zł 2.295 • 614 – Kurtyny pow. zł 1.105 •709 – Kierow. pokryta skórą z 11 przyciskami zł 680 • 718 – System Hi-Fi z subwooferem zł 1.275 • 727 – Wnętrze Extra seria (dla wersji 3-drzw.) zł 0 • 732 – Tapicerka skórzana dla wnętrza 727 zł 5.950 • 803 – Zapasowe koło dojazdowe (eliminuje koło zapasowe pełnowymiarowe) zł 0 • 904 – System CONNECT NAV+ z wyświetl. kolorowym 7" zł 7.225 • 914 – Pakiet COMFORT 1 (czujnik parkowania, deszczu, i automat. światła) zł 1.105 • 923 – Spojler tylny dachowy zł 425 • 926 – Spoilery boczne (tylko do wersji 3-drzw.) zł 425 • 982 – Koło zapasowe z felgą alumin. zł 510 • 989 – Pakiet dla palących zł 127,50 • 59A – KIT estetyczny „Kiron" zł 212,50 • 40K – Otwierana tylna szyba (dla Multi Wagon) zł 765 • 070 – Zaciemniane tylne szyby (od tylnych drzwi + bagażnik dla Multi Wagon) zł 680 • 356* – Mapa Portugalii zł 1.190 • 530* – Mapa Włoch zł 1.190 • 533* – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537* – Mapa Francji zł 1.190 • 538* – Mapa Belgii zł 1.190 • 540* – Mapa Holandii zł 1.190 • 542* – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548* – Mapa Austrii zł 1.190 • 554* – Mapa Wlk. Brytanii zł 1.190 • 574* – Mapa Hiszpanii zł 1.190

** cena za kolejną mapę (jedna w cenie opcji 904)*

CENNIK SAMOCHODÓW obowiązujący od 10 marca 2005 r. Ceny z 15% upustem dla pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce, którzy mogą alternatywnie skorzystać z opcji 10% upustu i darmowego pakietu ubezpieczeniowego. Ważne w chwili oddania dwumiesięcznika do druku. Ceny dotyczą modeli w wykonaniu standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży. Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty wg cennika opcji.

FIAT

DOBLÒ

	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
1.2 BZ ACTUAL	39.695	1242	65	142	7,5	4-drzwiowy	119.410.1
1.3 JTD ACTUAL	45.815	1251	70	145	5,5	4-drzwiowy	119.417.1
1.2 BZ ACTIVE	41.480	1242	65	142	7,5	4-drzwiowy	119.510.1
1.6 16v ACTIVE	45.050	1596	103	168	8,6	4-drzwiowy	119.511.1
1.9 JTD ACTIVE	50.490	1910	105	168	5,8	4-drzwiowy	119.513.1
1.3 JTD ACTIVE	47.600	1251	70	145	5,5	4-drzwiowy	119.517.1
1.6 16v FAMILY	49.980	1596	103	168	8,6	5-drzwiowy	119.521.1
1.9 JTD FAMILY	55.420	1910	105	168	5,8	5-drzwiowy	119.523.1
1.6 16v DYNAMIC	47.770	1596	103	168	8,6	5-drzwiowy	119.711.1
1.9 JTD DYNAMIC	53.210	1910	105	168	5,8	5-drzwiowy	119.713.1
1.3 JTD DYNAMIC	50.320	1251	70	145	5,5	5-drzwiowy	119.717.1
1.9 JTD MALIBU	64.005	1910	105	168	5,8	5-drzwiowy	119.813.1

• 008 – Centr. zamek ster. z pilota zł 586,50 • 009 – ABS zł 3.017,50 • 025 – Klimatyzacja zł 4.165 • 041 – Elektryczne podgrz. lusterka zł 442 • 055 – Dod. drzwi boczne przesuwne zł 1.190 • 070 – Przyc. szyby boczne i tylne zł 765 • 072 – Przyst. pod radio (okablowanie + antena) zł 170 • 082 – Przyst. pod radio (okablowanie + antena + głośniki) zł 399,50 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 552,50 • 108 – Felgi aluminiowe 14" zł 1.147,50 • 193 – Norma emisji spalin „EOBD" zł 0 • 197 – Fartuchy przeciwbłotne tylne zł 51 • 209 – Półka nad przestrzenią bagaż. zł 212,50 • 210 – Lakier metal. zł 1.232,50 • 313 – Radioodtw. kaset. zł 1.317,50 • 352 – Korek wlewu paliwa zam. na kluczyk zł 102 • 360 – Podwyższony dach (zawiera 519) zł 3.485 • 428 – Elektr. opuszczane szyby + centr. zamek zł 1.275 • 453 – Ogrz. siedzenie kierowcy (tylko z opcją 627) zł 467,50 • 502 – Poduszka pow. pasażera zł 1.020 • 505 – Poduszki pow. boczne zł 1.147,50 • 508 – Systemy wspom. przy parkowaniu zł 850 • 519 – Tylne drzwi boczne, dwuskrzydłowe asymetryczne zł 272 • 547 – MP3 + sterow. głosowe GSM zł 1.105 • 564 – Radio z odtwarzaczem CD zł 1.615 • 585 – Przesuwny dach nad bagaż. zł 1.317,50 • 58H – Obramowanie tylnych świateł w kolorze nadwozia zł 0 • 627 – Siedz. kierowcy z podłok. zł 382,50 • 678 – Fartuchy przeciwbłotne tylne zł 51 • 748 – Fartuchy przeciwbłotne przednie i tylne zł 170 • 833 – Przyst. do telefonu zł 272 • 876 – Zderzaki w kolorze nadwozia zł 425 • 903 – CONNECT NAV (radionawigator, CD, CDR, TEL. SIM) piktogramowy zł 6.630 • 904 – CONNECT NAV+ (radinawigator MAPA, CD, CDR, TEL. SIM) kartograficzny zł 8.500 • 356* – Mapa Portugalii zł 1.190 • 530* – Mapa Włoch zł 1.190 • 533* – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537* – Mapa Francji zł 1.190 • 538* – Mapa Belgii zł 1.190 • 540* – Mapa Holandii zł 1.190 • 542* – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548* – Mapa Austrii zł 1.190 • 549* – Mapa Danii i Szwecji zł 1.190 554 – Mapa Wlk. Brytanii zł 1.190 • 574* – Mapa Hiszpanii zł 1.190

** cena za kolejną mapę (jedna w cenie opcji 904)*

NOWA MULTIPLA

1.6 16v ACTIVE	57.290	1596	103	170	8,6	5-drzwiowy	186.211.2
1.6 16v DYNAMIC	60.690	1596	103	170	8,6	5-drzwiowy	186.411.2
1.9 JTD ACTIVE	65.407,50	1910	115	173	6,4	5-drzwiowy	186.231.2
1.9 JTD DYNAMIC	68.807,50	1910	115	173	6,4	5-drzwiowy	186.431.2

• 023 – Szyby tylne ster. elektr. zł 765 • 070 – Szyby tylne przyciemniane w kolorze niebieskim zł 595 • 097 – Reflektory przeciwmgielne zł 425 • 102 – Spryskiwacze reflektorów zł 425 • 140 – Klimatyzacja półautom. zł 4.250 • 205 – Dodatkowe ogrzew. ster. pilotem dla wersji JTD zł 4.250 • 210 – Lakier metalizowany zł 1.530 • 213 – Autoalarm z pilotem zł 1.020 • 220 – Tablica rozdzielcza wykonana z PCV (w standardzie tablica pokryta tkaniną) zł • 245 – Ster. radiem na kierow. zł 595 • 269 – Nawigator zł 5.525 • 320 – Kierownica i gałka zmiany biegów obszyte skórą zł 425 • 392 – ESP zł 3.825 • 413 Pakiet AUDIO zł 680 • 431 – Felgi aluminiowe 15" i opony 195/60/15" 4 szt. zł 1.700 • 435 – Felgi aluminiowe 17" i opony 205/45/17" 4 szt. zł 2.125 • 441 – Lusterka zew. składane zł 425 • 451 – Radioodtwarzacz kasetowy zł 1.105 • 465 – Konsola z lodówką zł 255 • 469 – Fotel tylny środkowy przesuwany zł 170 • 499 – Pakiet Fix&Go zł 85 • 505 – Poduszki pow. boczne przednie zł 1.105 • 508 – Czujniki parkowania tylne zł 850 • 561 – Trzeci kluczyk zł 85 • 563 – Zmieniarka CD zł 1.190 • 564 – Radioodtwarzacz CD zł 1.530 • 576 – Podwójny dach otwierany elektr. zł 4.250 • 614 – Kurtyny powietrzne zł 1.275 • 658 – Schowek pod siedzeniem pasażera zł 85 • 903 – Connect Nav zł 9.350 • 980 – Pełnowymiarowe koło zapasowe zł 85 • 982 – Koło zapasowe – felga alum. 15", opona 195/60/15" zł 680 • 356* – Mapa Portugalii zł 1.190 • 530* – Mapa Włoch zł 1.190 • 533* – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537* – Mapa Francji zł 1.190 • 538* – Mapa Belgii zł 1.190 • 540* – Mapa Holandii zł 1.190 • 542* – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548* – Mapa Austrii zł 1.190 • 549* – Mapa Danii zł 1.190 • 554* – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.190 • 574* – Mapa Hiszpanii zł 1.190

** cena za kolejną mapę (jedna w cenie opcji 904)*

ULYSSE

ACTIVE 2.0 16v	90.185	1997	136	185	9,1	5-drzwiowy	179.111.0
ACTIVE 2.0 JTD	97.920	1997	109	174	7,0	5-drzwiowy	179.115.0
DYNAMIC 2.2 JTD 16v	116.280	2179	128	182	7,4	5-drzwiowy	179.957.0

• 064 – Superblokada zł 595 • 070 – Przyciemniane tylne szyby (tylko z pakietem Superwidoczność) zł 850 • 087 – 3 rząd siedzień (2+3+2 razem 7 miejsc) zł 2.932 • 102 – Spryskiwacze reflektorów zł 850 • 108 – Felgi aluminiowe 15" zł 1.700 • 119 – Siedzenie kierowcy elektr. regul. podgrzew. z pamięcią zł 3.825 • 131 – Roleta bagażnika (długa) stan. w wer. 5 osob. opcja w przyp. zamów. 087 lub 897 lub 965 zł 255 • 140 – Klimatyzacja automatyczna dwustrefowa zł 1.360 • 210 – Lakier metalizowany zł 1.785 • 211 – Skórzane siedzenia przed. obrotowe i podgrzewane (w poł. z opcją 659) zł 10.625 • 224 – Superblokada + alarm zł 1.530 • 230 – Reflektory ksenonowe zł 2.975 • 320 – Kierownica i dźwignia zmiany biegów pokryte skórą zł 425 • 359 – Relingi dachowe poprzeczne zł 1020 • 365 – Czujnik ciśnienia powietrza (tylko z felgami alum.) zł 425 • 381 – Zabezpieczenie przestrzeni bagażowej zł 425 • 392 – ESP + ASR + MSR zł 2.465 • 406 – Felgi aluminiowe 16" i opony 215/60/16 zł 595 • 416 – Tempomat CRUISE CONTROL zł 765 • 440 – Fotele przednie obrotowe zł 1.020 • 452 – Przednie fotele podgrzewane zł 935 • 493 – Elektrycznie regulowane drzwi boczne zł 2.975 • 508 – Czujnik parkowania zł 1.870 • 565 – Zmieniarka CD zł 1.275 • 628 – Potrójne elektr. okno dachowe (zawiera lusterko do kontroli dzieci, z opcją 632 zł) 5.015 • 632 – Szyby elektr. ster., elektr. blokada drzwi, osłony przeciwsłoneczne dla 2 rzędu zł 1.530 • 659 – Zasłona przeciwsłoneczna dla 3 rzędu i tylnej szyby zł 212,50 • 897 – Fotele lotnicze (2+2+2 razem 6 miejsc) zł 2.465 • 903 – System CONNECT NAV zł 5.100 • 904 – System CONNECT NAV+ zł 8.925 • 965 – Kanapa w 3 rzędzie siedzeń (2+3+3 razem 8 miejsc) zł 4.250 • 40E – Pakiet Superwidoczność zł 1.275 • 40EK – Pakiet Professional (zawiera opcje 359, 381, 508) zł 2.720 • 40F – Pakiet skórzano-elektryczny zł 14.450 • 356* – Mapa Portugalii zł 1.190 • 530* – Mapa Włoch zł 1.190 • 533* – Mapa Niemiec zł 1.190 • 537* – Mapa Francji zł 1.190 • 538* – Mapa Belgii zł 1.190 • 540* – Mapa Holandii zł 1.190 • 542* – Mapa Szwajcarii zł 1.190 • 548* – Mapa Austrii zł 1.190 • 549* – Mapa Danii i Szwecji zł 1.190 • 554* – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.190 • 574* – Mapa Hiszpanii zł 1.190

** cena za kolejną mapę (jedna w cenie opcji 904)*

	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
LANCIA Y							
1.2 8v	**41.905**	1242	60 KM	155	5,7	3-drzwiowy	101.030.0
1.3 JTD	**51.935**	1248	70 KM	164	4,5	3-drzwiowy	101.031.0
1.2 8v ARGENTO	**44.115**	1242	60 KM	155	5,7	3-drzwiowy	101.230.0
1.4 16v ARGENTO	**47.515**	1368	95 KM	178	6,1	3-drzwiowy	101.233.0
1.3 JTD ARGENTO	**54.145**	1248	70 KM	164	4,5	3-drzwiowy	101.231.0
1.4 16v PLATINO	**53.805**	1368	95 KM	178	6,1	3-drzwiowy	101.333.0
1.3 JTD PLATINO	**60.435**	1248	70 KM	164	4,5	3-drzwiowy	101.331.0

• 025 – Klimatyzacja zł 3.825 • 041 – Lusterka zewn. elektr. ust. i podgrz. zł 442 • 097 – Światła p.mgielne zł 476 • 102 – Sprysk. refl. zł 680 • 140 – Autom. klimat. zł 4.675 • 241 – Lakier met. zł 935 • 245 – Przyciski ster. radiem na kier. zł 765 • 273 – Kanapa tylna 3-miejsc. zł 0 • 320 – Koło kier. i gałka dźwigni zm. biegów w skórze zł 425 • 347 – Czujnik deszczu zł 510 • 392 – System stab. toru jazdy ESP zł 2.040 • 40Y – Reg. lędź. fotela kier. zł 127,50 • 400 – Elektr. otwier. szklany dach Sky window zł 2.550 • 416 – Tempomat zł 1.020 • 431 – Koła ze stop. lekkich + opony posz. Extra Serie1 zł 1.445 • 432 – Koła ze stop. lekkich + opony posz. Extra Serie2 zł 1.700 • 505 – Pod. pow. boczna przednia zł 1.190 • 508 – Czuj. parkowania zł 595 • 563 – Zmien. CD w bagaż. zł 1.870 • 564 – Radioodtw. CD zł 1.530 • 58B – Lakier opalizujący zł 595 • 717 – Radioodtw. CD MP3 zł 1.445• 718 – System audio HiFi Bose zł 2.975 • 727 – Tapicerka Alcantara zł 1.360 • 728 – Tapicerka Microfibra Madras zł 1.190 • 802 – Lakier Extraserie (kość słoniowa pastel) zł 510 • 803 – Małe koło zapasowe zł 127,50 • 904 – Connect Nav+ zł 6 800 • 927 – Listwy przeciwuderzeniowe zł 170 • 989 – Kit dla palących zł 170 • 365 – Mapa Portugalii zł 1.360 • 530 – Mapa Włoch zł 1.360 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.360 • 537 – Mapa Francji zł 1.360 • 538 – Mapa Belgii zł 1.360 • 540 – Mapa Holandii zł 1.360 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.360 • 548 – Mapa Austrii zł 1.360 • 549 – Mapa Danii zł 1.360 • 574 – Mapa Hiszpanii zł 1.360 • 4DL – Dwukol nadw. i tapic. Glamour (kość słon+brąz lub kość słon. + czerw.) - wersja B-colore zł 2.270 • 4DL – Dwukol nadw. i tapic. Glamour (szary+brąz) - wersja B-colore zł 2.270

LANCIA MUSA							
1.4 16v ORO	**64.175,00**	1368	95	175	6,6	5-drzwiowy	184.112.0
1.4 16v D.F.N ORO	**67.320,00**	1368	95	175	6,4	5-drzwiowy	184.152.0
1.3 MULTIJET ORO	**69.691,50**	1248	70	159	5,1	5-drzwiowy	184.115.0
1.3 MULTIJET D.F.N. ORO	**73.440,00**	1248	70	159	5,0	5-drzwiowy	184.155.0
1.3 MULTIJET ORO	**75.055,00**	1910	100	179	5,5	5-drzwiowy	184.117.0

• 023 – Tylne szyby ster. elektr. zł 1.190 • 051 – Czujnik zmierzchu zł 595 • 070 – Boczne szyby tylne i tylna szyba przyciem. zł 680 • 097 – Światła p. mgielne zł 595 • 108 – koła ze stpów lekkich 15" zł 1.530 • 129 – Sziedz. przednie ogrzew., boczne pod. pow.* zł 2.210 • 140 – Autom. klimat. dwustref. zł 1.955 • 241 – Lakier met. zł 1.530 • 245 – Przyciski ster. radiem na kier. (6 przyc.) zł 765 • 320 – Koło kier. i gałka dźwigni zm. biegów w skórze (w wer. z aut. skrz. bieg. tylko kierownica) zł 680 • 347 – Czujnik deszczu zł 680 • 357 – Relingi dach. zł 1.190 • 365 – Czujnik ciś. w oponach TPMS* zł 1.445 • 392 – System stab. toru jazdy ESP zł 2.210 • 400 – Elektr. otw. szklany dach GranLuce zł 3.570 • 416 – Tempomat zł 1.190 • 432 – Koła ze stop. lekkich 16", posz. opony 205/50 zł 1.955 • 433 – Koła ze stop. lekkich 16", 2-kolor. posz. opony 205/50 zł 2.125 • 4CQ – Pakiet Dolce Far Poco: autom. klim. dwustr., przed. podłokietn., regulacja lędźw. foteli przed., czujnik zmierzchu, czujnik deszczu, czujnik parkowania, tempomat zł 4.675 • 4DK – Dezaktyw. pod. pow. pasaż.* zł 255 • 4LG – Podłokiet. foteli przedn., reg. lędźw. foteli przed. zł 680 • 4LK – Pakiet BOSE: radioodtwarz. CD system Audio HiFi Bose, kier. i gałka dźwigni zm. biegów w skórze, przyciski ster. radiem na kierown. (6 przycisków) zł 4.675 • 505 – Boczne pod. pow. zł 1.105 • 508 – Czujnik parkowania zł 935 • 563 – Zmien. CD w bagaż. zł 1.700 • 564 – Radioodtw. CD zł 1.530 • 631 – Uchwyty tylne Isofix do mocow. fot. dla dzieci* zł 340 • 58B – Lakier opalizujący zł 850 • 709 – Ster. radiem na kierow. do systemu nawig.* zł 850 • 707 – Radioodtwarzacz CD + MP3 zł 1.615 • 718 – System audio HiFi Bose zł 2.975 • 823 – Gniazdo 12V w bagaż. zł 340 • 833 – Przyst. do montażu telef. zł 595 • 904 – Connect Nav+* zł 6.800 • 989 – Kit dla palących zł 340 • 365 – Mapa Portugalii zł 1.445 • 530 – Mapa Włoch zł 1.445 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.445 • 537 – Mapa Francji zł 1.445 • 538 – Mapa Belgii zł 1.445 • 540 – Mapa Holandii zł 1.445 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.445 • 548 – Mapa Austrii zł 1.445 • 549 – Mapa Danii i Szwecji zł 1.445 • 574 – Mapa Hiszpanii zł 1.445

** – opcja niedostępna podczas premiery*

LANCIA PHEDRA							
2.0 16v EXECUTIVE	**110.415**	1997	136	185	9,1	5-drzwiowy	180.311.0
2.0 JTD 16v EXECUTIVE	**118.915**	1997	109	174	7,2	5-drzwiowy	180.315.0
2.0 JTD 16v EMBLEMA A/T	**129.965**	1997	107	167	8	5-drzwiowy	180.445.0
2.2 JTD 16v EMBLEMA 6 biegów	**145.265**	2179	128	182	7,3	5-drzwiowy	180.457.0
3.0 24v EMBLEMA A/T	**159.715**	2946	204	205	11,5	5-drzwiowy	180.443.0

• 064 – Superblokada zł 425 • 087 – 7 miejsc zł 2.975 • 103 – Zasłona przeciwsł. na tylnych drzwiach bag. zł 510 • 119 – Przednie fotele podgrzew., fotel kier. z pamięcią zł 3.570 • 210 – Lakier metaliz. zł 2.125 • 211 – Skórzana tapicerka + obrotowe siedzenia podgrzewane zł 5.525 • 224 – Superblokada + system antywłam. zł 1.275 • 230 – Reflektory ksenonowe zł 2.720 • 359 – Relingi dachowe zł 1.020 • 365 – Czujnik nis. ciśnienia w oponach zł 595 • 381 – Zabezpieczenie przestrzeni bagaż. zł 595 • 460 – 6 miejsc zł 2.210 • 493 – Elektr. przesuwane drzwi boczne zł 3.230 • 565 – Zmieniarka CD zł 1.700 • 628 – Potrójne elektr. otwierane okno dachowe zł 4.675 • 40F – Pakiet skórzano-elektryczny zł 8.075

LANCIA THESIS							
2.0 TURBO 20v EXECUTIVE 6M	**163.965**	1998	185	224	11,1	4-drzwiowy	115.368.0
2.4 20v EMBLEMA A/T	**202.215**	2446	170	217	10,9	4-drzwiowy	115.474.0
2.4 JTD 20v EXECUTIVE	**185.810**	2387	110	206	8,2	4-drzwiowy	115.363.0
2.4 JTD 20v EMBLEMA A/T	**203.490**	2387	110	206	8,2	4-drzwiowy	115.473.0
3.2 V6 EMBLEMA A/T	**214.115**	3179	230	240	14,9	4-drzwiowy	115.472.0

• 070 – Przyciemniane tylne szyby boczne zł 850 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 1.020 • 103 – Osłona tylna sterowana elektrycznie zł 1.530 • 108 – Koła ze stopu 215/60/16", styl elegancki zł 1.530 • 205 – Dodatkowe ogrzewanie programowane, zdalnie sterowane* zł 4.675 • 223 – Zabezpieczenie przeciwkradzieżowe wolumetryczne, z czujnikiem podnoszenia i alarmem zł 2.040 • 241 – Lakier metalizowany zł 2.125 • 291 – Pokrowiec na narty zł 680 • 317 – Telewizor z wykorzystaniem wyświetlacza CONNECT zł 5.525 • 356 – Mapa Portugalii zł 1.785 • 368 – Ogrzewanie foteli tylnych zł 2.125 • 386 – Dynamiczny system nawigacji zł 5.950 • 400 – Dach otwierany z ogniwami słonecznymi zł 5.950 • 412 – Cruise control adaptacyjny* zł 5.950 • 435 – Koła ze stopu 225/55/17", styl sportowy zł 2.550 • 452 – Ogrzewanie foteli przednich zł 2.125 • 496 – Słuchawka telefonu z klawiaturą i wyświetlaczem zł 1.275 • 4G8 – Bagażnik z oprzyrządowaniem (gniazdko 12V, siatka) zł 510 • 501 – Pamięć ustawień i ogrzewanie foteli przednich zł 5.950 • 503 – Panel sterowania klimatyzacją dla pasażerów z tyłu zł 1.360 • 508 – Czujniki parkingowe przednie/tylne zł 2.550 • 525 – Lusterka wewnętrzne/zewnętrzne elektrochromatyczne zł 1.870 • 530 – Mapa Włoch zł 1.785 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.785 • 534 – Fotele przednie Comfort zł 17.425 • 535 – Fotele tylneComfort zł 12.325 • 537 – Mapa Francji zł 1.785 • 538 – Mapa Belgii zł 1.785 • 540 – Mapa Holandii zł 1.785 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.785 • 548 – Mapa Austrii zł 1.785 • 549 – Mapa Danii zł 1.785 • 560 – Szyby antywłamaniowe zł 2.550 • 563 – Zmieniarka CD zł 1.870 • 574 – Mapa Hiszpanii zł 1.785 • 579 – PASSIVE ENTRY I KEY/LESS GO zł 1.870 • 58B – Lakier opalizujący zł 850 • 718 – System Hi-Fi BOSE zł 4.250 • 732 – Tapicerka skórzana Poltrona Frau zł 11.900 • 982 – Koło zapasowe styl klasyczny zł 1.105 • 991 – Koło zapasowe styl elegancki zł 1.105

** – opcja chwilowo niedostępna dla wersji 3.2 A/T*

CENNIK SAMOCHODÓW obowiązujący od 12 kwietnia 2005 r. Ceny z 15% upustem dla pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce, którzy mogą alternatywnie skorzystać z opcji 10% upustu i darmowego pakietu ubezpieczeniowego. Ważne w chwili oddania dwumiesięcznika do druku. Ceny dotyczą modeli w wykonaniu standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży. Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty wg cennika opcji.

ALFA ROMEO 147

	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
147 1.6 TS 105 KM IMPRESSION	**56.015**	1598	105	185	8,1	3-drzwiowy	190.531.1
147 1.6 TS 105 KM PROGRESSION	**60.265**	1598	105	185	8,1	3-drzwiowy	190.031.1
147 1.6 TS 105 KM DISTINCTIVE	**64.600**	1598	105	185	8,1	3-drzwiowy	190.231.1
147 1.6 TS 120 KM DISTINCTIVE	**67.490**	1598	120	195	8,2	3-drzwiowy	190.431.1
147 2.0 TS DISTINCTIVE	**78.540**	1970	150	208	8,9	3-drzwiowy	190.335.1
147 2.0 TS SELESPEED DISTINCTIVE	**84.830**	1970	150	208	8,9	3-drzwiowy	190.835.1
147 1.9 JTD 115 KM PROGRESSION	**71.230**	1910	115	191	5,8	3-drzwiowy	190.134.1
147 1.9 JTD 150 KM PROGRESSION	**74.715**	1910	150	208	5,9	3-drzwiowy	190.137.1
147 1.9 JTD 150 KM DISTINCTIVE	**78.965**	1910	150	208	5,9	3-drzwiowy	190.437.1
147 1.6 TS 105 KM IMPRESSION	**57.715**	1598	105	185	8,1	5-drzwiowy	190.551.1
147 1.6 TS 105 KM PROGRESSION	**61.965**	1598	105	185	8,1	5-drzwiowy	190.051.1
147 1.6 TS 105 KM DISTINCTIVE	**66.300**	1598	105	185	8,1	5-drzwiowy	190.251.1
147 1.6 TS 120 KM DISTINCTIVE	**69.190**	1598	120	195	8,2	5-drzwiowy	190.451.1
147 2.0 TS DISTINCTIVE	**80.240**	1970	150	208	8,9	5-drzwiowy	190.355.1
147 2.0 TS SELESPEED DISTINCTIVE	**86.530**	1970	150	208	8,9	5-drzwiowy	190.855.1
147 1.9 JTD 115 KM PROGRESSION	**72.930**	1910	115	191	5,8	5-drzwiowy	190.154.1
147 1.9 JTD 150 KM PROGRESSION	**76.415**	1910	150	208	5,9	5-drzwiowy	190.157.1
147 1.9 JTD 150 KM DISTINCTIVE	**80.665**	1910	150	208	5,9	5-drzwiowy	190.457.1

• 015 – ASR zł 850 • 023 – Elektryczne podn. szyb z tyłu zł 765 • 025 – Klimatyzacja manualna zł 4.675 • 082 – Przyst. do montażu radia zł 425 • 097 – Światła przeciwmgielne zł 595 • 102 – Spryskiwacze reflektorów zł 595 • 132 – Podłok. z przodu zł 425 • 205 – Ogrzewanie dodatkowe zł 850 • 210 – Lakier metalizowany zł 1.530 • 211 – Tapicerka skórzana zł 3.825 • 213 – Autoalarm zł 1.275 • 270 – Lakier perłowy zł 6.375 • 302 – Głośniki tylne wysokotonowe zł 255 • 303 – Przyciski sterujące radiem na kierownicy zł 510 • 320 – Kierownica i dźwignia zmiany biegów obszyta skórą zł 510 • 321 – Kierow. i dźwignia zmiany biegów ozdobiona drewnem zł 765 • 392 – VDC zł 1.615 – 2.465* • 400 – Dach otwierany elektrycznie zł 2.550 • 410 – Lust. wew. autom. przyc. zł 340 • 415 – Felgi aluminiowe Sport 15" opony 195/60/15" zł 0 – 1.870* • 416 – Tempomat zł 850 • 431 – Felgi aluminiowe Eleganti 15" opony 195/55 zł 0 – 1.870* • 432 – Felgi aluminiowe Sport 16" opony 205/55/16" zł 0 – 2.550* • 433 – Felgi aluminiowe Sport 17" opony 215/45/17" zł 1.700 – 2.975* • 435 – Felgi aluminiowe wieloszprychowe 16" opony 205/55(niemożliwy mont. łańc.) zł 850 – 2.550* • 439 – Felgi aluminiowe Supersport 17" opony 215/45 zł 1.700 – 2.975* • 454 – Regulacja wys. fotela pas. zł 340 • 508 – Czujnik parkow. z tyłu zł 850 • 564 – Radio z CD zł 1.785 • 709 – Przyciski sterujące radiem i tel. na kier. zł 680 • 711 – Sterowanie głosowe zł 425 • 718 – System Hi-Fi BOSE z subwooferem zł 2.210 • 728 – Tapicerka siedzeń z materiału ALFATEX zł 425 • 732 – Fotele sportowe - tapicerka skórzane zł 4.250 • 740 – Pakiet Klimatyzacja zł 1.105 • 833 – Przystosowanie do montażu telefonu komórkowego zł 680 • 903 – System CONNECT NAV (piktogramy) zł 9.265 • 904 – System CONNECT NAV+ (mapa) zł 12.750 • 976 – Lust. boczne lakier. w kol. nadw. zł 0 – 680* • 980 – Koło zapasowe pełnowymiarowe zł 170 • 41A – Autoradio z mp3 zł 2.125 • 51Y – Pakiet Komfort zł 595 • 56B – Pakiet Zimowy zł 1.530 • 530 – Mapa Włoch zł 1.530 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.530 • 537 – Mapa Francji zł 1.530 • 538 – Mapa Belgii zł 1.530 • 540 – Mapa Holandii zł 1.530 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.530 • 548 – Mapa Austrii zł 1.530 • 549 – Mapa Danii zł 1.530 • 549 – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.530 • 574 – Mapa Hiszpanii i Portugalii zł 1.530

** w zależności od wersji*

ALFA ROMEO 156

1.6 TS IMPRESSION	**69.615**	1598	120	200	8,2	4-drzwiowy	116.121.3
1.6 TS IMPRESSION BUSINESS	**71.315**	1598	120	200	8,2	4-drzwiowy	116.121.3
1.6 TS PROGRESSION	**75.225**	1598	120	200	8,2	4-drzwiowy	116.221.3
1.6 TS PROGRESSION CLASSIC	**77.605**	1598	120	200	8,2	4-drzwiowy	116.221.3
1.8 TS PROGRESSION CLASSIC	**79.730**	1747	140	208	8,5	4-drzwiowy	116.223.3
2.0 JTS PROGRESSION CLASSIC	**85.255**	1970	165	220	8,6	4-drzwiowy	116.375.3
2.0 JTS DISTINCTIVE	**93.160**	1970	165	220	8,6	4-drzwiowy	116.075.3
2.0 JTS DISTINCTIVE SPORT	**98.175**	1970	165	220	8,6	4-drzwiowy	116.075.3
2.0 JTS SELESPEED DISTINCTIVE	**97.155**	1970	165	220	8,6	4-drzwiowy	116.074.3
1.9 JTD IMPRESSION BUSINESS	**76.755**	1910	115	191	5,8	4-drzwiowy	116.146.3
1.9 JTD PROGRESSION CLASSIC	**83.045**	1910	115	191	5,8	4-drzwiowy	116.246.3
1.9 JTD DISTINCTIVE	**91.035**	1910	115	191	5,8	4-drzwiowy	116.286.3
1.9 JTD 16v IMPRESS. BUSINESS	**79.475**	1910	140	209	5,9	4-drzwiowy	116.156.3
1.9 JTD 16v PROGRESSION	**84.235**	1910	140	209	5,9	4-drzwiowy	116.546.3
1.9 JTD 16v PROGRESSION CLASS.	**86.615**	1910	140	209	5,9	4-drzwiowy	116.546.3
1.9 JTD 16v DISTINCTIVE	**94.605**	1910	140	209	5,9	4-drzwiowy	116.586.3
2.4 JTD 20v PROGRESSION CLASS.	**106.420**	2387	150	212	6,6	4-drzwiowy	116.257.3
2.4 JTD 20v DISTINCTIVE	**114.070**	2387	150	212	6,6	4-drzwiowy	116.457.3

ALFA ROMEO 156 SW

	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
1.6 TS IMPRESSION	**73.780**	1598	120	200	8,3	5-drzwiowy	116.721.3
1.6 TS IMPRESSION BUSINESS	**75.480**	1598	120	200	8,3	5-drzwiowy	116.721.3
1.6 TS PROGRESSION	**78.795**	1598	120	200	8,3	5-drzwiowy	116.621.3
1.6 TS PROGRESSION CLASSIC	**81.175**	1598	120	200	8,3	5-drzwiowy	116.621.3
1.8 TS PROGRESSION CLASSIC	**83.300**	1747	140	208	8,6	5-drzwiowy	116.723.3
2.0 JTS PROGRESSION CLASSIC	**88.825**	1970	165	220	8,9	5-drzwiowy	116.675.3
2.0 JTS DISTINCTIVE	**96.730**	1970	165	220	8,9	5-drzwiowy	116.175.3
2.0 JTS DISTINCTIVE SPORT	**101.745**	1970	165	220	8,9	5-drzwiowy	116.175.3
2.0 JTS SELESPEED DISTINCTIVE	**100.725**	1970	165	220	8,9	5-drzwiowy	116.174.3
1.9 JTD IMPRESSION BUSINESS	**80.325**	1910	115	191	6,0	5-drzwiowy	116.746.3
1.9 JTD PROGRESSION CLASSIC	**86.615**	1910	115	191	6,0	5-drzwiowy	116.646.3
1.9 JTD DISTINCTIVE	**94.605**	1910	115	191	6,0	5-drzwiowy	116.686.3
1.9 JTD 16v IMPRESSION BUSINESS	**83.045**	1910	140	209	6,1	5-drzwiowy	116.756.3
1.9 JTD 16v PROGRESSION	**87.805**	1910	140	209	6,1	5-drzwiowy	116.846.3
1.9 JTD 16v PROGRESSION CLASSIC	**90.185**	1910	140	209	6,1	5-drzwiowy	116.846.3
1.9 JTD 16v DISTINCTIVE	**98.175**	1910	140	209	6,1	5-drzwiowy	116.886.3
2.4 JTD 20v PROGRESSION CLASSIC	**109.990**	2387	150	212	6,7	5-drzwiowy	116.657.3
2.4 JTD 20v DISTINCTIVE	**117.640**	2387	150	212	6,7	5-drzwiowy	116.847.3

ALFA ROMEO CROSSWAGON Q4

1.9 JTD 150 KM STRADALE PROG.	**110.500**	1910	150	192	7,1	5-drzwiowy	116.056.3
1.9 JTD 150 KM PROGRESSION	**119.000**	1910	150	192	7,1	5-drzwiowy	116.046.3
1.9 JTD 150 KM DISTINCTIVE	**127.500**	1910	150	192	7,1	5-drzwiowy	116.086.3

102 – Spryskiwacze reflektorów zł 595 • 104 – Roleta bagażnika zł 425 • 200 – Ogrzewanie dod. (tylko JTD) zł 1.700 • 208 – Felgi aluminiowe 17" (podwójna szprycha) chromowane zł 2.550 • 210 – Lakier metalizowany zł 1.700 • 211 – Tapicerka skórzana zł 3.825 • 213 – Autoalarm zł 1.275 • 230 – Reflektory ksenonowe zł 2.550 • 231 – Fotelik dla dziecka Isofix zł 935 • 245 – Przyciski w kierownicy sterujące radiem zł 510 • 263 – Connect zł 5.950 • 269 – Radionawigator zł 4.250 • 270 – Lakier perłowy zł 7.225 • 357 – Relingi dachowe aluminiowe zł 1.275 • 400 – Elektr. otwierany dach zł 2550 • 416 – Tempomat zł 850 • 41I – System Bluetooth zł 1360 • 508 – Czujnik parkowania z tyłu zł 850 • 563 – Zmieniarka CD w bagażniku zł 1.530 • 587 – Pakiet zimowy zł 1.360 • 718 – System Hi-Fi Bose z subwooferem zł 2.550 • 732 – Fotele obszyte skórą P. Fiore zł 5.950 • 762 – Siatka trzymająca bagaże zł 425 • 788 – Fotele sportowe skórzane zł 4.250 • 833 – Przystosowanie do montażu telefonu zł 680 • 890 – Pakiet Komfort zł 680 • 903 – Connect Nav (piktogramy) zł 9.265 • 976 – Lakier. lusterka bocz. zł 425 • 530 – Mapa Włoch zł 1.530 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.530 • 537 – Mapa Francji zł 1.530 • 538 – Mapa Belgii zł 1.530 • 540 – Mapa Holandii zł 1.530 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.530 • 548 – Mapa Austrii zł 1.530 • 549 – Mapa Danii zł 1.530 • 554 – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.530 • 574 – Mapa Hiszpanii zł 1.530

ALFA ROMEO 166

2.0 TS IMPRESSION	**118.150**	1970	150	211	9,7	4-drzwiowy	136.020.1
2.4 JTD IMPRESSION	**137.190**	2387	150	204	7,6	4-drzwiowy	136.024.1
2.4 JTD PROGRESSION	**141.950**	2387	150	204	7,6	4-drzwiowy	136.102.1
2.4 JTD 20v PROGRESSION	**151.130**	2387	175	222	7,5	4-drzwiowy	136.101.1
2.4 JTD 20v PROGRESSION A/T	**157.930**	2387	175	222	7,5	4-drzwiowy	136.104.1
2.5 V6 24v PROGRESSION	**150.450**	2492	188	245	11,9	4-drzwiowy	136.156.1
3.0 V6 24v PROGRESSION A/T	**169.575**	3179	239	245	12,5	4-drzwiowy	136.105.1
3.0 V6 PROGRESSION	**162.350**	2959	220	241	12,5	4-drzwiowy	136.103.1
3.2 V6 24v DISTINCTIVE	**168.300**	3179	239	245	12,5	4-drzwiowy	136.303.1
3.2 V6 24v LUXURY	**170.850**	3179	239	245	12,5	4-drzwiowy	136.402.1

• 058 – Pakiet Ti zł 6.800 • 103 – Zasłony przeciwsłoneczne zł 340 • 113 – Przednie siedzenia podgrzewane zł 2.975 • 135 – Przednie siedzenia elektrycznie regulowane i podgrzewane z pam. fot. kierowcy zł 5.100 • 205 – Dodatkowe ogrzewanie zł 2.975 • 210 – Lakier metalizowany zł 2.380 • 211 – Tapicerka ze skóry zł 4.845 • 213 – Autoalarm zł 1.870 • 253 – Ogrzewanie części przedniej szyby przy wycieraczkach zł 765 • 347 – Czujnik deszczu zł 500 • 386 – System nawigacji zł 6.800 • 392 – VDC układ stab. tor jazdy zł 2.975 • 400 – Dach otwierany elektrycznie zł 3.400 • 410 – Lusterko wewnętrzne aut. przyc. zł 425 • 416 – Tempomat zł 850 • 431 – Felgi aluminiowe 16" 205/55 CLASSIC zł 850 • 432 – Felgi aluminiowe 17" 225/45 SPORT zł 1.105 – 1.700* • 435 – Felgi aluminiowe 18" 235/40 SPORT zł 1.275 – 2.125* • 441 – Podwójne lusterko elektr. z odszraniaczem zł 425 • 508 – Czujnik parkowania z tyłu zł 1.700 • 563 – Zmieniarka CD w bagażniku zł 1.700 • 564 – Radio Hi-Fi z CD i magazynkiem na 3 CD zł 3.825 • 709 – Przyciski sterujące radiem i telefonem na kierownicy zł 850 • 728 – Tapicerka skórzana Blue/Red Style zł 6.545 • 833 – Przygotowanie do mont. telefonu zł 425 • 863 Wbudowany tel. komórkowy zł 2.550 • 530 – Mapa Włoch zł 1.530 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.530 • 537 – Mapa Francji zł 1.530 • 538 – Mapa Belgii zł 1.530 • 540 – Mapa Holandii zł 1.530 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.530 • 548 – Mapa Austrii zł 1.530 • 549 – Mapa Danii zł 1.530 • 554 – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.530 • 574 – Mapa Hiszpanii i Portugalii zł 1.530

** w zależności od wersji*

CENNIK SAMOCHODÓW obowiązujący od 7 marca 2005 r. Ceny z 15% upustem dla pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce, którzy mogą alternatywnie skorzystać z opcji 10% upustu i darmowego pakietu ubezpieczeniowego. Ważne w chwili oddania dwumiesięcznika do druku. Ceny dotyczą modeli w wykonaniu standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży. Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty wg cennika opcji.

ALFA ROMEO GT

	CENA	CHARAKTERYSTYKA					
	cena (pln)	pojemność cylindrów cm^3	moc silnika KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	rodzaj nadwozia	kod
1.8 TS IMPRESSION	**92.650**	1747	140	200	8,5	2-drzwiowy	125.432.0
1.9 JTD 16v PROGRESSION	**106.250**	1910	150	209	6,7	2-drzwiowy	125.133.0
2.0 JTS PROGRESSION	**102.850**	1970	165	216	8,7	2-drzwiowy	125.335.0
2.0 JTS SELESPEED DISTINCTIVE	**112.200**	1970	165	216	8,7	2-drzwiowy	125.436.0
3.2 V6 24v DISTINCTIVE	**127.500**	3179	240	243	12,4	2-drzwiowy	125.437.0

• 070 – Szyby privacy zł 1.360 • 102 – Spryskiwacze reflektorów zł 595 • 132 – Podłokietnik z przodu zł 425 • 140 – Klimatyzacja aut. dwustrefowa zł 4.675 • 210 – Lakier metalizowany zł 1.700 • 211 – Siedzenia ze skóry zł 4.500 • 213 – Autoalarm zł 1.275 • 230 – Reflektory ksenonowe zł 2.550 • 270 – Lakier perłowy zł 7.225 • 303 – Przyciski na kierownicy sterujące radiem zł 680 • 350 – Pakiet zimowy zł 1.360 • 392 – VDC (ESP) ukł. stab. tor jazdy zł 2.465 • 415 – Felgi alum. 15" 195/60 ELEGANT zł 1.275 • 420 – Felgi alum. 17" 215/45 SPORT zł 425 • 421 – Felgi alum. 16" 205/55 SPORT I zł 1.275 • 431 – Felgi alum. 17" 225/45 SUPER SPORT zł 425 • 433 – Felgi alum. 17" 215/45 SPORT zł 1.530 – 2.805* • 433 – Felgi alum. 17" 215/45 SPORT II zł 1.870 – 3.145* • 454 – Reg. wys. siedzenia pasaż. zł 425 • 508 – Czujnik park. z tyłu zł 850 • 563 – CD Changer w bagażniku zł 1.530 • 564 – Radio z CD zł 1.785 • 709 – przyc. na kierow. ster. radiem i tel. zł 850 • 717 – Radio z CD i MP3 zł 425 – 2.210* • 718 – System Hi-Fi Bose z subwooferem zł 2.550 • 728 – Tapicerka z mat. Alfatex zł 680 • 732 – Tapicerka siedzeń, deska roz. i obicia drzwi obszyte skórą "Pieno Fiore" zł 18.275 • 740 – Pakiet Klimatyzacja zł 1.105 • 762 – Siatka zab. bagaże zł 425 • 833 – Przyst. do montażu tel. zł 680 • 903 – Connect Nav+ (mapa) zł 12.750 • 980 – Koło zap. pełnowym. zł 425 • 41l – System bluetooth zł 1.360 • 56J – Felgi alum. 18" 225/40 SPORT III zł 2.720 – 3.995*• 530 – Mapa Włoch zł 1.530 • 533 – Mapa Niemiec zł 1.530 • 537 – Mapa Francji zł 1.530 • 538 – Mapa Belgii zł 1.530 • 540 – Mapa Holandii zł 1.530 • 542 – Mapa Szwajcarii zł 1.530 • 548 – Mapa Austrii zł 1.530 • 549 – Mapa Danii zł 1.530 • 554 – Mapa Wielkiej Brytanii zł 1.530 • 574 – Mapa Hiszpanii i Portugalii zł 1.530

** w zależności od wersji*

Lista spółek Grupy Fiat w Polsce

stan na 15 kwietnia 2005 r.

1. Fiat Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6075350, Fax (0-22) 6074352 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	reprezentacja i koordynacja działalności Grupy Fiat w Polsce
2. Fiat Auto Poland SA	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8134002, Fax (0-33) 8132834 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	produkcja samochodów osobowych
3. Teksid Iron Poland Sp. z o.o.	ul. Ciężarowa 49, Skoczów Tel. (0-33) 8538200, Fax (0-33) 8532964 Prezes: Giovanni Sella	produkcja odlewów żeliwnych dla przemysłu samochodowego
4. CNH Polska Sp. z o.o.	ul. Otolińska 25, 09-407 Płock Tel. (0-24) 2679600, Fax (0-24) 2679605 Dyrekcja Generalna	produkcja maszyn rolniczych
5. Magneti Marelli Poland SA	ul. Gen. M. Zaruskiego 11, 41-200 Sosnowiec Tel. (0-32) 2630665, Fax (0-32) 2636618 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	koordynacja działalności Magneti Marelli w Polsce
6. Automotive Lighting Polska Sp. z o.o.	ul. Gen. M. Zaruskiego 11, 41-200 Sosnowiec Tel. (0-32) 2960111, Fax (0-32) 2960340 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – oświetlenie
7. Magneti Marelli Exhaust Systems Polska Sp. z o.o.	ul. Chopina 72, 41-300 Dąbrowa Górnicza Tel. (0-32) 295 79 22, Fax (0-32) 2957958 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – układy wydechowe
8. Magneti Marelli Suspension Systems Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132199, Fax (0-33) 8132955 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcja części samochodowych – zawieszenia
9. Comau Poland Sp. z o.o.	ul. Turyńska 100, 43-100 Tychy Tel. (0-32) 2179404, Fax (0-32) 2179440 Dyrektor, Wiceprezes: Hubert Gerono	produkcja i obsługa urządzeń dla przemysłu samochodowego
10. Iveco Poland Sp. z o.o.	Al. Jerozolimskie 224, 02-495 Warszawa Tel. (0-22) 5784300, Fax (0-22) 5784318 Wiceprezes Zarządu: Antonio Orlando	import i sprzedaż samochodów dostawczych i ciężarowych
11. Business Solutions Polska Sp. z o.o.	ul. Konwojowa 51, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132242, Fax (0-33) 8134108 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	administracja księgowa, personalna i płace
12. Ingest Facility Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8134018, Fax (0-33) 8135444 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	zarządzanie i utrzymanie nieruchomości
13. Sadi Polska Sp. z o.o.	ul. Konwojowa 57, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8135323, Fax (0-33) 8134113 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	usługi celne
14. Fidis Finance Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6074900, Fax (0-22) 6074854 Prezes Zarządu: Giuseppe Tammaro	usługi finansowe i leasingowe
15. Fidis Faktoring Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6074921, Fax (0-22) 6074853 Prezes Zarządu: Giuseppe Tammaro	usługi faktoringowe
16. SIRIO Polska Sp. z o. o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132485, Fax: (0-33) 813 5333 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	ochrona osób, mienia i ochrona przeciwpożarowa oraz transport

Joint Ventures

1. Fiat-GM Powertrain Polska Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132452, Fax (0-33) 8132451 Dyrektor Generalny: Tadeusz Świerczek	produkcja silników i skrzyń biegów do samochodów
2. GM-Fiat Worldwide Purchasing Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132549, Fax (0-33) 8126988 Członek Zarządu: Tomasz Trombala	zakupy materiałów pośrednich i bezpośrednich do produkcji samochodów
3. Fiat Bank Polska SA	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6074941, Fax (0-22) 6074849	usługi bankowe
4. Fidis Leasing Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6074973-74, Fax (0-22) 6074982 Prezes Zarządu: Giuseppe Tammaro	usługi leasingowe

Harmonijne kształty i ogniste serce. Takie są właśnie włoskie samochody.

FIAT

Nowy Fiat Idea

Nowości są zawsze fascynujące. Tak jak nowy minivan Fiata – Idea. Możesz wybrać jeden z szerokiej gamy dynamicznych silników – benzynowych lub wysokoprężnych. Możesz do woli korzystać z modułowych rozwiązań wnętrza i samemu stworzyć uniwersalne auto dostosowane do każdej z Twoich potrzeb. Nowy Fiat Idea powstał po to, by razem z Tobą zostawiać codzienność w tyle. To samochód, który współgra z Tobą tak bardzo, że nie zmienisz go nigdy. Wyposażenie nie obejmuje George'a.

Fiat dla Ciebie **5** lat gwarancji lub 120 tys. km przebiegu. Szczegóły programu u dealerów.

infolinia: 0 801 19 19 19, koszt 1 jedn. operatora **www.fiatidea.pl**