

CZASOPISMO
PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT
ROK 14/2 • NUMER 85 • CZERWIEC 2010

fiat wokół nas

GRUPA • LUDZIE • PRODUKT • AKTUALNOŚCI • CZAS WOLNY



Fiat ODNOWA DLA PRZYSZŁOŚCI

ODKRYWAMY: ALFA ROMEO GIULIETTA

ZOBACZ, JAK ZMIENIŁ SIĘ FIAT



 BLUE&ME™ Komunikuj się swobodnie	
 Analizuj swój styl jazdy i oszczędzaj	
3 LATA GWARANCJI BEZ LIMITU KILOMETRÓW	



www.fiat.pl

Zdjęcia są jedynie ilustracją. 3-letnia gwarancja dotyczy modeli osobowych wyprodukowanych od 2009 r. z wyłączeniem modeli gamy Fiat Professional (2 lata gwarancji bez limitu kilometrów). Technologia Blue&Me™ dostępna w wybranych modelach i wersjach z wyłączeniem: 600, Punto Classic, Sedici, Pandy. Aplikacja eco:Drive dostępna w wyposażonych w system Blue&Me™ modelach: 500, Grande Punto, Punto Evo, Bravo, Croma, Qubo oraz w nowym Doblo. Szczegóły w salonach.

**Do wszystkich pracowników Grupy Fiat,**

21 kwietnia był niezwykle ważnym dniem dla Fiata oraz dla nas wszystkich, którzy pracują w Grupie i w nią wierzą. Plan na lata 2010-2014 wyznacza nowy rozdział w naszej historii. To plan zbudowany na zaangażowaniu i ambicji. Chcemy zapewnić naszej Grupie możliwość dalszego rozwoju i pozycję jednego z najbardziej solidnych przedsiębiorstw przemysłowych na świecie. Chcemy to osiągnąć, koncentrując się w znacznym stopniu na ekspansji międzynarodowej. Naszym drugim celem jest pełne wykorzystanie przemysłowego i kulturowego zróżnicowania naszej organizacji.

Osiągnięcie pierwszego celu będzie wymagało podziału, z kolei drugiego – integracji.

Ogłoszona 21 kwietnia strategiczna decyzja o tym, by rozdzielić pewne rodzaje działalności będzie skutkować utworzeniem dwóch oddzielnych grup: jednej skoncentrowanej na sektorze samochodowym (Fiat), drugiej na samochodach ciężarowych oraz maszynach rolniczych i budowlanych (Fiat Industrial). Taki krok jest niezbędny, by zagwarantować obu tym podmiotom możliwość autonomicznego działania i rozwoju swoich rynków, poprzez rozwinięcie potencjału oraz wartości każdego z nich, które w przeciwnym wypadku mogłyby być narażone na zdławienie. W ten sposób będziemy mogli zapewnić naszym pracownikom przede wszystkim większe poczucie bezpieczeństwa w obliczu często nieprzewidywalnych skutków cyklów ekonomicznych, a także stworzymy im możliwość osobistego i zawodowego rozwoju.

Kolejnym obszarem, na którym chcielibyśmy skoncentrować nasze wysiłki, jest umocnienie naszego profilu międzynarodowego. Plan zakłada znaczącą ekspansję naszej obecności na największe rynki międzynarodowe, zwłaszcza na te, które oferują największy potencjał rozwojowy. W dążeniu do tego celu zamierzamy kontynuować sposób zarządzania, który doprowadził nas do punktu, w jakim jesteśmy dzisiaj i którego celem jest prawdziwa integracja z kulturą kraju, w którym Fiat jest obecny. Sposób ten bazuje na docenianiu, słuchaniu i wzajemnym poszanowaniu.

Wierzymy, że prawdziwe dzielenie się wartościami oraz wiedzą stanowi cenne bogactwo dla nas wszystkich i jest bazą, na której możemy zbudować coś nowego i lepszego. Plan 2010-2014 daje wyjątkową możliwość dokonania historycznego zwrotu i pokazania, jak mocno wierzymy w to, co robimy. Fakt, że dzisiaj możemy wytyczać nowy kurs naszej firmy i zmierzyć się z kolejnymi wyzwaniami, zawdzięczamy przede wszystkim pracy, jaką wszyscy wykonaliśmy w ostatnich latach oraz pasji, z jaką działaliśmy.

Teraz nadszedł czas na dokonanie wielkiego skoku w przyszłość. Przyszłość, w której to wy będącie nadal autorami i głównymi bohaterami.

Z głębi serca dziękujemy wszystkim.

John Elkann

Sergio Marchionne



EKO-PRZEGŁĄD

OSZCZĘDZAJ PIENIĄDZE I ŚRODOWISKO NATURALNE,
PODRÓŻUJ BEZPIECZNIE!

tylko 50 zł*



ZAKRES PRZEGŁĄDU:

- STAN TECHNICZNY OPOŃ
- EMISJA SPALIN
- UKŁAD STEROWANIA SILNIKA
- SONDA LAMBDA
- FILTR KABINOWY
- SZCZELNOŚĆ ZESPOŁU NAPĘDOWEGO

* kwota z VAT. W przypadku dokonania płatnej naprawy przegląd gratis!

ATRAKCYJNA OFERTA NA WYBRANE CZĘŚCI ZAMIENNE I AKCESORIA. SZCZEGÓŁY W BIURZE OBSŁUGI Klienta.



SERVICE

w numerze

rok 14/2
numer 85
czerwiec 2010

Odpowiedzialny za edycję
w Grupie Fiat
Ettore Gregorani

Dyrektor Wydawniczy
Enrico Pavoni

Redaktor Naczelny
Jerzy Piekarczyk

Z-ca Redaktora Naczelnego
Francesco Novo

Zespół redakcyjny
Filippo Gallino
Mirosława Malich
Tomasz Libich

Studio graficzne
Barbara Juraszek
Maciej Feodorow

Wydawca
Fiat Auto Poland SA

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

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

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

Druk
Dimograf, Bielsko-Biała

Nakład
16.300 egz.

Oddano do druku:
2 czerwca 2010 r.

LUDZIE



45 Ludzie: Dorota Wróblewska

PRODUKT



- 14** Alfa Romeo Giulietta
- 32** Minęło 30 lat Pandy
- 62** Cennik samochodów

AKTUALNOŚCI



38 Bieg Fiata
40 Fiat Bravo Klub

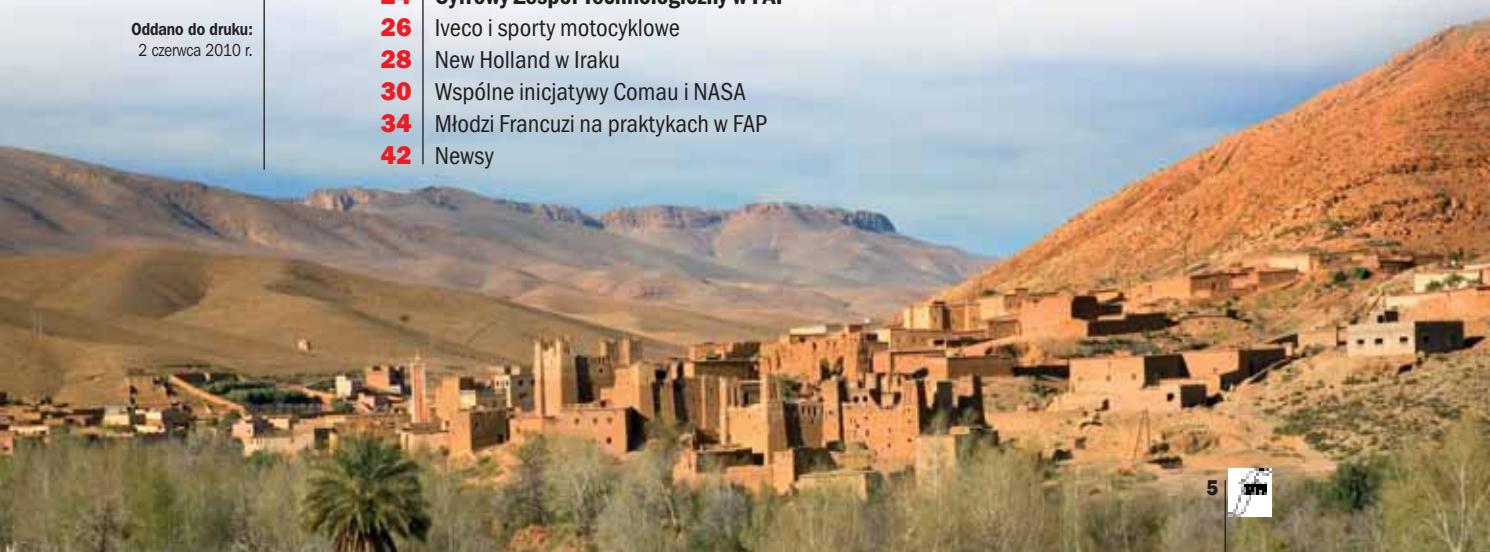
ČAS WOLNY



- 56** Osobliwości
- 58** Filmy i kino
- 60** Nowości

48

**Danie specjalne:
Maroko**



TEKST
Giancarlo
Riolfo

Nowy mierzy

Fiat zamyka pewien rozdział historii. W celu zwiększenia konkurencyjności w poszczególnych sektorach, do końca roku z Grupy zostaną wydzielone spółki CNH, Iveco oraz FPT. Poza tym, do 2014 roku czeka nas realizacja współpracy z Chryslerem przy produkcji 34 nowych modeli. Grupa ma ambitne cele: za pięć lat moce produkcyjne osiągną pułap 6 milionów pojazdów (w Fiacie i Chryslerze łącznie), obroty 93 miliardów euro, a zyski 5 miliardów. To jeszcze nie wszystko.

Fiat umacnia swoją pozycję na rynkach wschodzących (w Brazylii, Rosji, Indiach i Chinach), a jednocześnie rozszerza swoją produkcję we Włoszech, gdzie zainwestuje blisko 20 miliardów euro.

Tak w skrócie można przedstawić plan na lata 2010-2014, zaprezentowany dziennikarzom oraz analitykom finansowym 21 kwietnia przez Dyrektora Pełnomocnego Grupy Fiat Sergio Marchionne. Spotkanie trwało sześć godzin i odbyło się po naradzie zarządu, który przyjął właśnie wyniki finansowe pierwszego kwartału. Podczas spotkania menedżerowie prezentowali sukcesy, problemy i zamierzenia, a przede wszystkim plany Grupy na przyszłość.



Fiat wysoko

Najważniejsza decyzja: wprowadzenie ładu w Grupie. Do końca 2010 roku powstaną dwie oddzielne grupy przemysłowe. Z jednej strony Fiat Spa, nastawiony na biznes samochodowy, na czele którego staną Fiat Group Automobiles, Maserati, Ferrari, Fiat Powertrain Technologies (za wyjątkiem obszarów niezwiązanych z motoryzacją), Magneti Marelli oraz szereg firm zajmujących się produkcją części i podzespołów. Plus 20% pakiet kapitału Chryslera. Z drugiej strony powstanie Fiat Industrial Spa, która – podobnie jak pierwsza spółka – pojawi się na giełdzie. Przejdą do niej Case New Holland, Iveco oraz inne spółki z branży przemysłu morskiego, a także pozostałe sektory działalności Fiat Powertrain Technologies.

Ta niełatwą decyzję podyktowana została przemysłową koniecznością. „Nasze biznesy, cykle ekonomiczne i zwroty z inwestycji znacznie się od siebie różnią”, podkreślał Marchionne. Rozdzielenie spółek wprowadzi przejrzystość, co do strategii, i pozwoli poszczególnym obszarom działalności na niezależny rozwój”.

John Elkann nowym prezesem spółki

W przeddzień prezentacji nowego planu przemysłowego na lata 2010-2014 John Elkann został nominowany na stanowisko prezesa Fiata. Urodził się w Nowym Jorku 34 lata temu, skończył studia inżynierijne na Politechnice w Turynie, od 2004 roku zajmował stanowisko wiceprezesa Grupy. Na zdjęciu stoi obok Sergio Marchionne, podczas spotkania z inwestorami w Lingotto.



Fiat zmienia swoje oblicze, by lepiej stawić czoła wyzwaniom przyszłości. W ciągu najbliższych kilku miesięcy Grupa poddana zostanie gruntownym przeobrażeniom. Z jednej strony powstanie spółka Fiat Spa, która skupi w sobie wszystkie obszary działalności związane z przemysłem samochodowym, z drugiej narodzi się nowy podmiot Fiat Industrial Spa, do którego wejdą Case New Holland, Iveco oraz niezwiązana z motoryzacją część Fiat Powertrain Technologies. Akcjonariusze Fiata staną się jednocześnie posiadaczami akcji Fiat Industrial, dostając za każdą posiadaną obecnie, jedną akcję nowej spółki. Za „spin-off”, czyli podzieleniem spółki przemawiał argument odmienności poszczególnych bizne-

samochody, ciężarówki, traktory i maszyny budowlane. Jedynym wspólnym elementem wszystkich tych wyrobów był fakt, że poruszane były za pomocą silników”.

Oprócz tego w ramach Grupy istniała cała seria spółek, które nie miały nic wspólnego z jej core biznesem. Dzisiaj Fiat nadal pozostaje kombinacją różnych branż. Z jednej strony, przemysłu samochodowego, z drugiej strony – transportu ciężkiego, maszyn rolniczych i budowlanych. Te grupy działalności za bardzo się od siebie różnią pod względem cykłów ekonomicznych, marginesów zysku, potrzeb kapitałowych, a także pod względem specyfiki klientów i rynków.

Do niedawna rozdzielenie Grupy wydawało się nie do pomyślenia. W chwili wychodzenia sektora samochodowego z poważnego kryzysu na początku tego dziesięciolecia, potrzebowaliśmy – pomimo głębokich różnic – dodatkowej energii wypływającej z tych sektorów, które wtedy radziły sobie znacznie lepiej i pozwalały Grupie na generowanie zysków. Dzisiaj jednak ten etap mamy już za sobą i nie ma powodów, by łączyć branże, które działają według odmiennej logiki finansowej, ale także przemysłowej.

„Zobowiązania, jakie podejmują liderzy spółki – podkreśla szef Fiata – nie wiążą się z jej historycznym dziedzictwem, ale z pracującymi w niej ludźmi. To, co robimy, zapewni im w najbliższej i dłuższej perspektywie, większe bezpieczeństwo pracy z dala od często nieprzewidywalnych sytuacji na rynku oraz nieadekwatnych sposobów zarządzania. Fiat wykształcił wspaniałych pracowników, kompetentnych pod względem zawodowym i technicznym; wyzwolił ducha konkurencji oraz siły leadership. To ważne zdobycze, które stanowią nasz największy kapitał. I to on zostanie zainwestowany w spółki Fiat i Fiat Industrial”.

CELE

Po dramatycznym kryzysie, który dotknął światową gospodarkę, rok 2010 zapowiada się jako okres przejściowy. To w ostatnim pięcioleciu pierwszy rok, z którym Fiat wiąże ambitne nadzieje. Ambitne, a jednocześnie realistyczne. Jak przypomniał Marchionne, w okresie realizacji poprzedniego planu przemysłowego, a także do chwili, kiedy sytuacja na rynkach wydawała się stabilna, Fiat konsekwentnie przekraczał wszystkie oczekiwane wyniki. Nawet w 2008 roku, kiedy międzynarodowy kryzys gospodarczy drastycznie ograniczył popyt, nasze rezultaty bliskie były tym, które zakładano w budżetach.

Plan na lata 2010-2014 przewiduje znaczny wzrost potencjału Grupy, która w pełni odzyskuje grunt pod nogami po światowym kryzysie. Przy stałej



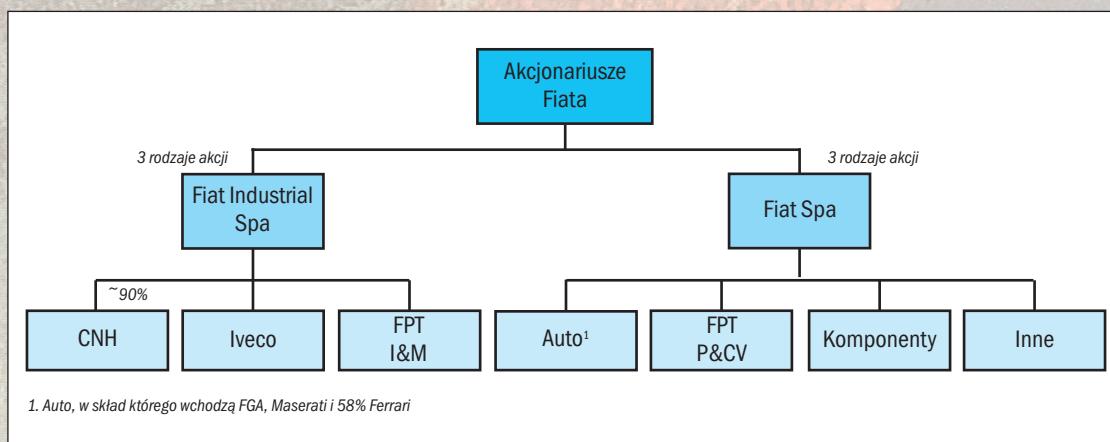
**Linia Alfy Romeo
Mito w Mirafiori.**

**Na stronie obok:
obraz Fiata
po podziale**

sów, które działając na własną rękę będą mogły w pełni wykorzystać swoje możliwości. „Z punktu widzenia przemysłowego i finansowego – podkreślił Sergio Marchionne, szef Fiata – to jedyne rozwiązanie, które stworzy dla poszczególnych sektorów działalności odpowiednie szanse rozwoju strategicznego”.

Marchionne zwrócił uwagę, że tego typu decyzje nigdy nie są łatwe. „Pojawiają się opory emocjonalne oraz obawa przed „utratą tożsamości” Grupy, która działała pod jednym szyldem przez prawie 100 lat. Ale podobnie jak poprzedni menedżerowie Fiata, którzy wyprzedzali zmiany zachodzące na rynku, my też musimy wykonać podobną pracę”. Z historycznego punktu widzenia obecne oblicze Fiata jest wynikiem skupienia działalności wokół produkcji różnego typu silników. „W pewnym momencie – wspomina Marchionne – byliśmy zespołem współpracujących ramię w ramię ze spółkami, które produkowały pociągi, samoloty,

FIAT PO PODZIALE



poprawie warunków rynkowych na wszystkich połach, zakładamy, że w 2014 roku nasze obroty osiągną poziom 93 miliardów euro, najwyższy z dotychczasowych wyników Fiata (+55% w stosunku do rekordowego roku 2008) i zyskowność rzędu 7%. Zakładany zysk z zarządzania bieżącego powinien wynieść 6,8 miliarda euro, zaś zysk netto około 5 miliardów.

BRANŻA SAMOCHODOWA

Największej poprawy zyskowności netto spodziewamy się w branży samochodowej. To biznes bardzo trudny i obarczony sporym marginesem ryzyka, ale mający też największe możliwości rozwoju. Tradycyjne rynki kurczą się coraz bardziej, w Europie w 2010 roku zakłada się 15% spadek (18% we Włoszech) i trzeba będzie czekać co najmniej cztery lata na powrót popytu do poziomu z 2007 roku. Jednocześnie zdecydowanie rośnie popyt w krajach rozwijających się, zwłaszcza w Brazylii, Rosji, Indiach i Chinach, które w żargonie rynkowym nazywane są „Brie”. Nasz plan przemysłowy przewiduje podwojenie obrotów w tych krajach oraz wzrost zysku o 1,8% do 4,3%. Strategia rozwoju opiera się na sześciu filarach. Pierwszy z nich zakłada stopniowe odzyskanie wielkości sprzedaży w Europie. Drugi to dynamiczny wzrost w Ameryce Łacińskiej, trzeci to ożywienie marki Alfy Romeo jako prestiżowego brandu we wszystkich podstawowych segmentach samochodowych.

Pozostałe trzy filary dotyczą bezpośrednio sojuszu strategicznego z Chryslerem, pozytywnych efektów synergii przemysłowych i handlowych. Chodzi przede wszystkim o reorganizację produkcji z lepszym wykorzystaniem zakładów produkcyjnych FGA oraz amerykańskiej spółki. Nastąpi zatem odpowiednia dystrybucja produkcji nowych wyro-

bów, według której Fiat będzie produkował samochody na mniejszych platformach (mini, small, compact), zaś Chrysler na większych. Poza tym czeka nas jeszcze całkowita integracja gamy wyrobów. Oznacza to, że Jeep stanie się marką globalną, samochody Dodge będą sprzedawane głównie w Ameryce Północnej, zaś w Europie Lancia i Chrysler poddane zostaną integracji i utworzą

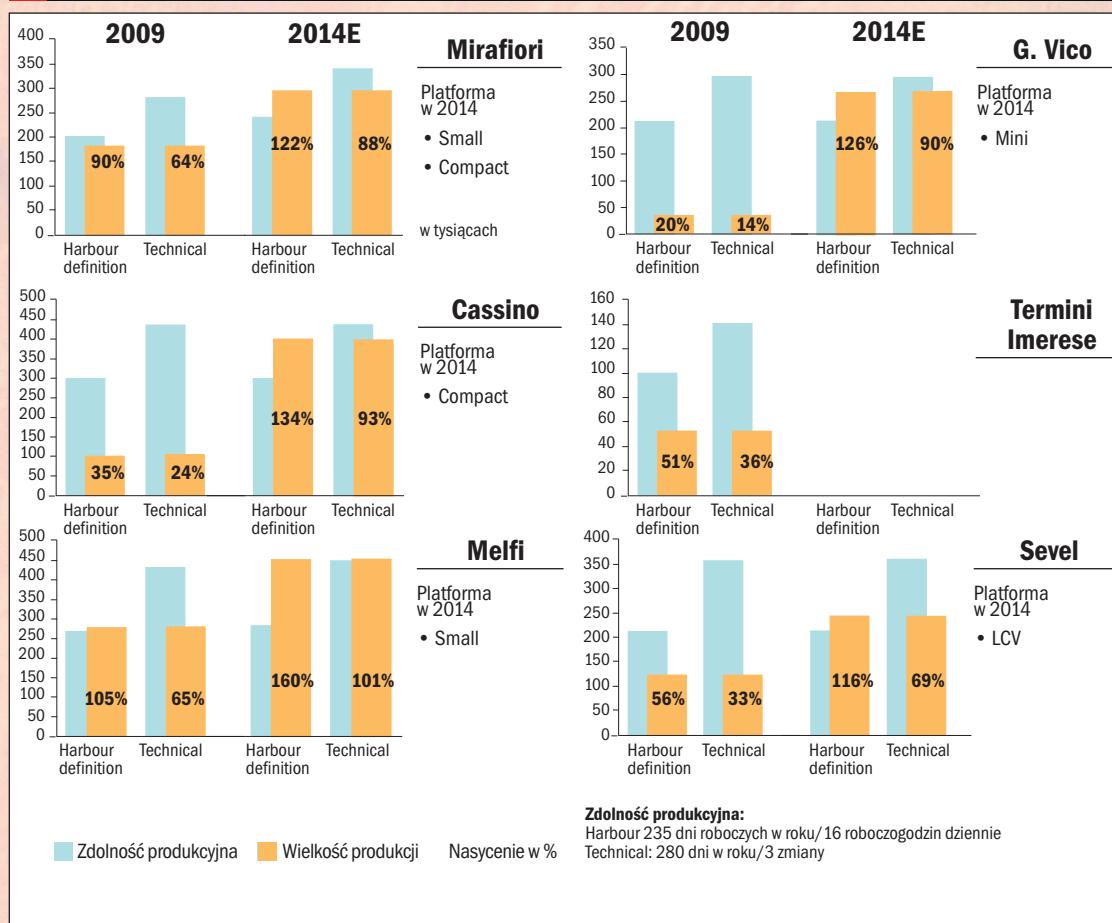


wspólną, rozbudowaną sieć 1100 salonów sprzedaży. Kluczową sprawą planu Fiat Group Automobiles pozostaje odnowienie gamy. Do 2014 roku zakłada się wprowadzenie na rynek 34 nowych modeli oraz 17 restylingów.

Celem FGA i Chryslera będzie osiągnięcie do 2014 roku mocy produkcyjnej sześciu milionów pojazdów rocznie. To minimalna wielkość dla producenta, który chce osiągnąć pozycję „globalnego gracza” i odważnie stawiać czoła światowej konkurencji.

Linia produkcyjna Fiat 500 w Zakładzie Tychy

ZAKŁADY FGA WE WŁOSZECH



KORZYŚCI

Sojusz z Chryslerem

Na tak konkurencyjnym rynku, najważniejsza wydaje się umiejętność wprowadzania na rynek nowych wyrobów o wysokim poziomie technologicznym, jakości i w jak najkrótszym czasie przy stosunkowo ograniczonych kosztach inwestycyjnych. W tej dziedzinie FGA poczynił ogromne postępy i w nadchodzących latach będzie czerpał z tego korzyści, wchodząc w sojusz z Chryslerem. Jeden przykład: realizacja projektu Fiata Stilo trwała 36 miesięcy, Fiata 500 – 18 miesięcy, a Alfy Mito już tylko 15. Za tym sukcesem stoi, między innymi, sam proces realizacji, dzięki któremu FGA przeszedł

z 19 platform produkcyjnych w 2006 roku do 11 dzisiaj. W 2014 roku Fiat i Chrysler będą wspólnie wykorzystywać zaledwie 5 platform: trzy z nich opracowane zostały we Włoszech, zaś pozostałe w Stanach Zjednoczonych. Również dzięki porozumieniu z Chryslerem w ciągu najbliższych pięciu lat zakłada się oszczędności w zakupach rzędu 760 milionów euro, zaś w obszarze engineering – 600 milionów. Uzyskane w ten sposób synergie doprowadzą na koniec tego okresu do oszczędności rzędu 1,5 miliarda euro.

FERRARI I MASERATI

Spółka z Maranello zamierza w ramach nowego planu przemysłowego wprowadzać na rynek jeden nowy model rocznie. Maserati natomiast, zakłada poprawienie swojej pozycji rynkowej oraz rozszerzenie gamy, poprzez wprowadzenie na rynek, między innymi, zupełnie nowej generacji pojazdów pod szyldem Quattroporte. Dzięki tym dwóm lukusowym markom Fiat chce poprawić zyski do poziomu 3,9 miliarda euro w stosunku do 2,2 miliarda z 2009 roku.

CNH

Plan przemysłowy na najbliższe lata przewiduje, że CNH stopniowo zwiększy swoje obroty, osiągając w 2014 roku pułap 15,3 miliarda euro (wobec 10,1 miliarda z ostatniego okresu rozliczeniowego). Siłą napędową tego wzrostu powinny stać się maszyny budowlane, których produkcja w 2014 roku ulegnie podwojeniu w stosunku do zeszłego roku. Natomiast w branży maszyn rolniczych plan przemysłowy na lata 2010-2014

**Od dzisiaj
do 2014 roku
pojawią się
na rynku
34 nowe modele
oraz
17 restylingów.**

PRZYSZŁE MODELE		2010	2011	2012	2013	2014
	 Nowe Doblo		 	 	 	
	 Giulietta			 	 	
	 Grand Cherokee		 		 	
	 Nowe Doblo	 	 	 	 	

**34 nowe modele
17 restylingów**

NOWE MODELE PRODUKOWANE PRZEZ

	Chrysler Group		Fiat Group		Restyling
--	----------------	--	------------	--	-----------

zakłada wzrost o 30%. Wzrośnie także rentowność operacyjna, z obecnych 3,3% (z 2009 roku) do 10,1% i 10,9%.

IVECO

Iveco przewiduje, że zyski spółki wzrosną z poziomu 7,2 miliarda euro w 2009 roku do 12,1 miliarda euro w roku 2014, zachowując te same udziały rynku w Europie i znacznie je rozszerzając w Ameryce Łacińskiej, a także rozwijając platformy produkcyjne w Chinach. Zgodnie z przewidywaniami, liczba sprzedanych pojazdów Iveco i chińskich joint ventures wzrośnie z 210 tysięcy w 2009 roku do 450 tysięcy w roku 2014. W Europie zostanie całkowicie odnowiona gama wyrobów, pojawi się nowy Daily oraz nowa linia samochodów ciężarowych o wysokim tonażu.

FPT POWERTRAIN TECHNOLOGIES

W 2013 roku FPT powinien osiągnąć dochody na poziomie 10 miliardów euro, a w kolejnym roku 10,7 miliarda. Sprzyjać temu będzie porozumienie

strategiczne z Chryslerem. Spółka spodziewa się, że marża operacyjna w 2014 roku wyniesie od 7,9 do 8,7%. W planach FTP Powertrain Technologies znajduje się nowy dwucylindrowy silnik Twinair z zasilaniem GPL, który montowany będzie z automatyczną skrzynią biegów o podwójnym sprzęgłe Dual Dry (patent FTP) i stanowić będzie napęd hybrydowy. Nowy projekt zakłada zmniejszenie emisji spalin o 24%.

MAGNETI MARELLI, TEKSID I COMAU

Celem Magneti Marelli jest zwiększenie obrotów z 4,5 miliarda euro w 2009 do poziomu 7,7 miliarda w 2014 (na koniec tego roku obroty powinny zwiększyć się do 4,9 miliarda). Docelowo w 2014 roku Comau chce uzyskać dochód rzędu 1,4 miliarda euro, przy obrotach tegorocznych rzędu 1,1 miliarda (w 2009 było to 0,7 miliarda euro). Wreszcie Teksid powinien osiągnąć w 2014 roku dochód równy miliardowi euro, wobec 0,6 miliarda w 2009 roku.

Kwartał na dobrym poziomie

Przychód prawie 13 miliardów euro i wzrost o 14,7% procent w stosunku do 2009 roku. Potwierdzono cele na 2010 rok. FGA odnotowuje poprawę o 22,1%, również dzięki programowi ekodopłat rządowych 2009.

W przeddzień rozpoczęcia tzw. Dnia Inwestora, Zarząd Grupy Fiat zatwierdził w Lingotto sprawozdanie finansowe za I kwartał 2010 r. Od stycznia do marca Grupa odnotowała przychód w wysokości 12,9 mld euro; wynik ten stanowi wzrost o 14,7% w stosunku do tego okresu roku poprzedniego, w którym wszystkie branże Grupy odczuły spadek na rynkach. Wskazuje to – choć na poziomie niższym w porównaniu z wcześniejszymi okresami – na kryzys ekonomiczny (-14% w stosunku do I kwartału 2008). Warto przypomnieć, że w pierwszych trzech miesiącach roku sektory samochodowy i komponentów czerpały jeszcze korzyści, przynajmniej we Włoszech, z dotacji wynikających z dopłat rządowych w 2009 r. W minionym kwartale zysk z zarządzania zwyczajnego Fiata wyniósł 352 mln euro wobec straty 48 mln euro w I kwartale 2009 r., przy czym ponad połowa tego rezultatu jest zasługą sektora samochodowego. Rentowność sprzedaży wyniosła 2,7%; po raz ko-

lejny uzyskano więc wynik pozytywny, podobnie jak we wszystkich pierwszych kwartałach po roku 2004, za wyjątkiem pierwszych trzech miesięcy 2009 r. Do tak sprzyjającej koniunktury przyczyniły się wszystkie branże, zwiększając wolumeny sprzedaży, przy jednoczesnym obserwowaniu kosztów.

Wynik netto Grupy był bliski równowagi: mowa bowiem o stracie 21 mln euro w stosunku do 411 mln w I kwartale 2009. Zadłużenie przemysłowe netto w omawianym kwartale ukształtowało się na poziomie 4,7 mld euro, czyli niewiele więcej (w związku z sezonowym wzrostem kapitału obrotowego) w porównaniu z 4,4 mld euro pod koniec 2009 r. Na dobrym poziomie, tj. 11,2 mld euro – pomimo zwrotu w tym kwartale pożyczki obligacyjnej w wysokości 1 mld euro – pozostała płynność spółki.

W tym roku, który ma być zarówno rokiem przejściowym jak i stabilizacji, Grupa potwierdza cele na 2010: zysk z zarządzania zwyczajnego powyżej 1,1 mld euro i zadłużenie przemysłowe netto w kwocie ponad 5 mld euro.



Jeśli chodzi o pojedyncze sektory spółka Fiat Group Automobiles zarejestrowała przychody równe 6,8 mld euro (+22,1%). Dostarczono w sumie 532.400 samochodów i pojazdów użytkowych (+14,6% względem I kwartału 2009), a to za sprawą pozytywnego wpływu, jaki miała na popyt fala ekodopłat oferowanych w ubiegłym roku w wielu krajach Europy Zachodniej. Mimo sporej konkurencyjności rynków udział FGA we włoskim rynku wyniósł 31,4% (-0,8%), w Europie zaś oscylował w granicach 8,6% (-0,3%).

W Brazylii natomiast Fiat zwiększył sprzedaż o 7,9% i stał się tam liderem na rynku.

Spółka Maserati w I kwartale wypracowała obroty w wysokości 127 mln euro, co stanowi wzrost o 10,4% względem tego samego okresu 2009. Wzrost ten wynika głównie z dobrej koniunktury nowego modelu GranCabrio, który cieszy się sporym sukcesem na rynkach.

W tym czasie przychody Ferrari wyniosły 414 mln euro, odnotowując spadek o 6,1% w stosunku do I kwartału 2009, kiedy to wielkość sprzedaży zaczęła odczuwać negatywny wpływ kryzysu gospodarczego.

Na taki spadek rzutował głównie zróżnicowany mix wytwarzanego. W minionym trymestrze dostarczono do sieci 1.585 aut, co odpowiada danym z I kwartału roku poprzedniego (+0,9%).

W pierwszych trzech miesiącach bieżącego roku CNH zarejestrowała przychód w wysokości 2,6 mld euro, co stanowi liczbę porównywalną z I kwartałem 2009 (+5,2% w dolarach). Na cieszącym się lepszą koniunkturą rynku maszyn budowlanych CNH odnotowała wzrost popytu w segmencie maszyn ciężkich w Europie Zachodniej i w Ameryce Łacińskiej. Spółka Iveco zarejestrowała w swych księgach wzrost przychodów o 11,2%, osiągając przychody w kwo-

cie 1,7 mld euro. Dane te stanowią odzwierciedlenie pierwszych sygnałów wzrastającego popytu, przynajmniej na tle niskich poziomów w 2009 r. Sprzedaż pojazdów zwiększo do 26.919 szt. (+25,3%), przy czym znaczący wzrost miał miejsce w przypadku pojazdów „lekkich” (+41%), a znacznie mniejszy w przypadku pojazdów ciężkich (+9,5%). Dostawy nadal jednak pozostają na niższym o około 50% poziomie, w stosunku do tych, jakie miały miejsce w latach 2007/08.

W obszarze komponentów spółka FPT Powertrain Technologies wypracowała w tym okresie przychody w kwocie 1.364 mln euro, więcej o 23,2% w stosunku do I kwartału 2009. Sprzedaż do podmiotów trzecich i spółek joint ventures stanowiła 17% przychodu.

Obroty sektora Magneti Marelli wyniosły 1.273 mln euro, więcej o 30,4% wobec pierwszych trzech miesięcy 2009. W ciągu minionego okresu bowiem wszystkie branże sektora odnotowały wzrost przychodów, zwłaszcza w Brazylii, Chinach i Turcji. We Włoszech na wielkość sprzedaży pozytywny wpływ miały dopłaty rządowe i wynikające z tego zamówienia na samochody pod koniec 2009 r.

Teksid uzyskał przychody w wysokości 171 mln euro, a kwotę tę (+44,9%) osiągnięto głównie za sprawą większej sprzedaży w odniesieniu do pierwszych trzech miesięcy ubiegłego roku, które odczuły wówczas wpływ kryzysu.

Spółka Comau zarejestrowała przychody w kwocie 228 mln euro, o 22,6% więcej w stosunku do I kwartału 2009 r. Do wzrostu przyczynił się głównie Zakład Karoserii w Ameryce Pół. W omawianym okresie przyjęto zamówienia na sumę 350 mln euro, co stanowi zwiększenie o 55% pozytywny trend względem I kwartału 2009 r., głównie za sprawą działań w ramach Usług Posprzedażnych.

Wyniki netto prawie na tym samym poziomie

Rok stabilizacji

Potwierdza się opinia, że rok 2010 będzie przejściowy i zapisze się jako rok stabilizacji, w którym jednak wszystkie branże powinny poprawić swoje wyniki w porównaniu z poprzednim rokiem. Wyjątek stanowi sektor samochodowy, który zapewne odczuje wpływ redukcji lub też całkowitego wyeliminowania skutecznych programów ekodopłat, mających na celu wzmocnienie popytu w Europie Zachodniej. Fiat, ze swojej strony, nadal planuje politykę rygorystycznego zmniejszania kosztów, jaką zainicjował już pod koniec 2008 roku. Niemniej jednak podjęte programy inwestycyjne powinny wzrosnąć w stosunku do wyjątkowo niskich inwestycji z roku 2009. W planach jest przywrócenie znormalizowanego ich poziomu dla wszystkich sektorów, więcej o 30-35 procent w porównaniu z rokiem ubiegłym. W obecnej sytuacji firma potwierdza swoje cele na ten rok: przychody wyższe niż 50 miliardów euro, zysk z zarządzania zwyczajnego między 1,1 a 1,2 miliarda euro, zysk netto blisko progu rentowności oraz zadłużenie przemysłowe netto powyżej 5 miliardów euro.

GIULIETTA

nowocz

Nowa Alfa Romeo to prawdziwy skok technologiczny. Reprezentuje wprawdzie typowy dla marki sportowy charakter, ale jej wnętrza zaskakują komfortem oraz przytulnością. Auto z 5 silnikami od 105 do 235 KM wykorzystuje nową platformę z nowatorskimi rozwiązaniami technicznymi.

TEKST
Carola Popaiz



esna tradycja





Dynamiczna, sportowa i wygodna Giulietta zadowoli wszystkich, którzy w samochodzie szukają komfortu oraz przestrzeni. Obok nawigator „pop up”, który w razie potrzeby wysuwa się z deski rozdzielczej

Prowadzenie Alfy Romeo zawsze sprawiało dużą przyjemność. Ale tym razem chodzi o nową Giuliettę, więc i emocje rosną. Prapremiera prasowa modelu odbyła się na torze w Balocco, na którym testuje się prototypy nowych modeli. To doskonale miejsce, umożliwiające poznanie bliżej samochodu, który – zgodnie ze słowami Haralda Westera, prezesa zarządu Alfy Romeo – „Jest najnowocześniejszym uosobieniem długiej tradycji i jednocześnie zapowiedzią przyszłości”.

Giulietta, następczyni Alfy 147, gwarantuje wyśmienite osiągi i innowacyjną technologię. Począwszy od nowej, kompaktowej platformy technologicznej, na której opiera się cała konstrukcja nadwozia wykonana ze specjalnych stopów stali, aluminium i magnezu. „Giulietta to fascynujący pojazd – mówi dalej Wester – ale jej główne zalety kryją się dopiero pod maską”. Na razie skupmy się jednak na stylistyce modelu. Linia nadwozia daje wrażenie zwinnego i silnego pojazdu i przypomina wyglądem modele coupè”. Powracają tak lubiane chromowane klamki tylnych drzwi, ukryte w słupku. Sportowe cechy pokrywy silnika widoczne są w wyraźnie rzeźbionym, podzielonym

na trzy części przodzie, solidnej linii boków i wyraźnie pochylonej przedniej szybie. Dach zdecydowanie opada ku tyłowi, a zwieńczony jest okazałym spojlerem u szczytu tylnej szyby z imponującym chromowanym wykończeniem. Wiele detali, znajdujących się głównie na pokrywie silnika, nawiązuje do elementów zastosowanych w Alfie 8C. Bardzo oryginalny wydaje się tył, zwarty i „umięśniony”, który łączy się z bokami, zwracającymi uwagę charakterystycznymi wypukłymi przetłoczeniami, zdającymi się wydłużać samochód. Reflektory przednie oraz zespoły światel tylnych o agresywnym ułożeniu w stylu Alfy Brera, wykonano z diod LED. Krótko mówiąc, Giulietta to wspaniałe połączenie sportowego charakteru i stylu.

Wystarczy jednak otworzyć drzwi i wejść do środka, by przekonać się także o wygodzie i przestronności wnętrza Giulietty. To wskazówka dla tych, którzy zwracają uwagę nie tylko na sportowe elementy pojazdu, ale także na kwestie komfortu, funkcjonalności i satysfakcji z jazdy.

Według Lorenza Ramaciottiego, dyrektora Stile Fiat Group Automobiles: „Giulietta ma aerodynamicznie ukształtowaną bryłę nadwozia, która maksymalnie zmniejsza zużycie paliwa. Stosunek rozmiarów zewnętrznych do przestronności wnętrza jest najlepszy

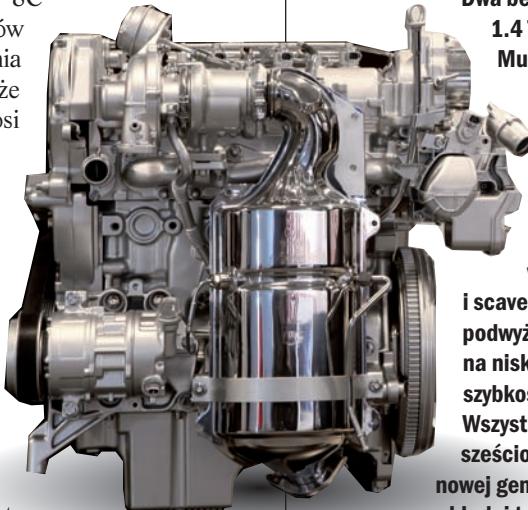
Podstawowe wskaźniki i przyrządy skoncentrowane zostały w środkowej części deski rozdzielczej, tak jak w Alfie 8C



w tej kategorii pojazdów". W nowym modelu dużą wagę odgrywa lekkość widocza już na liniach nadwozia, ale także we wnętrzu, chociażby w poziomie rozłożonej desce rozdzielczej, która dzieli z pasażerem centralnie wbudowaną konsolę. Obicia siedzeń wykonane zostały z włókna technologicznego i ze skóry, z dodatkiem elementów aluminiowych, wśród których można wybierać wiele indywidualnych rozwiązań. Wskaźniki głównych przyrządów, bardzo racjonalnie ułożone, znajdują się w samym środku deski rozdzielczej, podobnie jak w modelu 8C Competizione. Takie rozplanowanie przycisków i wskaźników w odpowiednim miejscu zapewnia najwyższy komfort podczas jazdy, zwłaszcza, że nie przesadzono z ich liczbą. Dzięki temu odnosi się wrażenie dużej przestronności za kierownicą. Bardzo wygodny jest też wbudowany w deskę rozdzielczą system nawigacji „pop up” z wysuwanym ekranem.

Siedzenia są wygodne, ich kształt został zaprojektowany, by zapewnić najwyższy komfort podczas długich podróży (na tylnej kanapie zmieściłoby się nawet dwóch koszykarzy). Pojemność bagażnika jest jedną z najwyższych w segmencie: 350 litrów.

Ten komfortowy pojazd swój charakter zawdzięcza kompaktowej konstrukcji nadwozia, którą można dostosować do różnego rozstawu kół i osi, także do produkcji wielu typów pojazdów, co może przynosić znaczną oszczędność kosztów. Większość komponentów platformy „compact”, bo aż w prawie 85%, różni się od poprzedniej generacji



► TECHNOLOGIA

Silniki – rewolucyjne i dynamiczne

W chwili premiery handlowej dostępne będą cztery wersje silnikowe z homologacją Euro 5 i systemem „Start&Stop” o wyraźnie zredukowanej emisji spalin i spalaniu.

Dwa benzynowe zespoły napędowe: 1.4 TB o mocy 120 koni i 1.4 TB Multiair o mocy 170 koni) oraz dwa diesle (1.6 JTDM 105 KM i 2.0 JTDM 170 KM, oba Multijet drugiej generacji). Do tego dochodzi jeszcze benzynowy 1750 TBI o mocy 235 koni z bezpośrednim wtryskiem paliwa

i scavenginem (technologia, która podwyższa moment obrotowy na niskich obrotach, zwiększając szybkość reakcji silnika).

Wszystkie silniki mają mechaniczne sześciobiegowe skrzynie biegów nowej generacji, należące do rodziny przekładni trzyniosowych, które mogą sprostać wysokim wartościom momentu obrotowego. Poza tym, silnikom Multiair 2.0 JTDM o mocy 170 koni towarzyszyć będzie nowatorska automatyczna skrzynia biegów z podwójnym sprzęgiem.

(kontynuacja na str. 20)

MOCNE STRONY AUTA

TECHNOLOGICZNE ŚWIATŁA

Zespoły świateł Alfy Romeo Giulietta są prawdziwym majstersztukiem technologii i designu. Zarówno światła mijania jak i zespoły tylnych świateł wykonano z diod LED, które w porównaniu do tradycyjnych żarówek charakteryzują się większą intensywnością światła, niezawodnością i pochłaniają mniej energii (co wpływa także na emisję spalin). W reflektorach opcjonalnie dostępna jest także funkcja „światła dziennego” (Daytime Running Light), które zapalają się automatycznie w chwili uruchomienia silnika. Są wykonane z diod LED, gwarantujących doskonałą widoczność pojazdu, ale zużywają naprawdę niewielką ilość energii i wykazująwiększość trwałość (odpowiadającą normom europejskim, które zaczną obowiązywać od 2012 roku). Reflektory przednie dostępne są w dwóch wersjach: w seryjnym wyposażeniu z żarówkami halogenowymi, opcjonalnie z b-Xenon i funkcją AFS (systemem intelligentnego i automatycznego sterowania światłami), które gwarantują maksymalną widoczność i bezpieczeństwo, a dodatkowo umożliwiają skierowanie reflektorów tak, by lepiej oświetlały drogę na zakrętach.



KOMPAKTOWA REWOLUCJA

Nowa kompaktowa platforma pozwala na różnicowanie zarówno rozstawiukół jak i osi, stosowanie zintegrowanego napędu na przednie i tylne koła. Nadwozie składa się z 2% z niezwykle wytrzymały materiałami plastycznymi, w 4% ze stopów metali lekkich, w 7% ze stali tłoczonej na ciepło i w 84 procentach ze stali o wysokiej wytrzymałości. Tylko w 3% użyto zwyczajną stal.

BEZPIECZEŃSTWO W LICZBACH

Aby uzyskać najlepszy wynik w rankingu bezpieczeństwa Euro NCAP, Giuliettę poddano licznym testom, na które składa się 15 tysięcy godzin potrzebnych do różnych obliczeń, 80 testów zderzeniowych, 150 jazd próbnych na torze Hy Ge, oraz ponad sto kontroli technicznych podzespołów. Trzecia oś nośna zwiększa zdolność pochłaniania energii przy zderzeniach czołowych i zapewnia bezpieczeństwo pasażerów nawet przy bardzo niebezpiecznych kolizjach. W ramach biernych systemów bezpieczeństwa pojazd dysponuje sześcioma poduszkami powietrznymi (w wyposażeniu seryjnym w całej gamie), trzypunktowymi pasami bezpieczeństwa z dwuładunkowymi pirotechnicznymi napinaczami oraz ogranicznikiem ciężkości, sportowymi nakładkami na педały oraz wałem kierowniczym, systemem antywhiplash drugiej generacji i zaczepami Isofix do fotelików samochodowych. Jeśli chodzi o aktywne bezpieczeństwo Giulietta wyposażona została w system Alfa DNA dynamicznej kontroli pojazdu, Dynamic Steering Torque (DST), wspomagający kierowcę w wykonywaniu krytycznych manewrów, zanim zadziała VDC zaraz po przekroczeniu bezpiecznych limitów jazdy.



ZAWIESZENIA „BEST IN CLASS”

Zawieszenia przednie typu McPherson zostały zmodyfikowane tak, aby uzyskać maksymalną sztywność pojazdu przy obciążeniach bocznych, a jednocześnie zmniejszono ich ciężar dzięki zastosowaniu aluminium. Zawieszenia tylne w układzie Multilink zapewniają doskonałe osiągi, a równocześnie nie wpływają niekorzystnie na wielkość bagażnika. Również z tyłu zwrócono szczególną uwagę na redukcję masy. Dzięki ramionom z aluminium zawieszenie waży około 10 kilogramów mniej niż tradycyjne układy Multilink.

HAMULCE JAK ŻYLETY

Wersje wyposażone w silnik benzynowy 1.4 Turbo o mocy 120 koni oraz 1.6 JTDM o mocy 105 koni, na tylnych kołach mają samowentylujące się tarcze o średnicy 281 mm oraz żeliwne szczęki pływające z tłoczkiem o średnicy 57mm. Zaś Giulietty z silnikiem benzynowym 1.4 Turbo MultiAir o mocy 170 koni i 2.0 JTDM o mocy 170 koni mają z przodu tarcze samowentylujące o średnicy 305 mm oraz żeliwne szczęki pływające z tłoczkiem o średnicy 57 mm. Na tylnych kołach zamontowano pełne tarcze (o średnicy 264 mm) z żeliwnymi szczękami. Wreszcie potężna Giulietta z silnikiem benzynowym 1750 Turbo o mocy 235 koni ma z przodu tarcze samowentylujące o średnicy 330 mm i aluminiowe szczęki sztywne Brembo. Z tyłu natomiast pełne tarcze o średnicy 278 mm.



pojazdów. Poza tym tylko 3% z nich wykonano z tradycyjnej stali. Reszta struktury zbudowana jest ze stali o wysokiej wytrzymałości, stopów metali lekkich, takich jak magnez i aluminium, oraz z konglomeratów materiałów plastycznych. Wszystko po to, by zmniejszyć zużycie paliwa, emisje spalin oraz poprawić osiągi. To prawdziwa drakońska dieta dla samochodu. Zresztą wystarczy porównać Giuliettę do innych konkurencyjnych modeli, mających podobne silniki, np. do ostatniego modelu Opla Astra, który waży 200 kg więcej.

Kolejną nowością w Giulietcie są zawieszenia. Zrezygnowano tym razem z wysokiego zawieszenia czterowahaczowego. Zamiast niego na przodzie zamontowano układ McPherson. Ale nie to po-

wszczęnie znane tradycyjne rozwiązanie, gdyż Giulietta ma łożysko osadzenia nowego typu piasty, która jest bardziej wytrzymała. To samo rozwiązanie zastosowano np. w Porsche 911 Carrera. Niewątpliwą zaletą nowego typu zawieszeń jest ich znacznie mniejszy ciężar (o 16 kilogramów), co wpływa na szybkość reakcji oraz poprawę dynamiki jazdy. Z tyłu natomiast zamontowano wyrafinowany układ Multilink, wykonany ze stopów aluminium, który nie

Powyżej potężna Quadrifoglio Verde z silnikiem 1750 TBi o mocy 235 koni mechanicznych i bezpośrednim wtryskiem paliwa. Z boku zblieżenie deski rozdzielczej

tylko poprawia komfort jazdy i pozostawia więcej miejsca na bagażnik, ale jest po prostu lżejszy od układu z Alfy 147.

W układzie kierowniczym Giulietty zwraca uwagę aktywna dwuzębniowa przekładnia kierownicza ZF „dual pinion”. Rozwiążanie to pochłania o wiele mniej energii od wspomagania hydraulicznego i wykorzystuje pracę dwóch silniczków, które nie działają na wał kierowniczy, ale bezpośrednio na zębatkę. W ten sposób kierownica unika inercji oraz rozciągania wywołanego napiorem masy i wygięcia kolumny. Poza tym poprawia się precyzja reakcji układu, zaś przy wykonywaniu naglego manewru układ nie stawia oporu. Kąt skrętu jest najlepszy ze wszystkich w segmencie C.

Jazdę Giuliettą uprzyjemnia z pewnością elektroniczne systemy kontroli pojazdu, zarządzane przez selektor DNA z trzema trybami pracy: Dynamic, Normal, All Weather. Po raz pierwszy zastosowano także system „pre-Fill” (wykorzystywany w Formule 1) z selektorem Dynamic, który uruchamia się w chwili, gdy centralka zauważa nagły spadek szybkości po zdjęciu nogi z pedałą gazu. System uruchamia wtedy na kilka chwil układ hamowania, zanim kierowca zdecyduje się nacisnąć





pedał hamulca. W ten sposób hamowanie przebiega przy użyciu maksymalnej siły reakcji i skraca się wyraźnie jego droga.

Wszystkie silniki, wyposażone w turbodoładowanie, posiadają homologację Euro 5 oraz system Start&Stop, który zmniejsza zużycie paliwa oraz emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Auto wyposażone jest w benzynowy silnik 1.4 w dwóch wersjach o mocy 120 koni mechanicznych i MultiAir o mocy 170 koni. Dwa diesle: 1.6 JTDM o mocy 105 koni i 2.0 JTDM o mocy 170 koni. Wreszcie gamę silników kompletuje 1750 TBI o mocy 235 koni, z bezpośrednim wtryskiem i systemem przepukiwania cylinderów i rewolucyjną turbosprężarką o natychmiastowej reakcji, która dostępna jest z wyposażeniem Quadrifoglio Verde.

Krótko mówiąc, Giulietta to kompaktowa i dynamiczna Alfa, zaprojektowana z myślą o codziennym użytkowaniu w połączeniu ze sportową przyjemnością jazdy, typową dla Marki. Od lipca samochód rozpocznie podbój rynków europejskich. Zdaniem Haralda Westera w 2010 roku wyprodukowanych zostanie aż 40 tysięcy tych pojazdów, a w przyszłości nawet 100 tysięcy przy pełnym cyklu produkcyjnym. ■

MARZENIE LAT 50.

Legendarny prototyp

Wyobraźmy sobie lata pięćdziesiąte we Włoszech w przededniu wielkiego boomu ekonomicznego. Powstają autostrady, które już wkrótce zaprowadzą Włochy do Wspólnej Europy. Alfa Romeo produkuje wspaniałe pojazdy, ale dla nielicznych wybrańców. Tymczasem masowa motoryzacja już puka do drzwi. Dlatego też podjęto decyzję o rezygnacji z elitarnych silników wielocylnikowych, skupiając się na średnicylindrowych zespołach napędowych, bardzo popularnych na rynku, które zachowały jednak sportowy charakter typowy dla Marki. W ten sposób powstała Giulietta: rewolucyjna limuzyna, która pod względem mechaniki przypominała samochody wyścigowe. Miała podwójny wał ze stopów metali lekkich, synchronizowaną przekładnię, aluminiową obudowę mechanizmu różnicowego, doskonąłą przyczepność do nawierzchni oraz fenomenalną siłę hamowania. Wypożyczona była w silnik o pojemności cylindrów 1.3. Do historii przeszła jako pojazd, który zrewolucjonizował włoski rynek motoryzacyjny (180 tysięcy sprzedanych egzemplarzy), łączący wyszukaną technologię Alfy Romeo z masowym typem produkcji. Giulietta została zaprojektowana i wykonana w wielkiej tajemnicy przez zespół specjalistów w składzie: Orazio Satta Puliga, Giuseppe Busso, który zajmował się mechaniką oraz Ivo Colucci – autor bryły nadwozia. Aż do oficjalnej premiery nie przedostały się na zewnątrz żadne przecieki. Konkurencja sądziła wręcz, że numer 750, nadany projektowi, odpowiadał pojemności silnika auta użytkowego. Natomiast mało kto wie, że numer ten wybrał poeta Leonardo Sinigalli: Giulietta była przecież hołdem dla Romeo, neapolitańskiego inżyniera, założyciela marki Alfa Romeo; przywoływała także legendarnego kochanka z Werony z tragedii Szekspira. Samochód został zaprezentowany w kwietniu 1955 roku w Salone Samochodowym w Turynie. Kosztował 1.735.000 lirów i przez wiele lat cieszył się nieślabnącym sukcesem. Zainicjował także sukces marki na rynkach międzynarodowych, jako producenta pojazdów średnicylindrowych o wysokich osiągach, otwierając tym samy drogę rozwoju, na którą wkroczyły później wielu konstruktorów aut na świecie.





MAGNETI MARELLI PO DZIESIĘCIU LATACH

Refleksje nad przebytą drogą

„Nie przeminęło nawet jedno pokolenie, a skok jakościowy i technologiczny, jakiego dokonała Polska w ciągu tego dziesięciolecia, można nazwać epokowym” – mówi Adriano Fontana, prezes spółki Magneti Marelli w Polsce.

TEKST

Filippo Gallino

FOTO

Satiz Poland

Przez ostatnie
10 lat spółki
Magneti Marelli
w Polsce – mówi

A. Fontana
– stały się
środkiem
modelowym,
w którym
produkuje się
wyroby dla
głównych
światowych
producentów
samochodów

Dziesięć lat temu, w maju 2000 roku, Adriano Fontana został prezesem Magneti Marelli w Polsce. Obroty spółki, zatrudniającej wtedy około 900 pracowników, wynosiły blisko 0,7 mld złotych. Dzisiaj Grupa Magneti Marelli w Polsce zwiększyła obroty czterokrotnie (do poziomu 2,8 mld w 2009 roku), zaś zatrudnienie przekroczyło 3.500 osób.

Minęło dziesięć bardzo ważnych lat...

„W pracy trzeba zawsze myśleć o przyszłości, o ciekających nas wyzwaniach. Nie ma czasu na rozpatrywanie przeszłości. Czasem jednak – oczywiście nie za często – warto zastanowić się nad przebytą drogą. Pierwszy raz przyjechałem do Polski na początku lat dziewięćdziesiątych, ale dopiero w 2000 roku objąłem stanowisko prezesa Magneti Marelli.

Przez te dziesięć lat doszło w Polsce do wielu radikalnych zmian, ale prawdziwy skok nastąpił dopiero później. Od 2000 roku do dziś nie przeminęło nawet jedno pokolenie, ale skok jakościowy i technologiczny, jakiego dokonała Polska, można nazwać epokowym”.

Jak w ciągu dekady zmieniła się spółka Magneti Marelli?

„Firma bardzo dużo zainwestowała w Polsce. I mamy zamiar podążać tą drogą także w przyszłości. Pokładamy bowiem w tym kraju spore nadzieje, zwłaszcza w tutejszych pracownikach. Na początku myślano o Polsce wyłącznie w kategoriach produkcyjnych, jako lokalnym dostawcą Fiata Auto. Oznaczało to wytwarzanie bardzo zróżnicowanych elementów w małej liczbie i wyłącznie na potrzeby Fiata Cinquecento, a potem Seicento.

Z czasem strategia Magneti Marelli w Polsce uległa zmianie. Nie mogli-



śmy dłużej produkować wszystkiego po trochu. Zeby przetrwać, tak jak wszystkie inne firmy na świecie, musielibyśmy postawić na specjalizację w danej dziedzinie, a także zracjonalizować produkcję, wytwarzając tylko określone wyroby. Zamiat produkować wiele podzespołów w małych ilościach dla jednego klienta, skoncentrowaliśmy się na wąskiej serii istotnych wyrobów, produkowanych w dużej liczbie dla wielu odbiorców.

Dzisiaj większość światowych producentów samochodów to klienci polskich spółek Magneti Marelli. I nie tylko. Polska nie jest już wyłącznie wysokiej jakości lokalnym zakładem produkcyjnym, ale powoli staje się ośrodkiem modelowym, w którym projektuje się, rozwija produkcję oraz linie wyrobów dla głównych światowych producentów samochodów. Nie brakuje nam, jak to się mówi, ani know-how ani skills. Przede wszystkim jednak dysponujemy zdeterminowanym i skłonnym do poświęceń zespołem, który potrafi osiągać wspaniałe wyniki”.

Czy dzisiaj ma jeszcze jakieś znaczenie, że producent części i podzespołów znajduje się blisko zakładu produkującego samochody?

„W pewnym sensie tak. Zwłaszcza, jeśli idzie o komponenty trudne w transporcie, jak układy wydechowe czy zawieszenia. Ale dziś nie jest to już najważniejszy element. Nie ma to znaczenia, na przykład, dla wyrobów Automotive Lighting i częściowo innych: resorów, elementów zawieszeń lub coraz bardziej zaawansowanych technologicznie układów wydechowych. Dzisiaj o wiele łatwiej jest zgromadzić w jednym miejscu, tak jak w Polsce, kilka linii produkcyjnych, które przeznaczone są nie tylko dla lokalnych klientów, ale także na pozostałe rynki europejskie”.

W 2007 roku Magneti Marelli przejęła produkcję plastikowych elementów, które do tej pory powierzano dostawcom zewnętrznym.

„To ważna część produkcji, którą Grupa przejęła najpierw we Włoszech, a potem także w Polsce. Teraz deski rozdzielcze, zderzaki i zbiorniki paliwa wytwarzają spółki Plastic Components&Modules i Plastic Components Fuel Systems. Do tego doszła jeszcze produkcja pedałów na wyłącznie potrzeby Fiata Auto Poland. W tym wypadku decydującą okazała się bliskość finalnego zakładu montażowego w powiązaniu z rozmiarami samych produktów”.

Czy w 2009 roku w firmie zaszły ważne zmiany, oprócz nowych zakładów, hal produkcyjnych i magazynów, o czym będziemy mówić w następnych numerach naszego pisma?

„Tak. Z jednej strony zwróciliśmy FAP końcowy montaż zawieszeń w Fiacie 500 i Pandzie. Z drugiej strony wchłonęliśmy Aftermarket.

Magneti Marelli w Polsce to nie tylko „lighting”. Na potrzeby rozwijającego się sektora „exhaust” wybudowano nowoczesny zakład produkcyjny (fot. na poprzedniej stronie)

Jeśli chodzi o zawieszenia, decyzja podyktowana została chęcią racjonalizacji działań produkcyjnych wewnętrz Grupy, tak by Magneti Marelli skoncentrowała się na pre-produkcji, oddając Fiatowi Auto Poland wszystkie działania dotyczące końcowego montażu pojazdu.

Jeśli chodzi o Aftermarket, czyli dystrybucję części i narzędzi dla zakładów naprawczych, myślę, że powrót tego obszaru do Magneti Marelli to bardzo dobra i słuszna decyzja. Wprawdzie obroty mają wartość stosunkowo niewielką, rozwijają się jednak dynamicznie, dzięki czemu znajdują się w centrum naszych zainteresowań. Trzeba podkreślić, że polska spółka koordynuje cały biznes na obszarze Europy Wschodniej, łącznie z Rosją i Białorusią”.



OBROTY W LATACH 2000-2009		ZATRUDNIENIE W LATACH 2000-2009	
2000	0,7 mld PLN	2000	883 osób
2004	1,2 mld PLN	2004	999 osób
2007	2,0 mld PLN	2007	1.890 osób
2009	2,8 mld PLN	2009	3.539 osób

Jak będzie Pan świętował dziesięciolecie pobytu w Polsce?

„Mam swój sposób. Wyciągnę mianowicie z garażu mój stary motor, który od dziesięciu lat jeszcze nigdy mnie nie zawiódł. Po długiej zimie obaj jesteśmy troszkę zardzewiali, ale wystarczy odrobić na słońca i wróćmy do dawnej formy, spędzając czas na zwiedzaniu i poznawaniu nowych miejsc. Niezależnie od mijających lat (naprawdę to aż dziesięć?) jesteśmy cały czas gotowi na nowe wyzwania, a nawet na więcej”.

Nadzór w wersji zerojedynkowej

Zastąpienie „ręcznej” kontroli montażu samochodu w Zakładzie Tychy Systemem Cyfrowego Zespołu Technologicznego usprawnia pracę monterów i wzmacnia nadzór nad końcową jakością wyrobu.

TEKST Tomasz Libich

FOTO Ireneusz Kaźmierczak



świat informatycznego systemu nadzoru, ewidencji usterek i nieprawidłowości wprowadzają nas osoby odpowiedzialne za jego zastosowanie na tyskich linach produkcyjnych – kierownik Jednostki Produkcyjnej Montażu i Końcowki Zenon Raczyński oraz kierownik Inżynierii Produkcji Montażu Krzysztof Rosołowski.

Przygotowania do wprowadzenia Cyfrowego Zespołu Technologicznego (po włosku Ute Digitale) rozpoczęły się o wiele wcześniej, ale pierwsze efekty poznaliśmy we wrześniu 2009 roku. Wcześniej w zakładzie istniał „ręczny” system nadzoru jakości. „Ewentualne błędy należy jednak eliminować już na stanowisku pracy – podkreśla Zenon Raczyński. – Po dostrzeżeniu problemów, pracownik korzysta teraz z systemu ANDON, przywołując Lidera Grupy, który stara się reagować na problem. Informacje na jego temat oraz podjęte działania są odnotowane w systemie informatycznym ANDON po to, aby wszystkie służby mogły eliminować nieprawidłowości powodujące usterki i zdarzenia odbiegające od obowiązujących standardów produkcji. Jest jeszcze drugi aspekt – podczas rannych spotkań kierownictwa można dzięki systemowi omawiać anomalie, które wystąpiły poprzedniego dnia na linii, oraz sposoby ich usunięcia”.

Do tej pory każda nieprawidłowość zasygnalizowana przez montera lub znaleziona przez pracownika na stanowisku Zwolnienia z Zespołu Technologicznego odnotowana była w „Tabelach Braku Zwolnienia Zespołu” umieszczonych wzdłuż linii – wyjaśnia Zenon Raczyński. – Tabele te wymagały ręcznego zapisania odpowiednich informacji o usterkach oraz ich naprawach. Usterki należało przypisać do odpowiedniego obszaru (proces, projekt, dostawca), „ręcznie” przeliczyć ich ilość, a także liczbę wyprodukowanych samochodów, samochodów zwolnionych ze statusem OK oraz samochodów odrzuconych, czyli braków. Na początku każdego kolejnego tygodnia tablice były zdejmowane i zastępowane nowymi. Z tego powodu informacje o tym, co działo się na linii wcześniej i analiza trendu była utrudniona. Wgląd w sytuację aktualną miał na bieżąco kierownik zespołu, kierownik zmiany i tzw. „zwalniający”, czyli pracownik z uprawnieniami do zatrzymania linii w przypadku zastąpienia problemów jakościowych itp.

Pełna kontrola procesu wymagała systematyczności. Chcąc uzyskać pełny obraz sytuacji, trzeba było porównywać dane z kilku źródeł, gdyż nie istniał sposób gromadzenie wszystkich informacji w jednym miejscu. Stąd ustalenie, który zespół pracuje mniej, a który bardziej efektywnie, wymagało porównania wielu różnych statystyk i pakietów danych.

BAZA DANYCH ZAMIAST OŁÓWKA

Idea nowego systemu przywędrowała z Włoch, ale jej wprowadzeniem w tyskim zakładzie zajęli się pracownicy Systemów Informatycznych, Inżynierii produkcji Montażu, kierownicy zespołów technologicznych, liderzy, Służby Techniczne i Służby Jakości. Cyfrowy Zespół Technologiczny umożliwia śledzenie wydarzeń na linii produkcyjnej każdej uprawnionej osobie zalogowanej do intranetu. Od tej pory informację o usterce ma już nie tylko zwalniający. Na ekranie swojego komputera mogą ją śledzić także lider zespołu, kierownik, a nawet dyrektor zakładu. „W dotychczasowym systemie informacje były mniej precyzyjne i docierały z opóźnieniem do pracowników poszczególnych szczebli. Z tego powodu, o wiele więcej samochodów należało sprawdzić, by upewnić się, czy nie występuje w nich ta sama usterka. Teraz ich liczba obniżała się do kilkunastu – podkreśla Krzysztof Rosołowski. – Podstawową zaletą Ute Digitale jest znacznie szybszy czas reakcji, który pozwala ustalić przyczynę usterki. Już na poziomie lidera zespołu, natychmiast po wystąpieniu anomalii w systemie, możliwe jest błyskawiczne działanie”. Wśród pozytywnych zmian nowego systemu uwagę zwraca możliwość wprowadzania usterek za pomocą czytników kodów kreskowych. Dzięki wyposażeniu „zwalniających” w taki czytnik oraz w listę najczęściej powtarzających się anomalii z tzw. barkodami, przyspieszeniu uległ proces odnotowywania usterek i zapisywania niezwykle precyzyjnych informacji o historii montażu każdego modelu samochodu. Zamiast wpisywać te informacje ręcznie, „zwalniający” może zeskanować kod usterki, co trwa krócej. Kody są takie same w całej sieci – stosują je też pracownicy serwisów naprawczych Fiata.

DALSZE USPRAWNIANIE PROCESU

Nadzorujący przygotowania do wprowadzenia w tyskim zakładzie FAP uzyskanego od włoskich kolegów systemu nie tylko dostrzegli potencjał, jaki w nim drzemie, ale i znaleźli sposób na jego usprawnienie. Każda grupa linii Zespołu Technologicznego wyposażona została w monitor LCD (tzw. stanowisko monitoringu). Na nim wyświetlane są usterki sygnalizowane przez stanowisko Zwolnienia. Pozwala to analizować anomalie w rozbiciu na poszczególne

zmiany. Każda zmiana produkcyjna ma przypisany kolor (zmiana A – zielony, B – czarny, C – niebieski). Dzięki kilku kliknięciom i obejrzeniu wykresów łatwo teraz dostrzec, że na przykład dany problem występuje tylko na zmianie B. Można więc zorganizować dodatkowe szkolenie dla pracowników danej zmiany, a nawet wymieniać doświadczenia między jedną zmianą, a drugą. Pełne wykorzystanie systemu wymagało również wprowadzenia zmian w tzw. KKMSach (Karty Kontroli Montażu Samochodu). Dokumenty te, dołączane do każdego samochodu opuszczającego linię, zawierają informacje o tym, co działa się z autem podczas montażu. Dzięki nowemu systemowi, dane na temat jego produkcji dostępne są przez długi czas (KKMS archiwizowane są 15 lat). Przez te lata wiadomo nawet, kto i jaką operację wykonywał, i na której zmianie to nastąpiło.

Od lewej:
**Zenon Raczyński
i Krzysztof
Rosołowski**



ZUPEŁNIE NOWA JAKOŚĆ

Cyfrowy Zespół Technologiczny funkcjonował początkowo tylko na linii D. Jego sukces sprawił, że na decyzję o wdrożeniu na liniach A, B i C nie trzeba było czekać długo. Obecnie na tych ostatnich istnieje 30 komputerowych stanowisk monitoringu w grupach (dawniej brygadach) oraz 21 u pracowników „zwalniających”. Dla porównania: w pierwszej fazie na linii D zamontowanych zostało 19 stanowisk dla grup i 16 dla „zwalniających”.

Korzyści są niezaprzeczalne – natychmiastowa i bardzo precyzyjna identyfikacja usterki wraz z informacją, kto jest za nią odpowiedzialny i kto w danym momencie nadzoruje jego pracę.

„Z chwilą wdrożenia nowego systemu uzyskaliśmy zupełnie nową jakość pracy na każdym stanowisku – podkreśla Krzysztof Rosołowski. – Popelniany błąd jest natychmiast widoczny online, a dzięki temu pracownik wie, że ten niechlubny „słupek” mu rośnie i może temu na bieżąco przeciwdziałać”. ■

W 2010 i 2011 roku pięć IvecoDaily oraz 21 Stralisów weźmie udział w światowym tournee, przewożąc sprzęt pierwszej ligi sportów motocyklowych. Firma jest też oficjalnym sponsorem Fiat Yamaha Team.

TEKST
Stefania Castano



Iveco na torze motocyklowym



Silniki ryczą na torze wyścigowym w Losail w Katarze. Jest 11 kwietnia. Wieczorem rozegrane zostaną pierwsze zawody motocyklowe z cyklu Moto GP, których faworytami są Valentino Rossi i Jorge Lorenzo, obaj jadący na motocyklach Yamaha. W klasyfikacji generalnej to oni zajmują pierwszą i drugą pozycję. Historia wyścigów dwuśladów liczy sobie z góra 80 lat, uczestniczą w nich najlepsi światowi motocykliści i marki pojazdów. Zapierające dech w piersiach rozgrywki trwają przez osiem miesięcy w roku i składają się z 18 etapów na różnych kontynentach świata. W wydarzeniu bierze udział prawie dwa i pół miliona widzów, a transmisji telewizyjnej towarzyszy około 28 milionów telewidzów w 207 krajach. Nie mówiąc o 47 milionach internautów, którzy corocznie wchodzą na strony internetowe poświęcone Moto GP. Moto GP to prawdziwy fenomen na poziomie światowym. W tym szaleństwie nie mogło zabraknąć Iveco, które w swych sloganach reklamowych najczęściej odwołuje się do energii. Dlatego w tym roku razem z motocyklistami pojawią się na torze także autobusy Stralis oraz EcocDaily, które służyć będą do transportu Fiat Yamaha Team. Poza tym

15 kolejnych Stralisów oraz 4 EcocDaily przewozić będzie całą obsługę Moto GP, materiały prasowe, zaplecze techniczne oraz fasadę marketingową. Będzie to rodzaj taboru, pod auspicjami Mistrzostw, który obej-

dzie 15 krajów w różnych stronach świata.

Moto GP przemieszczać się będzie dzięki środkom transportu Iveco, która na kolejne dwa lata stała się Truck&Commercial Vehicles supplier Mistrzostw. Oprócz tego Iveco jest oficjalnym sponsorem Fiat Yamaha Team, czyli obecnego zdobywcy tytułu mistrzowskiego. W zawodach ze strony Teamu udział biorą: dziewięciokrotny mistrz świata Valentino Rossi oraz Jorge Lorenzo, który zdobył srebrny medal w 2009 roku. Iveco będzie też Title Sponsor Gran Premio w Australii, które zaplanowano na 15-17 października.

„Fakt, że zdecydowaliśmy się na sponsorowanie Moto GP – wyjaśnia Marco Monacelli, Brand Communication & Advertising Director Iveco – wynika

z doskonałych wyników, jakie osiągnęliśmy w zeszłym roku w roli sponsora Gran Premio w Australii w Philip Island. Mieliśmy wtedy ponad 25 milionową widownię telewizyjną. Postanowiliśmy więc podpisać umowę z Dorna Sport, spółką, która zarządza prawami do Moto GP na świecie. Zgodnie z tym kontraktem będziemy oglądani na całym świecie, gdyż zawody odbywają się na pięciu kontynentach. Poza tym, tak wysoka oglądalność rozkłada się na cały rok, bo poszczególne wyścigi rozgrywane są od kwietnia do października”.

Czternaście z osiemnastu wyścigów odbędzie się w miejscowościach, gdzie Iveco posiada już rozwiniętą sieć sprzedawy. „Naszym celem – mówi dalej Monacelli – jest wzmacnienie rozpoznawalności marki, dzięki obecności w widowiskach telewizyjnych oraz dotarcie do klientów poprzez bezpośredni kontakt we wszelakich VIP



Village i paddockach. Poza tym uważałyśmy, że sponsorowanie Moto GP może zaowocować konkretnymi wynikami handlowymi. Pasjonaci sportów motocyklowych mają średnio od 30 do 45 lat i to właśnie oni są naszymi potencjalnymi klientami, ponieważ przewożą swoje motocykle w ciężarówkach, minivanach lub przyczepach campingowych. Oprócz tego, od kwietnia uruchamiamy nową stronę internetową Iveco, dzięki której mogą zrodzić się ciekawe synergie. Jako oficjalni sponsorzy Fiat Yamaha Team mamy też prawo do wykorzystywania wizerunku Valentino Rossiego i Jorge Lorenzo w naszych reklamach oraz do wystawiania ich motocykli podczas targów”. W tym roku Iveco będzie jeszcze sponsorem „All Blacks” (nowozelandzkiej drużyny rugby), włoskiej reprezentacji narodowej koszykówki oraz oficjalnym dostawcą Stajni Ferrari. ■

Jedna z ciężarówek Stralis teamu Fiat Yamaha w nowej kampanii reklamowej Iveco. Na stronie obok: Valentino Rossi na torze, a wyżej na podium z Jorge Lorenzo, kolegą z teamu

Lider w IRAKU

TEKST
Paola Ravizza

New Holland Agriculture to najpopularniejsza marka w tym arabskim kraju. Teraz do co najmniej 15 tysięcy ciągników Grupy Fiat pracujących na irackich polach należy jeszcze dodać 1250 egzemplarzy, nabytych na mocy nowego kontraktu podписанego z rządem lokalnym.



WIraku New Holland cieszy się sporą popularnością. Od dziesiątek lat maszyny tej marki pracują tam w wielu gospodarstwach, a obecnie, za sprawą nowej polityki gospodarczej, ich obecność na rynku zyskuje nową, silniejszą pozycję. Ostatnio bowiem podpisano z rządem tego kraju umowę na dostawę 1250 ciągników w zestawach, które montowane będą w jednej z państwowych fabryk, znajdującej się niedaleko Bagdadu.

W ciągu ostatnich dwudziestu lat firma New Holland sprzedała w Iraku ponad 15 tys. traktorów. Ciągniki nabyte przez rolników pracowały niejednokrotnie w trudnym terenie, o suchej glebie, bowiem znajduje się tutaj ciągle zwiększać swoją powierzchnię pustynia, która zajmuje stopniowo część uprawianych niegdyś terenów, w wyniku systemu kanałów i sztucznych zalewów powstałych z wód Tygrys i Eufratu.

W ostatnich latach gospodarka kraju została poddana ciężkiej próbie wojen, począwszy od tej najdłuższej, z Iranem. Silnie odbiły się na niej również sankcje międzynarodowe w czasach dyktatury Saddama Husajna oraz terroryzm. Tak więc nowy rząd zmuszony jest pracować nad rozwojem przemysłu, poprzez poszukiwanie sprzymierzeńców wśród partnerów zagranicznych, aby w szybki sposób zdobyć wiedzę technologiczną i przyciągnąć inwestorów. W tym kontekście podjęto współpracę z New Holland.

„Wygraliśmy przetarg – wyjaśnia Lodovico Tarabini, szef New Holland Middle East – dzięki pomyślnej realizacji prac związanych z modernizacją starego parku maszynowego, który nie był odnawiany od 1991 roku, tj. od wojny w Zatoce Perskiej. W tym

czasie dokonano przeglądu ponad trzech tysięcy ciągników znajdujących się w posiadaniu rolników. W kolejnej fazie dostarczyliśmy części zamienne, instrukcje techniczne i przeprowadziliśmy szkolenia mechaników. Mimo trudności szybko zakończyliśmy działania, co pozwoliło nam na ugruntowanie naszej obecności w tym kraju i zdobycie sporej wiedzy operacyjnej”.

Dzięki tej operacji możliwa była pierwsza dostawa 200 zestawów komponentów potrzebnych do montażu ciągników New Holland w irackiej starej fabryce traktorów, która poprzez to zamówienie po-



nownie po latach zaczęła funkcjonować.

Komponenty docierają z zakładu New Holland w Turcji, pokonując trasę długości 1500 km dostawa na odcinku irackim ma przydzieloną eskortę. Zmontowane pojazdy sprzedawane są rolnikom bezpośrednio w fabryce – ich zakup możliwy jest dzięki bardzo korzystnym rządowym pożyczkom. Dodatkowo, nowi nabywcy w fazie dostawy przechodzą odpowiednie szkolenie. Wsparcie techniczne jest bowiem, obok szkoleń dotyczących metod montowania i kontroli jakości, jednym z elementów współpracy. Rolnicy w Iraku zaznajomiły się już z tymi, mającymi 80 KM, ciągnikami, które stanowią swoistą ewolucję maszyn zakupionych w przeszłości.

„Dostawa tak solidnych i jednocześnie prostych pojazdów – dodaje Tarabini, – które wyposażone są w komponenty wykorzystywane już w obecnej flocie maszyn, sprzyja późniejszemu serwisowi i ekonomicie usług posprzedażnych. Jest to wartość dodana tej dostawy, która miała duży wpływ społeczny, stwarzając warunki pracy”.

Ropa naftowa dostarcza 90% przychodów z handlu zagranicznego Iraku, jednak to rolnictwo jest prawdziwym motorem rozwoju gospodarki, jako że z tego właśnie działu gospodarki utrzymuje się co najmniej 70% z 28 milionów Irakijczyków. Uprawiane są przede wszystkim: zboże, ryż, owoce, trzcina cukrowa, warzywa i pasza dla zwierząt. „Irak jest dzisiaj autonomiczny – dodaje Tarabini – i nie musi importować żywności z innych krajów, ale wydajność z 1 ha jest jeszcze bardzo niska. Ma to związek z przestarzałymi już systemami nawadniania, z niewłaściwymi technikami rolniczymi i z niedostateczną jakością nasion. Dlatego więc Irak będzie musiał zainwestować w rozwój swojego potencjału rolniczego, a New Holland podjęła ważne kroki w celu wspierania takiego rozwoju”. ■

**Rolnicy
nabywają
ciągniki
bezpośrednio
w fabryce,
gdzie
przechodzą
także krótkie
szkolenie o ich
funkcjonowaniu**

Pomoc rolnikom jest mocną stroną operacji





Przedstawiciele NASA i Comau zasiedli przy wspólnym stole, by podzielić się doświadczeniem i pomysłami oraz porozmawiać o realizacji skomplikowanych projektów. Także o tym, jak pokonać nieprzewidziane trudności, nie przekraczając wyznaczonych terminów i kosztów.

TEKST
Giancarlo
Riolfo

Podwójna **misię**

Co ma wspólnego wysłanie sondy kosmicznej na Marsa z budową nowego zakładu przemysłowego? Pozornie nic, w rzeczywistości jednak bardzo wiele. W jednym i drugim przypadku wspólnym elementem będzie słowo „project management”. Oznacza ono umiejętność wyznaczania konkretnych celów i ich realizacji w czasie i w ramach przewidzianych kosztów. Dla NASA, która wysłała człowieka na Księżyc oraz posyła zdalnie sterowane roboty na wszystkie planety systemu słonecznego, „project management” znaczy bardzo wiele. Podobnie zresztą jak dla spółki Comau z Grupy Fiat, odpowiedzialnej za automatykę produkcji przemysłowej. Nie powinno więc nikogo dziwić, że delegacja amerykańskiej agencji kosmicznej pod kierownictwem Eda Hoffmanna (na zdjęciu), dyrektora NASA Academy, przyjechała do Włoch, by spotkać się z ekspertami project management z Comau.

„Wykonujemy linie produkcyjne na zamówienie – wyjaśnia Valerio Crovasce, kierownik Project Management Office Comau – dla największych producentów samochodowych (i nie tylko) na świecie. Dlatego w naszej pracy koniecznie musimy dotrzymywać terminów realizacji, ustalonych kosztów i jakości. Ale naszej firmie zależy także na innowacjach oraz jak najlepszym zarządzaniu nowymi rozwiązaniami. NASA pracuje podobnie jak my. Zarządza niezwykle skomplikowanymi i kosztownymi programami, które obarczone są sporym ryzykiem. Fakt, że przyjęła nasze zaproszenie i wysłała swoich naj-

lepszych ekspertów od project managementu jest dla nas oznaką wielkiego uznania”.

Do wyznaczania celów, planowania, kontroli kosztów i oceny ryzyka używa się podobnych metod. Dlatego też, mówi Alberto Rimoldi, contract manager Comau „chcemy stworzyć sieć wymiany informacji z innymi operatorami, ze wszystkimi firmami i organizacjami, które na co dzień zmagają się z podobnymi problemami, ale działają w różnych branżach. Można z nimi swobodnie rozmawiać gdyż, nie stanowią dla siebie konkurencji. Dlatego też na spotkanie, poza CRF (Centrum Badań Fiata), zaprosiliśmy także Saipem (ENI), Enel, Alenię oraz przedstawicieli zarządu miasta Al Ain w Emiratach Arabskich”.



Innym aspektem takiej współpracy jest rozwijanie kultury międzynarodowej. Comau wykonuje projekty na całym świecie, jego pracownikami są Amerykanie, Europejczycy i Azjaci. 70% personelu pracuje w Brazylii, Chinach i Indiach. Z drugiej strony, programy kosmiczne stają się przedsięwzięciami coraz bardziej międzynarodowymi. Tak więc umiejętności współpracy z ludźmi różnych kultur, którzy mówią wieloma językami, jest dzisiaj jedną z podstawowych umiejętności. Z tą kwestią wiąże się też organizacja zespołów, które pracują nad tym samym projektem, ale w różnych częściach świata. Zarządzanie projektem wymaga zatem odpowiednich metod, ale nie tylko. Potrzeba jeszcze profesjonalizmu. „Dlatego – mówi Crovasce – NASA stworzyła rodzaj „akademii”. Podobnie postępuje Comau. Chcemy czerpać jak najwięcej z ich doświadczeń, by stale polepszać jakość pracy”. ■



ED HOFFMAN

Łączy nas motywacja

Z Edem Hoffmannem, dyrektorem NASA Academy, rozmawialiśmy podczas przerwy w pracy. Programy kosmiczne są szczególnym rodzajem działalności, która polega na wieloletniej realizacji projektów przy użyciu niezwykle zaawansowanych technologii i dużym marginesie ryzyka. Nie można więc pozwolić sobie na błędy, bo nawet drobna omyłka może prowadzić do katastrofalnych skutków.

Czy programy kosmiczne i przemysł samochodowy mają wiele ze sobą wspólnego?

„Mamy podobne problemy podstawowe: wybór właściwego projektu, umiejętność pracy w zespole, ocena kosztów i czasu realizacji. A także kontrola i przestrzeganie wyznaczonych celów i jakości”.

Czy istnieje jakiś przepis na sukces?

„W naszej branży pracuje bardzo wielu różnych specjalistów. Projekty kosmiczne NASA angażują z jednej strony naukowców, inżynierów, menedżerów oraz pracowników sektora prywatnego. Z drugiej strony nas – pracowników państwowych. Każda z tych grup należy do innego świata i myśli innymi kategoriami. Łączy nas wspólna motywacja. Trzeba oczywiście odpowiednich metod i narzędzi zarządzania. Niezmiernie istotna staje się komunikacja, zwłaszcza wtedy, gdy pracujemy w różnych częściach świata.”

Kiedyś ośrodki NASA były wyłącznie amerykańskie. Dzisiaj eksploracja kosmosu odbywa się w ramach programów międzynarodowych. Kluczowa stała się współpraca z ESA, Europejską Agencją Kosmiczną oraz z Rosjanami. Czy coś jeszcze się zmienia?

„Mamy przed sobą wielkie wyzwania. Stopień skomplikowania projektów stale rośnie. Dochodzi do tego zróżnicowanie języków i kultur. Z drugiej strony, nad projektami pracują najlepsi światowi specjalisi”.



Trzydzieści lat mineło

TEKST
Giancarlo Riolfo

W 1980 roku Fiat wprowadził na rynek nowy model o nazwie Panda. Wielki sukces tego małego, ale wszechstronnego i dynamicznego pojazdu, stara się powtórzyć jego następca z 2003 roku, który od samego początku zajmuje czołowe pozycje w rankingach sprzedaży.



Fiat Panda obchodzi swoje trzydzieste urodziny. Od czasu swej premiery w 1980 roku na salonie samochodowym w Genewie, został sprzedany w sześciu milionach egzemplarzy. To prawdziwy rekord. W sierpniu 1976 roku, podczas wakacji na Sardynii, Giorgetto Giugiaro wpadł na pomysł stworzenia typowo użytkowego modelu o bardziej prostej, wręcz minimalistycznej konstrukcji. Postawił na praktyczność, rezygnując prawie całkowicie z tricków designerskich. Kompaktowe wymiary, dużo miejsca w środku i wielka trwałość konstrukcji – model dla młodych ludzi, skrętny i dynamiczny, a przede wszystkim bezpretensjonalny. Tak wygodny jak noszone latami dżinsy lub ulubione sportowe obuwie. Oczywiście za niewielkie pieniądze. Panda, będąca owocem nowego typu myślenia, miała kilka oryginalnych rozwiązań, począwszy od płaskich szyb (łącznie z przednią szybą), poprzez znajdujące się na zewnątrz karoserii zamki do drzwi, przestronną kieszeń zamiast typowej deski rozdzielczej, modulowane krzesła, które można było łatwo składać (uzyskując większą przestrzeń ładunkową) lub rozkładać otrzymując wygodną kanapę. Pierwszą Pandę produkowano nieprzerwanie 23 lata. W ciągu tego okresu zmieniały się jej silniki i systemy zawieszeń: dwucylindrowy 700 cm³ oraz czterocylindrowy 903 cm³ zastąpiono nowoczesnymi zespołami napędowymi z rodziny Fire, a na miejsce rozkładanych siedzeń pojawiły się wygodniejsze fotele. Jednak Panda pozostała wierna swej filozofii. Dowodem jest fakt, że podczas ponad dwudziestoletniej historii produkcji nie poddano jej prawie żadnemu restylingowi. Na osobną uwagę zasługuje też Panda z napędem na cztery koła. Wyposażona w napęd na tylne koła, o nieco podwyższonym zawiesze-



Panda z napędem na cztery koła miała zalety auta terenowego. Ponizej nowa Panda; z podobną funkcjonalnością jak u poprzedniczki, ale o wiele lepszymi osiągami i większym komfortem.

niu i nieco skróconym przełożeniu przekładnim, osłonę miski olejowej oraz specjalne opony, pokonywała bez przeszkode śniegi i błoto polnych dróg. To był mały off-road, który jednak poprzez swoją lekość, w niektórych wypadkach lepiej dawał sobie radę niż typowe samochody terenowe.

Nowa Panda z 2003 roku, chociaż nadano je tę samą nazwę, powstała jako zupełnie nowy projekt. I w ciągu ostatnich lat zyskała miano jednego z najbardziej udanych modeli na świecie. Zyskała wiele nagród, wśród których na szczególną uwagę zasługuje prestiżowa „Car of the Year 2004”. Jej podwozie oraz mechanika została wykorzystane do produkcji Fiata 500 oraz Forda Ka.

Podobnie jak model produkowany trzydzieści lat temu, nowa Panda stanowi wzór wszechstronności, praktyczności i oszczędnego użytkowania. O ile jednak wyjściowy model był w swojej prostocie niemal spartański, nowa Panda jest samochodem w pełni nowoczesnym. Nikt przecież dzisiaj nie chce zrezygnować z klimatyzacji, wspomagania kierownicy oraz komfortu typowego dla dużych samochodów. Kolejną zaletą nowej Pandy jest możliwość wyboru silnika z szerokiej gamy zespołów napędowych: benzynowych, diesla i z zasilaniem gazowym o mocy od 54 do 100 KM. Do wyboru są także napęd na przednie koła lub na wszystkie cztery (w tym przypadku z elektroniczną blokadą mechanizmu różnicowego i ESP), ręczna lub automatyczna skrzynia biegów Dualogic z funkcją automatyczną lub sekwencyjną.

W ciągu sześciu lat od uruchomienia produkcji z taśmy zeszło już półtora miliona egzemplarzy nowej Pandy. I na przekór prawom marketingu, sukces tego modelu stale rośnie. W 2009 roku sprzedano aż 300 tysięcy

Pand. Jej popularności nie podważyło nawet wprowadzenie na rynek w 2007 roku Fiata 500. Bo chociaż oba modele mają ze sobą wiele wspólnego, to jednak znacznie się od siebie różnią. ■



TEKST
Mira Malich
FOTO
**Ireneusz
Kaźmierczak**

W marcu w Fiat Auto Poland na dwutygodniowej praktyce zawodowej przebywali uczniowie z Francji. W Zakładzie Tychy nie szczędzono wysiłków, by mogli zapoznać się ze specyfiką nowoczesnego przedsiębiorstwa i zastosować wiedzę teoretyczną w praktyce.

Tradycja i nowoczesność



Lością rozwoju, podnoszenia kwalifikacji zawodowych i nabycia nowych umiejętności, to główne założenia programów edukacyjnych, finansowanych z funduszy Unii Europejskiej. Jednym z nich, cieszącym się dużym powodzeniem wśród młodych ludzi, jest „Leonardo da Vinci” będący częścią projektu edukacyjnego „Uczenie się przez całe życie”. Jego dodatkowym atutem jest promowanie, a nawet uzyskanie certyfikatu mobilności pracowników na europejskim rynku pracy.

W marcu, w ramach programu, w Fiat Auto Poland w Tychach przebywało 8 uczniów, a także 2 opiekunów z francuskiej szkoły Association Ouvrière Des Compagnons Du Devoir Du Tour De France z Lyonu. „Pomysł zorganizowania w naszym zakładzie praktyk dla francuskich uczniów zyskał naszą akceptację, ponieważ w ten sposób możemy dać młodym ludziom szansę zapoznania się z najnowocześniejszymi technologiami stosowanymi w Fiat Auto Poland – mówi Agnieszka Sip, kierownik Służby Rozwoju, Szkolenia i Komunikacji HR FAP. – Praktyki w tak dużych i zarazem nowoczesnych firmach, jak nasza, można jednocześnie traktować jako znaczący element uzupełniania edukacji zawodowej o doświadczenia na rynku pracy młodych osób, którzy dopiero rozpoczynają karierę zawodową. To dla nich szansa zdobycia doświadczenia i umiejętności oraz lepsze przygotowanie do pracy. Fiat Auto Poland jest otwarty na potrzeby młodego pokolenia i od dawna podejmuje inicjatywy, mające na celu pomoc w ich wchodzeniu w świat pracy. Są to m. in. realizowane w szerokim zakresie studenckie praktyki przewidziane programem studiów oraz praktyki dyplomowe, a także staże absolwenckie”.

Organizatorem praktyk był Zakład Doskonalenia Zawodowego w Katowicach. „Jest to już trzecia grupa francuskich uczniów, dla których przygotowaliśmy w naszym kraju praktyki zawodowe – mówi Halina Kasznia, wiceprezes ZDZ. – Nasza placówka jest najstarszą firmą oświatową na Śląsku z ponad 80-letnią tradycją. Rocznie kształcimy blisko 40 tys. słuchaczy na kursach i 4 tys. uczniów w systemie szkolnym w 62 szkołach. Poza szkołami zawodowymi nasi uczniowie uczą się także w gimnazjach i liceach ogólnokształcących o dodatkowym profilu. Od chwili wejścia Polski do Unii Europejskiej prowadzimy ścisłą współpracę z wieloma europejskimi krajami. Mamy partnerów we Francji, Niemczech, we Włoszech, Turcji i krajach ościennych – Czechach i Słowacji. Także nasza młodzież wyjeżdża na praktyki za granicę. Ostatnio w ramach programu „Leonardo da Vinci” go-

ściliśmy młodzież czeską, teraz z Francji. Jesteśmy bardzo wdzięczni firmie Fiat Auto Poland za możliwość zorganizowania praktyk w tyskiej fabryce, bo dzięki temu francuscy uczniowie mogą poznać nowoczesne metody wytwarzania oraz systemy pracy. Jesteśmy wszyscy pod wrażeniem poziomu i sposobu ich organizacji”.



W Fiat Auto Poland od początku zdawano sobie sprawę z konieczności zmierzenia się z wieloma sprawami organizacyjnymi, jakie ta inicjatywa postawiła przed firmą. „Do tej pory nie mieliśmy nigdy uczniów z Francji – dodaje Agnieszka Sip. – Z racji powiązania naszej firmy z jednostką macierzystą, praktyki w naszym zakładzie organizowane były jedynie dla młodzieży z Polski i Włoch. Ale mobilność jest przecież jedną z głównych cech dzisiejszego, globalnego świata. Dlatego wizyty młodych ludzi, także z innych krajów, nie stanowią dla nas większego problemu. Tym bardziej, że nasza firma jest przygotowana na różnego typu nowe wyzwania. Nie wykluczamy, że ta dwutygodniowa praktyka młodzieży francuskiej w naszej firmie może stanowić początek dalszej współpracy. Wiemy, że młodzi Francuzi szybko zaaklimatyzowali się w naszym zakładzie, wykonywali bardzo poprawnie swoją pracę, co nie zawsze jest łatwe dla osób, które nie mają doświadczenia w liniowym cyklu produkcyjnym. Pomocna z pewnością była tutaj wizualizacja każdej operacji, jeden z elementów wdrażanego w naszym zakładzie systemu WCM. Zgodnie z jego zasadami opracowuje się tzw. Standard Operation Procedure (SOP), gdzie za pomocą rysunków pokazane są poszczególne czynności. Dzięki temu dokładnie wiadomo co,

Praca na linii produkcyjnej była dla młodych Francuzów interesującym doświadczeniem i pogłębiła ich wiedzę o produkcji samochodów



Końcówka Lakierni. To tutaj Francuzi szkolili się w standardach operacji i wykańczaniu nadwozia. Obok: Philippe Perrier i Thomas Brunier

gdzie i jak robić, i – co ważne w tym przypadku – nie trzeba znajomości języków, by daną operację prawidłowo zrozumieć i wykonać". W czasie dwutygodniowej praktyki zawodowej ośmiu uczniów ostatniej klasy szkoły średniej z Lyonu, uczących się w zawodzie konstruktora i mechanika nadwozi samochodowych, podzielono na dwie 4-osobowe grupy. Pierwsza pracowała w Jednostce Produkcyjnej Lakiernia, druga w Jednostce Produkcyjnej Montaż. Po tygodniu nastąpiła zamiana jednostek. „Było to dla nas bardzo ciekawe doświadczenie – mówi Jakub Morcinek, nadzorujący francuskich praktykantów w Lakierni. – W ramach filarów WCM staramy się, aby każdy pracownik, który zaczyna pracę w naszej jednostce, zwłaszcza na odcinku uszczelniania i masyki, mógł na początku zobaczyć na filmie standard operacji i na tej podstawie samodzielnie je wykonywać. Chociaż wszystkie uzupełniające film opisy przygotowano w języku polskim, uczniowie z Francji doskonale sobie poradzili. Dlatego był to dla nas doskonały test sprawdzający sposób przygotowania wizualizacji. Następnie szkolenie odbywało się już na stanowiskach pracy na końcówce Lakierni, gdzie młodzi Francuzi zapoznali się najpierw ze standardami



operacji, później wyszukiwaniem wad, ich usuwaniem i wykończeniem nadwozia. Jeśli kiedykolwiek w przyszłości trafią na lakiernię, zapewne będą mogli skorzystać z nabytych w Tychach umiejętności. Wart podkreślenia jest również fakt, że wykonywali swoją pracę z bardzo dużym zaangażowaniem. We wszystkich czynnościach byli skrupulatni i dokładni, co zostało zauważone przez moich kolegów z wydziału".

Druga grupa Francuzów swoją przygodę z linią produkcyjną w Fiacie zaczynała w Montażu.

Ze względu na charakter pracy tej jednostki młodzi pracowali na różnych, często oddalonych od siebie stanowiskach. Był to podmontaż głośnika do samochodów Ford, podmontaż przewodów hamulcowych, linia drzwi, gdzie wraz z pracownikiem etatowym przeprowadzano próby funkcjonalne urządzeniem DSA, a także linia wykończenia na stanowisku montażu aplikacji na samochodach.

„W naszej Jednostce Produkcyjnej w czasie szkolenia leader danego odcinka pokazywał praktykantom zakres czynności, jakie będą wykonywać – mówi Janusz Bała, opiekujący się Francuzami w Montażu. – W kolejnych dniach pomagali im wyznaczeni do tego pracownicy. Trzeba dodać, że wybraliśmy dla nich operacje proste, w związku z czym ich obecność nie sprawiała nam żadnych problemów".

„Wiedza, jaką mieli okazję zdobyć tutaj uczniowie naszej szkoły, jest dla nich bardzo cenna – mówi Philippe Perrier, szkolny opiekun grupy. – Choć na razie nie zajmują się tego typu pracą, takie podstawy są im bardzo potrzebne, aby mogli dobrze wykonywać zawód mechanika i konstruktora nadwozi samochodowych. W przyszłości na pewno będą mieli okazję naprawiać różnego rodzaju karoserie, a znajomość podstaw procesu produkcyjnego, którą tu nabyli, na pewno będzie im bardzo przydatna".

Na co dzień francuscy uczniowie byli gośćmi Zespołu Szkół imieniem Orląt Lwowskich w Tychach, Zakładu Doskonalenia Zawodowego w Katowicach. „W czasie pobytu w Polsce nasi goście mają dwa tygodnie praktyk i tydzień przeznaczony na poznanie naszego kraju, kultury polskiej, na integrację z naszą młodzieżą – mówi Zofia Para, kierownik szkolenia praktycznego w tyskiej szkole. – Program mamy wypełniony maksymalnie. Do tej pory byliśmy na strzelnicę w Bieruniu, odbył się mecz polsko-francuski w halową piłkę nożną, zajęcia z technik samoobrony, a także nauki naszego języka. Francuzi niezbyt dobrze radzą sobie z językiem polskim, ale dołączyli do nich nasi uczniowie i wspólna nauka idzie im o wiele lepiej.

Nasza młodzież stara się zresztą jak najczęściej im towarzyszyć. I trzeba przyznać, że robi to bardzo

chętnie, zwłaszcza dziewczyny, dla których jest to doskonała okazja do ... powiedzmy, podszyfowania języka. Chociaż najchętniej porozumiewano się po angielsku, a także trochę za pomocą rąk. Dla jeszcze lepszej integracji zorganizowaliśmy wieczór polsko-francuski. Francuzi zatańczyli breakdance, polskie dziewczyny śpiewały, był też quiz z wiedzy o Polsce i Francji. Czeka ich jeszcze wyjazd na narty do Wisły, wycieczka do Wieliczki i Krakowa, do Oświęcimia i Katowic. Mają tak zorganizowany pobyt, aby jak najwięcej wrażeń wywieźć z Polski. Dopominali się o wolny czas, by chociaż posurfować w Internecie, ale w tej chwili widzą już efekty goniety i są bardzo zadowoleni".

Faktycznie, młodzi Francuzi wcale nie ukrywają, że wywiozą z Polski wiele różnych spostrzeżeń. Wręcz chłonęli wiedzę o Fiacie, Tychach, Polsce, naszej kulturze i sposobie życia. Większość z nich potwierdza, że do tej pory w ocenie naszego kraju kierowali się wyłącznie stereotypami. Spodziewali się, że zastaną tu o wiele biedniejszy kraj, smutnych ludzi...

Tymczasem dobrze czują się w Tychach. Zaprzyjaźnili się już z wieloma Polakami.

Thomas Brunier, z „iskrą w oku” i pełnym uśmiechem na twarzy, chętnie opowiada o polskich dziewczynach, zwłaszcza Sarze i Sylwii, z którymi po wyjeździe będzie się starał utrzymywać kontakty. Podkreśla też różnice w życiu codziennym między naszymi krajami. „Najbardziej zaskakuje nas organizacja dnia. We Francji pracuje się od 9 do 18.00 z przerwą na obiad. Ale muszę przyznać, że polski system zmianowy bardziej mi się podoba, bo po pracy jest jeszcze sporo czasu wolnego. Inne są u was godziny posiłków, ale też inne jedzenie. Jak na mój gust, zdecydowanie za dużo ziemniaków, poza tym jednak polska kuchnia bardzo mi smakuje”.

„Początkowo miałem problem w porozumiewaniu się – mówi Mickael Bonnefoy. – Język polski jest bardzo trudny, zwłaszcza, gdy polscy koledzy prosili o powtórzenie takiego zdania „Chrząszcz brzmi w trzcinie”. Ale i pozostałe wyrazy, potrzebne do podstawowej komunikacji, sprawiały mi problemy. Z trudnością nauczyłem się wymawiać „dzień dobry”, „dziękuję”, „jak się masz”. Polacy zaś mieli problemy z francuskim”.

Gdy jednak zawodził stosowany powszechnie język angielski, z pomocą przychodziła im pani



Elwira Wróbel, tłumaczka i zarazem bardzo im przychylna opiekunka grupy, której pomoc, i to nie tylko podczas zakupów i wycieczek, czy też w komunikowaniu się z polskimi uczniami, była wręcz nieoceniona.

A praca? W Fiacie bardzo zaskoczyła ich organizacja, czystość panująca w halach i poszczególnych wydziałach, a także ogrom zakładu. „To bardzo duża fabryka, która wywarła na nas wszystkich duże wrażenie – mówi Cyril Gehin.

– Moją uwagę przyciągnęła zwłaszcza Lakiernia, i to zarówno pod kątem organizacji, technologii, jak i wyjątkowej, wręcz sterylnnej czystości. Bardzo podobała mi się także praca przy 500 Abart – jednym z moich zadań było umieszczanie naklejek na modelu”.

Wszyscy trzej młodzi Francuzi podkreślają, że w ich macierzystych firmach cykl produkcyjny nie jest zautomatyzowany, a czynności wykonywane są w zasadzie ręcznie. To jest bardzo duża różnica, gdyż na linii wykonuje się jedną czyn-



**Mickael
Bonnefoy
i Cyril Gehin.
Poniżej, w grupie
francuskich
praktykantów,
od lewej stoją:
J. Morcinek,
T. Łukawiecka,
Z. Para, A. Sip,
H. Kasznia
i P. Perrier**

ność, a w małym warsztacie trzeba zrobić wszystko. Thomas na co dzień pracuje przy konstrukcjach autobusów i transportu ciężarowego, Cyril robi karawany, a oprócz tego samochody ciężarowe przystosowane do prac publicznych i wojska. Mickael zajmuje się zabudowaniami kabin kierowców, zwłaszcza w wozach strażackich i w samochodach dla szkół nauki jazdy. W Fiat Auto Poland poznali więc inny charakter pracy. Z pewnością w przyszłości przydadzą się im tylko niektóre umiejętności, jakich nauczyli się podczas praktyki, niemniej – jak wszyscy zgodnie dodają – praca na linii produkcyjnej była dla nich bardzo interesującym doświadczeniem i w znacznej mierze pogłębiła ich wiedzę o produkcji samochodów.



Deszcz chłodził zawodników

Historyczny, wyjątkowy, rekordowy – takie epitety usłyszeć można było na mecie 18. Biegu Fiata, który tradycyjnie już ulicami centrum Bielska-Białej powiodł uczestników w kierunku placu Ratuszowego.

TEKST
Tomasz Libich

FOTO
**I. Kaźmierczak,
Satz Poland**

Timprezę zaplanowano w tym roku na ostatnią niedzielę maja. Do końca nie sposób było przewidzieć, jaka aura towarzyszyć będzie biegaczom na trasie. Początkowe obawy, że bieg będzie trudny, bo rozgrywany w upale i duchowie, zweryfikowały ciemne chmury gromadzące się nad bramą Fiata Auto Poland, skąd, podobnie jak we wszystkich wcześniejszych edycjach, startowali biegacze podzieleni na regulaminowe kategorie. Po raz pierwszy deszcz ochłodził przed startem jeszcze rozgrzewających się uczestników, a później, na całym dziesięciokilometrowym dystansie, towarzyszył im na przemian z nieśmiało wyłaniającym się wśród chmur słońcem.

Rekordowy i wyjątkowy był to bieg przede wszystkim ze względu na frekwencję. Spod bramy Fiata Auto Poland wystartowało ponad 1020 uczestników, spośród których z dziesięciokilometrową trasą biegu głównego zmierzyć się postanowiło ponad siedmiuset amatorów biegania. Kilka minut wcześniej na trasę wyruszyło 16 zawodników na wózkach. Biegacze reprezentowali pełny przedział wiekowy – od dwunastolatków do ponad siedemdziesięciolatków.

„W tym roku w Biegu Fiata wystartowali reprezentanci aż dziesięciu państw. Trudno więc się dziwić, że podium mieliśmy prawdziwie międzynarodowe” – podkreślał z nieukrywanym zadowoleniem dyrektor biegu Andrzej Filipiak.

Na podium stanęli Kenijczyk, Polak i Etiopczyk. Jako pierwszy do mety dobiegł Mathew Bowen Kosgei, któremu pokonanie trasy zajęło 30 minut i 12 sekund. Zawodnik z Kenii wygrał już kiedyś Bieg Fiata – podobny rezultat uzyskał w czternastej edycji imprezy. Pół minuty później bieg ukończył Jakub Burghardt, a na trzeciej pozycji na plac Ratuszowy dobiegły Erkolo Ashenafi.

Wśród kobiet zwyciężyła Ilona Barvanova, która ukończyła trasę w 34 minuty i 31 sekund. Ukrainka wyprzedziła Agnieszkę Gortel i swoją rodaczkę Olenę Serdiuk.

„Bieg Fiata stanowi już dzisiaj markę rozpoznawaną w całej Polsce, a również i poza jej granicami – podsumował imprezę Andrzej Filipiak. – Obecną rangę imprezy udało się osiągnąć przede wszystkim dzięki pasjom sportu i biegania oraz ich wytężonej pracy i zaangażowaniu”. ■

**Bogusław Cieślarski Fiat Auto Poland wręcza puchary zwycięzcom biegu.
Od lewej:
Erkolo Ashenafi,
Mathew Bowen
Kosgei i Jakub Burghardt**



IMPREZA JEDNA Z WIELU

Biegaj razem z nami

Uliczny Bieg Fiata jest lekkoatletyczną imprezą masową, która już od 1993 roku na stałe wpisuje się w coroczny kalendarz wydarzeń sportowo-rekreacyjnych Bielska-Białej. Od 2001 roku patronuje jej Polski Komitet Olimpijski. Rok później Biegowi Fiata przyznana została licencja Polskiego Związku Lekkiej Atletyki. Ale to nie jedyna impreza biegowa organizowana przez Fiat Auto Poland. Podobne zawody odbywają się każdego roku także w Tychach. „Moda na bieganie zaczęła coraz szersze kręgi – mówi Jan Drapała, Kierownik Szkolenia i Komunikacji. – W Tychach z roku na rok bieg cieszy się również rosnącą popularnością. Tegorocznego Tyskiego Biegu Ulicznego odbędzie się 18 września”.

OD STARTU DO METY

Załoga w biegu

Odrębną klasifikowaną kategorię stanowili jak zawsze pracownicy Fiata Auto Poland. Wśród nich pierwsze miejsce zajął Michał Skrzypczyk, na co dzień pracujący w Dziale Analizy Wartości. Drugi na metę



dobiegły Jerzy Plewniak, pracownik Utrzymania Ruchu na Spawalni, a trzeci Zdzisław Ptak, zatrudniony na „końcówce” Montażu. Wszyscy trzej reprezentowali podczas biegu fabrykę w Tychach.

„Bieganie to moja pasja, poświęcam się jej 3-4 razy w tygodniu. – mówi Michał

Skrzypczyk. – Startuję regularnie w różnych imprezach biegowych już od 12 lat, ale w Biegu Fiata brałem udział po raz pierwszy. Tym bardziej cieszy więc sukces, jakim jest pierwsze miejsce wśród pracowników firmy. Jestem pewien, że zawdzięczam go znajomym, którzy trzymali za mnie kciuki”.

„W przeciwnieństwie do kolegi startowałem w Biegu Fiata po raz osiemnasty – mówi Jerzy Plewniak.

– Brałem udział w każdej dotychczasowej edycji



i oczywiście nie zamierzam odpuścić kolejnych. Od zawsze biegam jako reprezentant Fiata! W minionych latach zwykle było trochę za ciepło i za bardzo „pod górkę” – ale dla entuzjastów biegania nigdy nie było to przeszkodą. Tym razem wspomagał nas deszcz i nieco zmieniona trasa, której meta

na placu Ratuszowym okazała się już po raz drugi doskonałym pomysłem, zwłaszcza ze względu na dużą liczbę kibiców. Przez cały czas mogłem liczyć na wsparcie żony, która czasem ze mną biega, ale na razie nie zdecydowała się jeszcze na start w zawodach”.

„Trzecie miejsce wśród pracowników Fiata to dla mnie duży sukces – mówi Zdzisław Ptak. – W ubiegłym roku również zająłem trzecią lokatę. Tym razem udało mi się dobiec o półtorej minuty szybciej. A dystans pokonałem



w towarzystwie żony, która również brała udział w biegu głównym. Niestety, gdzieś na trasie rozdzieliliśmy się, ale i ona dotarła na plac Ratuszowy 10 minut później. Jej powodzenie cieszy mnie, tym bardziej że startowała po raz pierwszy”.

Brawo dla **Klubu Bravo**



TEKST
Mira Malich
FOTO
Arch. Klubu

Arkadiusz Sypniak nie był zdecydowany, jaki kupić samochód. U dealera Fiata w Pile zaproponowano mu jazdę testową Fiatem Bravo. Tak się zaczęło...



Jazda testowa Fiatem Bravo okazała się strzałem w dziesiątkę i zaraźem poczatkiem wielkiej miłości pana Arkadiusza do modelu. Naturalną konsekwencją tego uczucia było założenie w tym samym 2008 roku pierwszego w Polsce, jeśli nie na świecie, Klubu Miłośników Fiata Bravo. Dziś fiatbravoklub.pl zrzesza już ponad 280 osób z całego kraju. Mają swoją klubową flagę, koszulki z logo i inne gadżety, dzięki którym są od razu rozpoznawalni. Dużym powodzeniem cieszy się portal klubowy, który przez rok odwiedziło 69 tysięcy użytkowników. Spotykają się cyklicznie, choć głównie regionalnie – ci z północnej części Polski zazwyczaj nad morzem, gdzieś w okolicach Koszalina, ci z południowej – najczęściej w Ogrodzieńcu. Taki spontaniczne wypady na łono natury, połączone z zabawą, są doskonałą okazją do zapoznania i dzielenia się swoją pasją. Na stronie internetowej czytamy: „Klub tworzą wyjątkowi ludzie, zakochani w wyjątkowym samochodzie. Zadaniem Klubu jest wspólna zabawa, wymiana doświadczeń, informacji, wspólne spotkania i zloty”.

I Ogólnopolski Zlot klubu, który 14-16 maja odbył się w Warszawie, po raz pierwszy zgromadził w jednym miejscu sympatyków Fiata Bravo z całego kraju. Lokalizacja w centralnej części Polski była – według organizatorów – najbardziej sprawiedliwym rozwiązaniem.

Gościnnych progów klubowiczom udzielił stołeczny dealer Carserwis. W ciągu tych zaledwie dwóch dni nie brakowało atrakcji. Były konkursy – m.in. jazda z jajkiem, cofanie z zawią-



Klub Bravo zrzesza już ponad 280 osób

zanimi oczami, a także jazda testowa samochodami Abarth (500 i Grande Punto) oraz Lancia. Ukoronowaniem spotkania okazał się ponad 2 i półgodzinny przejazd kolumny 28 Fiatów Bravo ulicami Warszawy (według prawa kawalkada do 30 samochodów może poruszać się po mieście bez specjalnego pozwolenia). Niecodzienny widok tak dużej liczby Bravo wzbił ogromne zainteresowanie mieszkańców stolicy. W planach klubu są kolejne spotkania. Być może następny Ogólnopolski Zlot 2011 Fiat-BravoKlub przy udziale Fiat Auto Poland odbędzie się na lotnisku Bemowo. ■

**Gościnnych
progów
klubowiczom
udzielił
stołeczny dealer
Carserwis**

OŚWIADCZINY

Bądź dla mnie jak Bravo

Uczestnictwo w FiatBravo Klub sprzyja nie tylko wymianie doświadczeń, ale też zawiązywaniu przyjaźni, czasem nawet zaręczynom. W jedną z majowych niedzieli, na śląskim odcinku autostrady A4, członkowie klubu pomogli swojemu koleźce w podjęciu decyzji o oświadczynach. Flata Bravo, którym poruszał się Rafał i wybranka jego serca Monika, otoczyło kilka samochodów. Na tylnej szybie każdego z nich widniał napis: „Moniko, czy zostaniesz moją żoną?”. Ta nietypowa scena zakończyła się oświadczynami na parkingu, pierścionkiem, kwiatami, buziakami, gratulacjami i... symbolicznym tykiem szampana.



FIAT AUTO POLAND W GRONIE NAJWIĘKSZYCH I NAJCENNIEJSZYCH

Gazeta Rzeczypospolita opublikowała ranking – Listę 500 największych przedsiębiorstw w kraju. Wyniki ekonomiczne, jakie uzyskał Fiat Auto Poland w 2009 r., pozwoliły na awans spółki z 8 miejsca w 2008 r. na miejsce 3.

Tyski zakład FAP wyeksportował towary i usługi na kwotę 14,85 mld zł, co okazało się wartością rekordową w rankingu. Rzeczypospolita napisała, że jest to powód do tytułu Wielkiego Eksportera. W 2009 r. Fiat Auto Poland wyprodukował 605.797 samochodów, z tego 97,3% marki Fiat i Abarth trafiło na eksport do 68 państw. (*Na fotografii od lewej: Waldemar Pawlak i Enrico Pavoni podczas Gali*).

Fiat Auto Poland zajął także pierwsze miejsce w rankingu 100 Najcenniejszych Firm w Polsce w 2009 roku w branży motoryzacyjnej. Corocznego ranking ogłosili redakcja NEWSWEEKA Polska i znana w świecie firma konsultingowa A. T. Kearney. Wartość Fiat Auto Poland eksperci wycenili na 10.899.000.000 zł.



REKORDOWY PIERWSZY KWARTAŁ DLA FIAT AUTO POLAND

Wciągu trzech miesięcy br. z linii produkcyjnych tyskiego zakładu Fiat Auto Poland zjechało 166.089 samochodów, co stanowi wzrost o +18,3%. Na eksport trafiło 129.590 samochodów marki Fiat i Abarth (+15,3 proc.), tj. 97,5% produkcji. Główni odbiorcy to: Włochy, Anglia, Francja i Niemcy. W Polsce w pierwszym kwartale spółka sprzedała 7.115 samochodów osobowych, a nasz udział w rynku po trzech miesiącach wynosi 9%. Najlepiej sprzedające się samochody marki to Fiat Panda, Grande Punto, Fiat Bravo i Fiat 500.

Fiat Professional w ciągu trzech miesięcy sprzedał 2.123 samochody dostawcze i zanotował udział w rynku 22,7%. Najczęściej kupowane w tym okresie samochody dostawcze to: Fiat Ducato, Panda Van i Fiat Doblò. Marka Fiat Professional jest liderem w sprzedaży samochodów dostawczych.

SUKCES SIATKAREK Z BIELSKA



Siatkarki BKS-u Aluprofu Bielsko-Biała zdobyły 23 maja br. ósme w historii mistrzostwo Polski. W meczu finałowym drużyna sponsorowana m.in. przez FAP, Magneti Marelli, Denso Thermal Systmes i Fenice Poland pokonała Bank BPS Muszyniankę Fakro wynikiem 3: 1. W rywalizacji do trzech zwycięstw wygrały 3:2. Zespół z Bielska-Białej na mistrzowski tytuł czekał sześć lat. Po raz ostatni siatkarki z Podbeskidzia złote medale wywalczyły w 2004 roku, wcześniej triumfowały w latach 1988-1991, w 1996 i 2003 roku.



NOWY FIAT DOBLÒ CARGO

SAMOCHODEM DOSTAWCZYM ROKU 2010

Rozstrzygnięto test porównawczy lekkich samochodów dostawczych. Test przeprowadziło sześciu dziennikarzy, reprezentujących czasopisma branżowe: Ciężarówki, Samochody Specjalne, Polski Traker i Vanekstra. Oceny dokonano na podstawie pokonanej przez pojazdy trasy i dodatkowych prób specjalnych, punktując w kategoriach: kabina, silnik i układ napędowy, ładowność, właściwości jezdne, codzienna funkcjonalność. Na podstawie uśrednionych ocen tytuł Samochód Dostawczy Roku 2010 w Polsce zdobył Fiat Doblo Cargo 1,6 Multijet, uzyskując 45,7 pkt. na 50 możliwych i zajmując 1. miejsce w 4 z 5 kategorii testu.



500 TYSIĘCZNY FIAT 500



Z początkiem maja wystartował nowy projekt poświęcony modelowi Fiata 500, który w ciągu niespełna dwóch lat od uruchomienia produkcji w zakładzie Tychy, osiągnął liczbę 500.000 sztuk. Aby uczcić ten wynik, Fiat ze społecznością zrzeszoną na stronie www.fiat500.com, stworzy jedną wyjątkową „pięćsetkę” o nazwie „Fiat 500 Millesima” („Fiat 500 Tysięczny”). Nadwozie tego unikalnego egzemplarza będzie pokryte 1500 zdjęciami z twarzami właścicieli i miłośników Fiata 500, którzy w różny sposób przyczynili się do sukcesu tego samochodu. Aby zarezerwować miejsce na karoserii tej wyjątkowej „500-ki”, wystarczy wejść na stronę internetową www.fiat500.com i użyć specjalnej aplikacji przedstawiającej plan nadwozia Fiata 500. Po zakończeniu fazy rezerwacji, wyprodukowany „Fiat 500 Millesima” będzie uczestniczył w licznych imprezach i wystawach.

FIAT DLA „FUNDACJI 10 KWIETNIA”

Ustanowiona została Fundacja 10 Kwietnia. Jej celem jest niesienie pomocy dzieciom ofiar katastrofy lotniczej w Smoleńsku, dzieciom ofiar innych katastrof i klęsk żywiołowych, a także tym, których rodzice zginęli w trakcie pełnienia służby publicznej. Fundacja będzie dbała w szczególności o zabezpieczenie potrzeb edukacyjnych jej podopiecznych (m. in. poprzez stypendia czy pomoc wspierającą proces edukacji). Fundacja jest wspólną inicjatywą środowiska biznesowego. W gronie jej założycieli jest m. in. Fiat Polska. Więcej informacji na stronie internetowej: www.fundacja10kwietnia.pl.

NAJPIĘKNIEJSZE AUTO 2010

Ogólnoeuropejski plebiscyt Design Award, w którym liczą się styl i uroda, zorganizowano w Polsce po raz drugi. Jego zasięg obejmuje 25 krajów, w których ukazują się pisma motoryzacyjne z grupy Auto Bilda, docierające do około 40 mln czytelników. I to oni rozstrzygają, który model zostanie zwyciężą plebiscytu w ich kraju oraz w całej Europie. W tym roku czytelnicy Auto Świata uznali, że spośród 103 nowości najpiękniejszymi samochodami w poszczególnych kategoriach są: Alfa Romeo Giulietta, Aston Martin Rapide, Mercedes SLS, Porsche Cayenne i McLaren MP4-12 C. Suma głosów oddanych w Polsce oraz pozostałych krajach na auta pretendujące do tytułu najpiękniejszego zadecydowała o wyniku ogólnoeuropejskiego plebiscytu.

GRUPA FIAT NAGRODZONA PRZEZ FINANCIAL TIMES



W Londynie odbyła się druga edycja konkursu Business Awards zorganizowanego przez Financial Times Arcelor Mittal Boldness. W kategorii firm, które „są awangardą zmian”, Grupa Fiat została nagrodzona za strategiczny sojusz z Chryslerem. Financial Times uznał to posunięcie za ważne dla konsolidacji przemysłu samochodowego. Nagrodę odebrał Sergio Marchionne, szef obu spółek. Na zdjęciu Marchionne między Lionelem Barberem, dyrektorem Financial Times (po lewej) a Lakshmi Mittalem, prezesem i przewodniczącym zarządu ArcelorMittal, największym producentem stali na świecie.



POLICJA W DUBAJU JEŽDZI FIATEM 500

Policja w Al Ain w Zjednoczonych Emiratach Arabskich zakupiła kilka Fiatów 500. „To auto o bardzo sympatycznym wyglądzie – powiedział szef policji w Al Ain – które zdobyło serca wszystkich. Poza tym jego niewielkie rozmiary sprawiają, że jest bardzo zwinny i doskonale nadaje się na zatłoczone ulice naszego miasta”.

OSKARY DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Fiat zdobył podwójną nagrodę w zakresie zrównoważonego rozwoju przyznawaną przez firmę SAM, która analizuje 2.500 spółek giełdowych, by ocenić ich parametry odpowiadające indeksowi Dow Jones Sustainability. W tym roku Fiat otrzymał wyróżnienie w klasie Sector Mover oraz Gold Class. W 2009 r. firma, mimo pogarszających się warunków rynkowych, nadal inwestowała w zrównoważony rozwój w branży. We wrześniu SAM już raz nagrodziła Fiata jako lidera w tej dziedzinie z punkcją 90/100 i dzięki temu firma weszła do pierwszej giełdowej dziesiątki spółek indeksu Dow Jones Sustainability World i Dow Jones Sustainability STOXX, które są zarezerwowane dla spółek najlepiej zarządzających swoim biznesem, ale także poświęcającym uwagę kwestiom społecznym i ekologicznym.

JOINT VENTURE W ROSJI

Produkcja dziewięciu nowych modeli z segmentu C, D i SUV – to przedmiot porozumienia zawartego między Fiatem i rosyjskim producentem samochodów Sollersem, które podpisane zostało przez Sergio Marchionne oraz rosyjskiego przedstawiciela Vadima Shvesova. Fabryka Sollera znajduje się tysiąc kilometrów od Moskwy, w Republice Tatarstanu. Od 2016 r. będzie produkować ok. 500 pojazdów rocznie. Sześć z dziewięciu nowych modeli powstawać będzie na nowej globalnej platformie Fiat-Chrysler, a co najmniej 10% produkcji przeznaczono już na eksport. Także w Federacji Rosyjskiej CNH Global oraz OJSC Kamaz produkować będą wspólnie maszyny rolnicze i budowlane w ramach joint venture, która działać będzie pod nazwą CNH-Kamaz Industrial. Zakład produkcyjny znajduje się w Neberezynie Chelny i osiągnie moc produkcyjną 4000 maszyn rocznie.

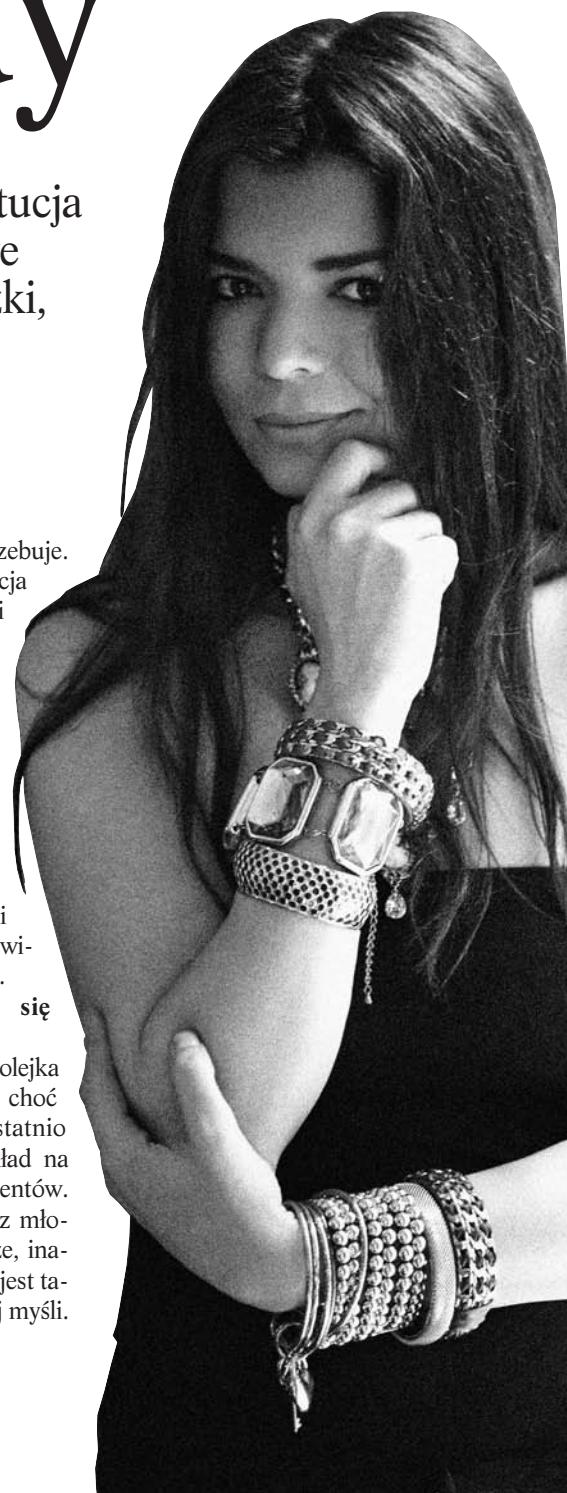
AS W RĘKAWIE

Traktor New Holland T7070 AutoCommand wygrał dwie prestiżowe nagrody „Tractor of the Year 2010” oraz „Golden Tractor for Design”, które są wyrazem uznania za poszukiwanie w zakresie awangardowych technologii. Zgodnie z tą logiką produkcja rolnicza ma stać się mniej skomplikowana i bardziej efektywna. Aby uczcić przyznanie nagród, New Holland wyprodukowała dwa Traktory T7000 w specjalnej edycji „Blue Power”, w wyjątkowym niebieskim kolorze nadwozia oraz z chromowanymi wykończeniami, które nawiązują do marki Maserati.



DOROTA WRÓBLEWSKA

Entuzjastka mody



ROZMAWIAŁA
Anna
**Lubertowicz-
Sztorc**
FOTO
**Emil J.
Biliński**

Dorota Wróblewska to kobieta-instytucja w świecie mody. Organizuje modowe show, prowadzi wykłady, pisze książki, prowadzi programy telewizyjne i działa na internetowych portalach. Miłością do mody zaraziła ją babcia.

Wszędzie Pani pełno...

Ale ja przecież naprawdę niewiele bywam...

Myślałam raczej o tym, że prowadzi Pani ogromnie różnorodną działalność. Jest Pani kobietą – instytucją w świecie mody... Przed wszystkim jestem producentem pokazów mody, wydarzeń artystycznych, show. Poza tym kształtuje wizerunek marek. Produkuję i prowadzę programy telewizyjne, jestem dyrektorem artystycznym portali internetowych Sophisti.pl, Sophistifashion.pl i właścicielem Domu Mody Forget-me-Not. Piszę książki, ale moja działalność zawsze związana jest z modeą. To mój zawód, pasja, temat, który przewija się przez całe moje życie.

Jest Pani również wykładowcą w Europejskiej Szkole Biznesu i wykłada...

...autokreację i kod ubioru. Zmieniam wizerunek danej osoby – jeżeli ktoś tego potrzebuje.

Właśnie powstał (inauguracja 10 czerwca) mój autorski blog pod hasłem: „pokaż mi swoje zdjęcie, a powiem, co powinnaś w sobie zmienić i jaki masz styl”. To są działania w ramach takiej dużej kampanii: „odmieniamy kobietę w Polsce”. Każdy będzie mógł przysłać swoje zdjęcie, a ja podpowiem, jaki jest dotychczasowy i jak powinien zmienić się wizerunek.

Dużo ludzi interesuje się w Polsce modeą?

Po wykładach ustawia się kolejka osób i każdy chce ze mną choć chwilę porozmawiać. Ostatnio np. miałam gościnny wykład na SGH i aula była pełna studentów. Było mi bardzo miło. Teraz młodzież chce wyglądać dobrze, inaczej, po europejsku. To już jest takie pokolenie, które inaczej myśli.

FOT. EMIL J. BILIŃSKI

KARTKI Z ŻYCIOŁYSU

Dorota Wróblewska

Producentka pokazów i promotor mody, kultury i sztuki. Wykładowca kodu ubioru, business look oraz autoprezentacji w Europejskiej Szkole Biznesu. Laureatka statuetki Doskonałość Mody Twojego Stylu za największe wydarzenie mody WARSAW FASHION STREET. Autor i producent programów telewizyjnych o wizerunku i metamorfozach takich jak: Modna Moda, Metamorfozy, Fashion Cafe. W centrum Warszawy, stworzyła pierwszy w powojennej Polsce dom mody Forget-me-Not, gdzie prezentuje wystawy, kolekcje zdolnych polskich i zagranicznych projektantów. Autorka cyku książek o modzie. Dyrektor Artystyczna portali Sophisti.pl, Sophistifashion.pl (moda, kultura, sztuka, film, muzyka). Ma swój blog dorotawroblewskablog.pl

Dorota Wróblewska w ubiegłym roku została Ambasadorem marki Lancia w świecie mody i biznesu

Wszystkich stać na modny wygląd?

Teraz jest tak wiele możliwości, taki wachlarz cenowy odzieży, tyle pomysłów, że każdego stać na to, aby dobrze i modnie wyglądać. Pytanie jest tylko, czy ten ktoś ma swój styl czy nie. Każdy z nas popełnia błędy w ubiorze, ale nie każdy to widzi i czasem trzeba kawę na ławę wywalić...

No to słucham...

Po Pani widać, że interesuje się modeą, ma Pani trochę artystyczne podejście do życia, ale nie do końca czy jest Pani poukładańca i woli żyć w takim artystycznym bałaganie...

Dziękuję bardzo, wystarczy. Co to w Polsce znaczy być właścicielką domu mody?

Dom mody na ogół to miejsce, które reprezentuje różne marki i projektantów. W moim przypadku jest nieco inaczej. Dom mody Forget-me-Not to przede wszystkim miejsce do prezentacji różnych marek selektywnych, nie tylko odzieżowych, ale również kosmetycznych. Odbywają się tutaj wernisaże, konferencje, spotkania. A poza tym robimy również kolekcję dla klientów, którzy zamawiają sobie u nas pokaz. Ja nie jestem projektantem – ja zapraszam projektantów, promuję ich, pomagam.

Czy w świecie mody łatwo jest zrobić karierę?

Świat mody nie jest łatwy, a młody projektant musi być zdolny, ambitny i pewny tego, co tworzy. Niestety większość młodych kreatörów nie walczy o swoją pozycję. Nie słuchają i nie wyciągają wniosków. Jeden pokaz to nie wszystko. Ja uczę się całego życia. Słucham krytyki i konstruktwnych uwag. Takie podejście jest ważne dla każdego zawodu i w ten sposób mamy szansę na ciągły rozwój.

Po raz pierwszy dzięki Pani moda „wyszła” na ulicę...

Od kilku lat organizuję Warsaw Fashion Street – impreza trwa 12

godzin i na takie pokazy może przyjść każdy. Zobaczyć na żywo to, co do tej pory oglądał tylko w gazetach lub w telewizji. Na ekskluzywnie zaaranżowanej na wybieg ulicy odbywa się gala mody, jej święto. Wiele osób teraz mnie naśladuje, w wielu miastach odbywają się podobne imprezy. 6 lat temu, kiedy zorganizowałam ją po raz pierwszy, wszyscy mówili, że jestem wariatką. Skąd u Pani aż taka pasja i umiłowanie mody?

Moda to część naszej kultury. Od dziecka interesuję się modą, bo moja babcia była znaną polską modelką. Zawsze przywiązywała wagę do ubioru, zachowania i wyglądu. Była dla mnie wzorem kobiecości, stylu i klasy. Odwiedzałam z nią projektantów, u których szły sukienki na miarę. W wolnych chwilach opowiadała mi, jak kiedyś wyglądały domy mody, pokazy w starej Warszawie. Te wspomnienia i atmosfera pozostały we mnie. Myślę, że miały ogromny wpływ na to, co robię dzisiaj. Dam Pani swoją książkę – tam to wszystko opisałam.

Ma Pani jeszcze czas na wydanie książki?

Jestem również kolekcjonerem torebek antycznych. I wyda-

Czasami zapominamy o byciu sobą i zakładamy to, co jest modne, a nie to, w czym nam jest dobrze

lam o nich książkę („Torebki Vintage”). Powinnam napisać jeszcze kilka innych, ale brakuje czasu.

Czy bycie modnym, oznacza nadążanie za najnowszymi trendami, kolekcjami?

Niestety większość ludzi podąża za trendami. Czasami zapominamy o byciu sobą i zakładamy to, co jest modne, a nie to, w czym nam jest dobrze. To zły kierunek. Moda to kod ubioru, identyfikator, określa nasze ego, stan ducha. Oczywiście najnowsze trendy są dla ludzi i warto czerpać z nich inspiracje. Jednak nie musimy wyglądać jak manekin w wystawie.

Czy warto inwestować w modę, kupować rzeczy unikalne, markowe, artystyczne?

Moda jest słabą inwestycją. To raczej inwestycja w siebie. Ale na pewno warto przede wszystkim inwestować w klasykę – dobry płaszcz, świetnie skrojony garnitur, koszulę. To nigdy nie wychodzi z mody. Nie warto natomiast inwestować w rzeczy trendy, a jeżeli jest taka potrzeba, to takie rzeczy należy kupować w tanich sklepach.

Czy zwraca Pani uwagę na samochód, którym jeździ, telefon czy komputer, którego Pani używa?

Oczywiście, że tak. To także moda. Firmy produkujące gadżety typu komputer, telefon czy wiele innych prześcigają się w pomysłach, by trafić w gusta młodych ludzi. Samochody są też modne lub nie. Chodzi o typ nadwozia, kolor itp. Panują określone trendy w projektowaniu wnętrz samochodów. Dla mnie włoskie samochody są wyjątkowe pod tym względem. Tam każdy detal jest przemyślany i doskonale zaprojektowany.

To czym Pani jeździ?

Jeżdżę Lancią Delta. To jedyny tak wykończony model w Polsce – jest w kolorze écru, a w środku skórzana tapicerka w kolorze czerwonym ze specjalnymi stebnowaniami. To wielka przyjemność podróżować takim wyjątkowym autem. Wewnątrz wspaniały design, piękna deska rozdzielcza. Niewątpliwie jest to taki samochód, w którym doskonale czuje się i kobieta, i mężczyzna. To auto „układa się” do kierowcy. I wzbudza ogromne zainteresowanie.

Jakie kolory Pani preferuje?

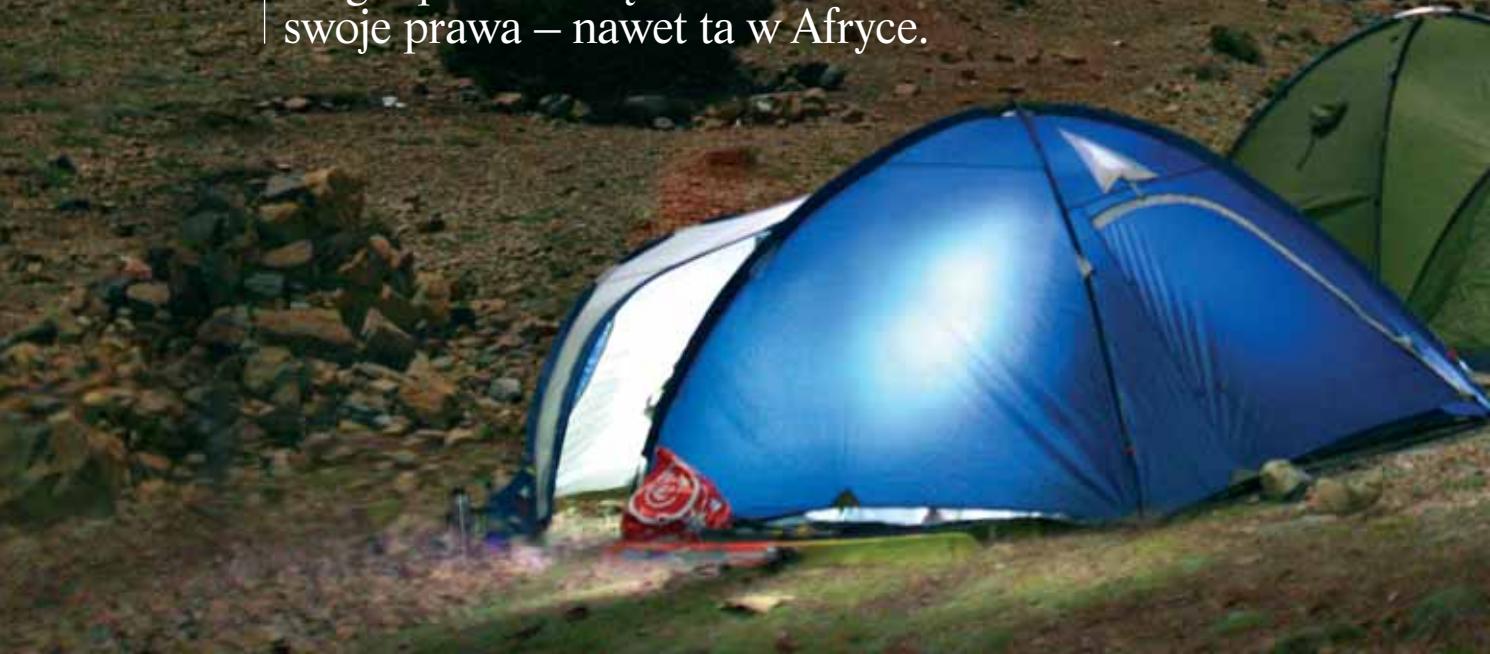
Czarny i écru, ale w brązach też dobrze się czuję. ■



Śniegi Atlasu i piaski Sahary

TEKST
Grzegorz Holerek
FOTO
W. Biarda,
M. Feodorów,
P. Mszyca

Lało z małymi przerwami, woda niszczyła drogi i zalewała pola uprawne. Wysokie wierzchołki zabieliły się świeżym śniegiem. Dopiero teraz dotarło do nas, że słoneczna pogoda w Maroku nie jest dana raz na zawsze i zdobycie Toubkala mogło przecież się nie udać. W końcu zima ma swoje prawa – nawet ta w Afryce.



Wieczór nie zapowiadał niczego złego. Zaśnieżony Atlas, z którego zdołaliśmy wyjechać późnym południem, majestatycznie odcinał się na tle nieba. Auto gnało długą doliną, zostawiając za plecami skalne zbocza, zwieszone nad rzeką. Dzień miał się ku końcowi i szybko należało znaleźć miejsce na nocleg. Wielkiego wyboru nie było, więc przy pierwszej okazji zjechaliśmy z gruntowej drogi na liche pobocze. Pracowicie wydłużaliśmy w gliniasto-żwirowym podłożu w miarę równe miejsce pod namioty, trochę gotowaliśmy, aby w końcu zalec w śpiworach. Ból i pieczenie spalonych słońcem twarzy był ostatnim wspomnieniem tuż przed zaśnięciem.

Obudził nas huk wiatru. Rósł w siłę, szarpał namiotem, lomotał na ściankach tropiku, wył na cienkich linkach odciągów. Rozpędzał się z każdą chwilą, nic sobie nie robiąc z rosnącego w nas niepokoju. Piaszek i drobny pył wciskały się do wnętrza, kamyki i żwir biły o ścianki, patyki, suche liście i ostre kolce, a nawet całe fragmenty ostrokrzewów wściekle uderzały o tropik. Cierpiał też wypożyczony, stojący tuż obok terenowy samochód.

W końcu musiało dojść do katastrofy. Trzask łamanej pałką powalił całą szmacianą konstrukcję na ziemię, wyrywając przy okazji śledzie i szpilki. Jeden po drugim wyczołgaliśmy się na zewnątrz i walcząc z wiatrem upchnęliśmy do auta splataną, szmacianą kuklę wraz z resztą klamotów.





Namiot siłował się z nawałnicą, kilkukrotnie swym stropem dotykając naszych twarzy ukrytych w śpiworek, ale w końcu musiało dojść do katastrofy

Powoli ruszamy. Któz by się spodziewał, że tak pożegnamy Wysoki Atlas, który gościł nas przez ostatnie 3 dni.

Bazę wypadową dla udających się na najwyższy szczyt Maroka i całej Północnej Afryki stanowi miejscowości Ilmil, oddalone od Marrakeszu o ok. 80 km. Można tutaj znaleźć nocleg, dokupić brakujący sprzęt wysokogórski lub żywność, a także uzgodnić wynajęcie transportowych osiołków lub tragarzy, jeśli nie chce się nosić ciężarów na własnym grzbiecie. I oczywiście można – a nawet należy – pohandlować. Lista rzeczy, jakie udało nam się sprzedać, a także kupić, jest dłuża. Wymianie handlowej podlegały np. brudne skarpety i znoszony podkoszulek, skamieniny, ochraniacze, leki. Z dużym wysiłkiem udało nam się uchronić przed sprzedażą narty, kije trekkingowe i buty. W Aroumd zostawiamy auto na gliniastym podwórzu u sympatycznego gospodarza, który poczęstował nas kawą. Droga prowadzi dnem wyschniętej rzeki. Pomimo znacznej wysokości upał daje się we znaki. Przy pierwszej okazji chłapiemy się w potoku i okładamy głowy namoczonymi ręcznikami. Berberzy, najdawniejsi mieszkańcy Maroka – ciepło poubierani – ze zdziwieniem przyglądają się naszym poczynaniom, raz po raz proponując pomoc przy transporcie plecaków. Dyskusja na temat ceny jest pełna uroku, ponieważ kwota ustalona na początku transakcji zawsze znacznie urasta, a oni z przekonaniem tłumaczą, że





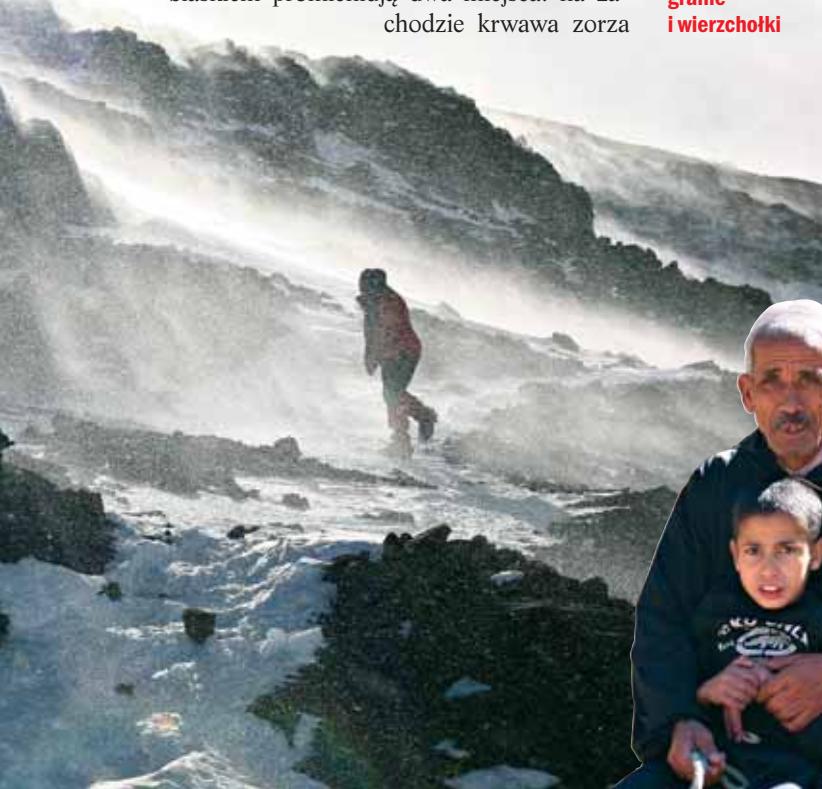
na tyle byliśmy umówieni. Po godzinie, już wysoko w górach, docieramy do Meczetu za Białą Skałą. Na tle potężnych, szarych bloków skalnych, płatów brudnego śniegu i surowego górskiego krajobrazu, kolorowe strągi wypełnione barwnymi chustami, swetrami, apaszkami, rękawicami i kurtkami tańczącymi w powietrzu wraz z podmuchami wiatru.

Po trzech godzinach długiego trasera docieramy do dwóch schronisk stojących u podnóża Toubkala. Jeden, o nazwie Muflon, jest dużym kamiennym obiektem z pięknym wnętrzem, którego centrum stanowi obszerna sala kominkowa. Drewniane balustrady i eleganckie drzwi sprawiają wrażenie arabskiego pałacu. Trochę wyżej położony obiekt należy do Francuskiego Klubu Alpejskiego. Na wysokości 3000 m, gdzie zakładamy obóz, panują warunki zimowe. Dużo śniegu i lodu, a pomimo słonecznej pogody, co raz docierają do nas podmuchy mroźnego, gwałtownego wiatru. Kiedy stajemy, dochodzi godzina 19.00. Osiągamy północną grań szczytową, kiedy zapada noc. Wiatr, który wzmagał się wraz z wysokością, teraz rozpadł się w najlepsze. Huraganowe podmuchy chwilami zwalają z nóg. Szczyt wita nas niewielkim trójnogiem. Jak okiem sięgnąć wszystko tonie w ciemnościach, w których blaskiem promienią dwa miejsca: na zachodzie krewawa zorza

Droga prowadzi dnem wyschniętej rzeki. Pomimo znaczej wysokości upał daje się we znaki



Wiatr, choć trochę stracił na intensywności, nie daje za wygraną. Długimi, śnieżnymi piórropuszami dymią säsiednie granie i wierzchołki



po gasącym słońcu, a hen daleko, pulsujące żółtymi światłami osiedla milionowego Marrakeszu. Schodzimy w poświatce księżyca. Niezwykła jasność pozwala wędrować bez światła. Niezapomniany jest też zjazd narciarski z Toubkala. Twardy, ale niezlodowaciały śnieg, pozwala na pewną, szybką jazdę, a ostre skręty dostarczają prawdziwej przyjemności. Efektowny jest wyjazd ze śnieżnego korytarza wprost na trzy maleńkie światelka, leżące kilkaset metrów niżej. Dwa z nich są światłami bliźniaczych schronisk, a trzecie – najslabste i najmniejsze – rozświetla namioty naszego obozu. Cóż za radość!

Poranek następnego dnia budzi się słoneczny. Kto tylko ma ochotę pakuje się do kolejnego wejścia na szczyt. Śniadanie to kromka suchego chleba i kubek letniego rosolu na nieprzegotowanej wodzie. Ale... ta pogoda! Wiatr, choć trochę stracił na intensywności, nie daje za wygraną. Panorama jest zachwycająca. Za dnia widać jak puste i odludne są wielkie, górskie przestrzenie Atlasu, zlewające się na linii horyzontu z pustynnymi nizinami.

„Jeśli chcecie zobaczyć Saharę, nie jedziecie do Rissani. Tam jest pełno ludzi, handel i komercja. Lepiej pojechać za Zagorę, pod granicę z Algierią. Wydmy są co prawda niższe, ale pustka i spokój”.

Siedzimy w małym sklepiku i dwóch młodych Marokańczyków przekazuje bezcenne dla nas informacje. Gnamy na południe. Krajobraz pustynnieje. Za oknami samochodu przesuwają się grzbiety górskie, poroane głębokimi kanionami.

Widoki zmieniają się jak w kalejdoskopie. Na którejś

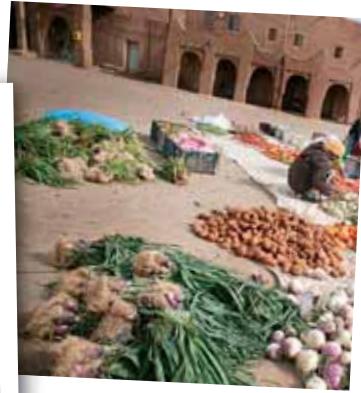


z kolejnych przełęczy zza zakrętu wyłonił się Renault Kangoo, parkujący na poboczu drogi. Stojący obok niego mężczyźni na nasz widok zaczęli machać rękami: „Zabierzcie choć jednego z nas do najbliższego miasta” – proszą. „Mamy kłopot z samochodem”.

Po chwili педzimy w siódemkę. W najbliższej wsi podróżny zaprasza nas do swojego domu, który na parterze mieści duży sklep. Herbata z miętą, henna, orientalne zapachy, kolory, biżuteria i muzyka. Opowieści o Saharze, burzach piaskowych i wielbłądach. Chloniemy atmosferę spotkania wszystkimi zmysłami. Dzięki te-

**Opowieści
o Saharze,
burzach
piaskowych
i wielbłądach.
Chloniemy
atmosferę
spotkania
wszystkimi
zmysłami**

wynajęcia wielbłądów i kilkudniowej karawany po saharyjskich pustkowiach. Dalekie karawany do wnętrza Afryki nadal są powszechnym sposobem handlu. Z Maroka, jak opowiadał nam jeden sklepikarz, często wyruszają transporty szafrału, którego jeden kilogram kosztuje około 100 euro. W drodze powrotnej marokańscy kupcy przywożą olbrzymie ilości srebrnej i złotej biżuterii. Uczestnicy karawany, składającej się zazwyczaj ze 150 wielbłądów, są w drodze od 4-5 miesięcy.



ZIEMIA HANDLOWYCH RYDWANÓW

Najpierw zobaczyliśmy go z okien samolotu. Ze wszystkich stron zmierzały do niej kreski dróg, niektóre proste, bez najmniejszego zakrętu, jakby rysowane od długiej linijki. Rzeka wylaniająca się zza linii odlegiego horyzontu znaczyła swój bieg rozdraganym nurtem. Kiedy samolot zniżył lot, z jednolitej masy nałożonych na siebie szczegółów wyodrębnily się domy z plamami suszących się na balkonach ubrań, kwadraty zaulków i podwórek wraz z cienkimi paskami ulic.

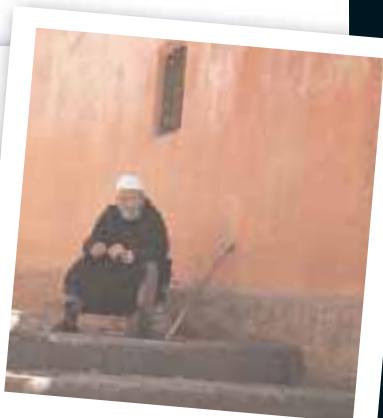
Trzy godziny później sami stajemy się częścią chaosu, próbując uporać się z wąskimi uliczками starego miasta. Prowadzenie samochodu w arabskich metropolach jest serialem następujących po sobie: nerwowości, strachu, zaskoczenia, zwrotów akcji

mu spotkaniu udaje nam się, oprócz handlowych zdobyczy, odwiedzić obozowiska pustynnych Berberów. Następnego dnia o 9.00 rano na maleńkiej stacji benzynowej pojawiła się stary, rozklekotany Renault 5, za którym podążamy nie zwracając uwagi na nawierzchnię, pooraną korytami okresowych potoków. W ciągu kilku godzin było wszystko, z czym kojarzy się Sahara: piaski, wydmy, karawana wielbłądów, a na koniec narciarskie zjazdy z najwyższego piaszczystego wierchołka, jaki można było znaleźć w okolicy.

Gościnni Berberzy zapraszają nas na nocleg w namiotach, ale nas ciągnie dalej. W Mhamid droga jaką pokazywała nasza mapa, przestała istnieć. Do granicy z Algierią zostało około 30 km. Porywisty wiatr zasnuł cały krajobraz chmurami piasku. Tutaj droga się kończy. W małej kawiarence pijemy tradycyjną, marokańską herbatę. Właściciel zachęca do

i dziękowania Opatrzności za cudowne ratowanie życia. Kiedy wieczorem pustoszą ulice, żywioł, fantazja i dynamika tego milionowego miasta przenoszą się na olbrzymi rynek Starego Marrakeszu. Czego tam nie ma! Setki bud, straganów, kramów i sklepików na obrzeżach placu i dojściowych uliczach gromadzą dziesiątki tysięcy towarów, które można wziąć do ręki, powąchać, przymierzyć, skosztować dając nadzieję właścielowi na udaną transakcję. Kiedy po kilku godzinach wydaje się, że otaczający człowieka gwar i ruch zostały oswojone, nagle z pierwszym zmierzchem otwierają się bramy, ozywają wąskie uliczki i z miejsc tych z wielkim łomotem wypadają liche wozy zała-

**Berberzy,
ciepło
poubierani,
raz po raz
proponując
pomoc przy
transportie
plecaków**



dowane metalowymi stelażami. W natłoku i ścisiku, prawie wpadają na siebie, nie robiąc sobie krzywdy i gnają do wnętrza rynku. Te handlowe rydwany zaprężone w dwóch lub trzech mężczyzn, parkując nagle w sobie tylko znanych miejscach, tak precyzyjnie, że tworzą swymi stalowymi konstrukcjami i pospiesznie rozstawianymi stołami małe uliczki. Natychmiast kłębą się w nich tłumy klientów gotowych skosztować gorących ślimaków, smażonej baraniny lub wołowych szaszłyków. Kiedy minie nawała głodomorów, naganicze zwolnią kolejnych. Nie wiadomo jakim sposobem, ale bez pudła rozpoznają w nas Polaków.

Łamiemy ich stereotypy i zamawiamy smażone szaszłyki płacąc gotówką, choć o ostateczną cenę musimy się nieźle wykłócić. Tymczasem tłum turystów gęstnieje. Niczym średniowieczni kuglarze i wędrowni hochsztaplerzy epatują przechodniów najwyraźniejszymi sztuczkami.

Wieżę tańczą w takt melodii granej na fletach przez dwóch starców w turbanach, tuż za ich plecami na maleńkim stoliku piętrzą się stosy sztucznych szczęek, które można mierzyć na poczekaniu. Parę kroków dalej kwitnie handel cudownych medykamentów: proszków, tabletek, mydeł, natłustek, żelów, emulsji, płynów, past, maści, syropów, galare-

► WARTO WIEDZIEĆ

Informacje praktyczne

Najszybciej dotrzeć do Maroka samolotem. Wygodne są lotniska we Frankfurtie nad Menem (Hann) i Mediolanie. Ceny biletów z tych miast w obie strony do Marrakeszu lub Fez wahają się od około 150-600 złotych. Do Frankfurtu i Mediolanu można dolecieć już za kilkudziesiąt złotych z polskich lotnisk lub dojechać samochodem. Kupując bilety przez

Internet należy przygotować wszystkie dane i precyzyjnie wypełniać kolejne kroki, ponieważ pomyłki podnoszą cenę biletu, jak i powtórne wejścia na stronę przewoźnika podczas zamawiania biletu.

Wiza: do 90 dni niepotrzebna.

Waluta: dirham marokański. 1 MAD = 0,39-0,44 zł. Płacenie kartą bywa tańsze od gotówki.

Cena taksówek negocjowana, np. Marrakesz – Imlil – Marrakesz 700 Dh (190 km.)

Ceny: Tani nocleg od 50 Dh/os. + ciepła woda od 5 Dh, hotele od 100 Dh/os (ciepła woda, kuchnia, TV) Butelka wody – 6 Dh, obiad w knajpie – od 60 Dh, cola 0,3 l – 5-9 Dh.

Pociąg Fez-Meknes – 18 Dh, autobus CTM (najdroższa wersja) Fez-Meknes 25 Dh (60 km), autobus Essaouira-Marrakesh – 40 Dh (180 km).

Średni dzienny budżet: ok. 250-300 Dh.

Najlepszy okres: marzec-maj, wrzesień-listopad (dobra pogoda, brak tłumu, ludzkie dla Europejczyków temperatury).

Szczepienia: wymagane – brak, zalecane – WZW A i B, BTP, dur brzuszny, meningokoki, żółta febra.

Główne międzynarodowe lotniska:

Fez, Casablanca, Agadir, Marrakech.

Najtańszym sposobem podróżowania dla kilku osób jest wynajęcie samochodu. 7-osobowe auto 4x4 na 8 dni kosztowało 520 euro, Dacia Logan 360 euro.

Średnia prędkość poruszania się po drogach: 60 km/h.

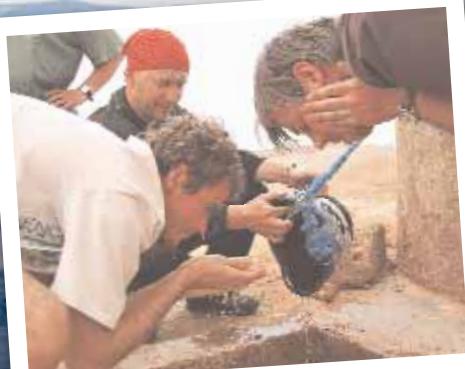
Wtyczki elektryczne: takie jak w Polsce.

Języki: francuski, hiszpański, angielski, choć coraz bardziej powszechny jest angielski.

Żadnych cen, poza wyjątkami, nie należy traktować jako sztywne.

Wynegocjowanie kwoty w wysokości 30% ceny początkowej należy uznać za sukces i prawie pewność, że znacznie nie przepłacamy.

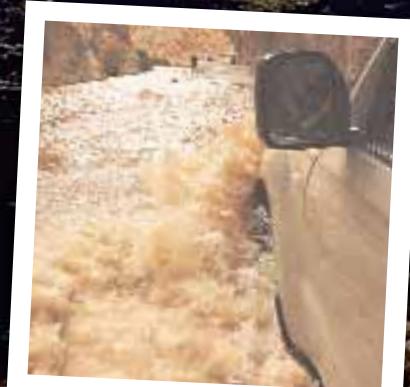




ŻYWIOŁ W WĄWOZIE

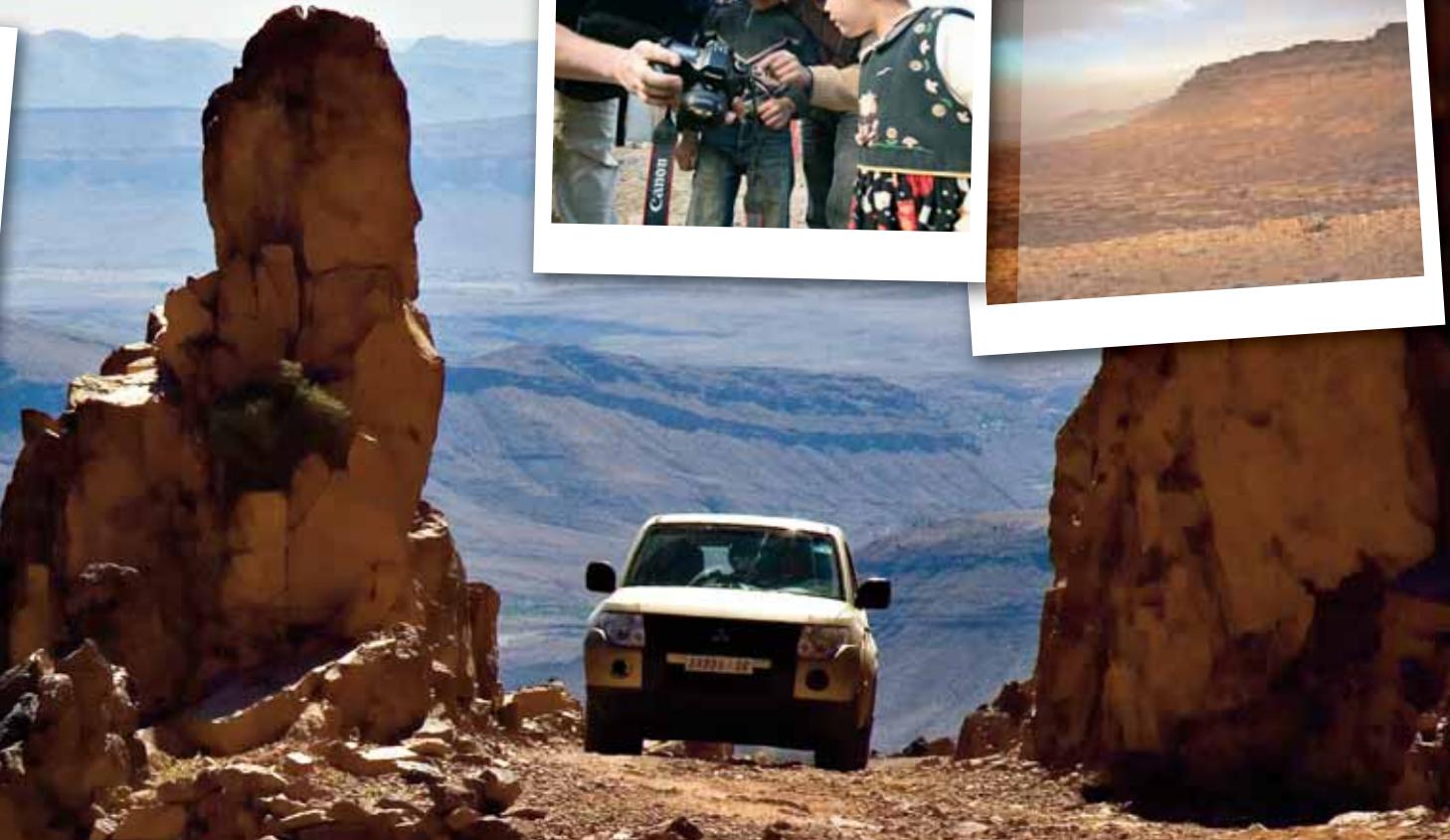
Ta dolina to ponad 50 kilometrów niemal nieprzerwanego podjazdu dobrą szosą wzduż oszałamiałej rzeki, meandrującej pośród skalnych ścian masywu Djebel Mkorn (2250 m n.p.m.). W pierw szeroka dolina, z zielonymi plamami uprawnych poletek i brzozowych zagajników, nie zapowiada późniejszych atrakcji. Kilka małych wsi, szczelnie zabudowanych wzduż drogi z masywnymi bryłami gliniano – słomianych zamków (kazb) i fantazyjne formacje skalne zamykają pejzaż. Później, coraz stromiej wspinająca się droga śmiały serpentynami wznosi się na coraz to wyższe piętra doliny i płaskowyże skalne. Przed podjazdem na jeden z nich, w przedniej szybie naszego auta wylania się skalny mur, który zagrada dalszą drogę. Szosa niknie w załomach ściany, z których wypływają brunatne wody spienionej rzeki. Wolno podjeżdżamy do ciasnej gardzieli, w której tloczy się kilka samochodów, stojących na całej szerokości szosy. Niektóre z nich, po chwili wahania, powoli wycofują się. Inni kierowcy wychodzą z aut i żywo gestykulując z niepokojem spoglądają do wnętrza doliny. Rzeczywiście, widok dalszej części drogi może napawać niepokojem. Rozpędzona rzeka w zwężeniu, i tak ciasnej już doliny, rozlała się na całą szerokość jezdni, topiąc ją na znacznej długości. Szczególnie niepokoi szybki nurt rozpedzonej wody, która swoją głębokością zakryła nawet słupki drogowe, stojące na poboczu szosy. Duże ciężarówki bez wahania wjeżdżają w nurt rozbryzgując olbrzymie fontanny wody, ale kierowcy samochodów osobowych stoją nieufni. Opory niezdecydowanych przelamuje dopiero kierowca wszechobecnej tutaj Daci, który wjeżdża w rzekę. Woda jakby tylko na to czekała. Zakrywa reflektory i wlewa się na przednią maskę, co – o dziwo, wcale nie zmienia planów śmialka. Jedyną jego reakcją jest uruchomienie wycieraczek i konsekwentna jazda pod prąd, aż do osiągnięcia suchej nawierzchni po drugiej stronie doliny.

Woda zakrywa reflektory i wlewa się na przednią maskę. Kierowca uruchamia wycieraczki i konsekwentnie jedzie pod prąd



tek, zawiesin i innych ozdrowieńczych substancji pomocnych przy – bez mała – stu tysiącach dolegliwości trapiących ludzkość. Wpadamy w zbiegowisko zaaferowanych słuchaczy, którzy w skupieniu otaczają szczupłą postać miejscowego proroka. Ascetyczny, z wysoko podniesionymi rękami i wzrokiem skierowanym w niebo wyrzuca z siebie potoki słów, podkreślając ich znaczenie ruchliwymi palcami dłoni, jakby ciskał nimi gromy w słuchaczy. Między nimi chorzy, inwalidzi i inni nieszczęsnicy chętnie wystawiają na widok publiczny swoje pokiereszowane kończyny. Wędrowni handlarze obwieszeni chustami, torebkami, biżuterią i stertami szmat nachalnie nagabują, łapią za ręce i wciaskają towar za wszelką cenę, próbując zarobić choć kilka dirhamów. Iluzjonisci i specjaliści od gry w trzy kostki, właściciele kramów i małych sklepików dwóją się i troją w tej ciżbie ludzkiej. Tłum drga, faluje, pulsuje i przemieszcza się we wszystkie strony, ale plac nie pustoszeje, wciągając w swoje szaleństwo wciąż nowych ludzi. Krzyki nawołujących się ludzi, muzyka i modlitwy muzeina charczącego przez megafony z wysokiej wieży minaretu mieszają się z zapachami korzennych przypraw, drogeryjnych pachnidel i smażonego mięsa.

Nawet głęboka noc i egipskie ciemności w zaułkach placu i handlowych ulicach nie zmniejszają potoku napływających ludzi. Do hotelu wracamy na piechotę. Rześka noc przynosi upragniony spokój i ciszę. Od gór wieje zimny wiatr, zmuszający do pośpiechu ostatnich, zapóźnionych przechodniów. Aż trudno uwierzyć, że niedaleko stąd, kilka tysięcy ludzi uczestniczy nieprzewrwanie w głośnym, handlowym karnawale.



Wskakujemy do auta. Decyzja może być tylko jedna. Naprzód! Pomimo emocji poszło sprawnie i szybko, a Maciek w swej karierze kierowcy zdobywa kolejne doświadczenie. Sceneria, w której przebiega dalsza część drogi jest urzekająca. Raz po raz porzucając samochód w najbardziej niedozwolonych do tego celu miejscowościach, wychodzimy na zewnątrz, by patrzeć i fotografować. Wszystkiego mamy pod dostatkiem: czerwieni zachodzącego słońca, fantazyjnych wieczornych chmur, zaśnieżonych wierzchózków, pionowych zerw skalnych, przełomowych meandrów rzeki płynącej kilkaset metrów poniżej drogi. Powoli zapada zmierzch, kiedy asfaltowa droga zaprowadza nas do Msemrir, leżącego na wysokości około 2000 m. Główimy się nad dalszą częścią eskapady, zdani wyłącznie na swą własną inwencję, ponieważ nieznajomość języka francuskiego czyni nas bezbronnymi na żywiołowe rady i cenne informacje, jakich nie szczerdzą nam miejscowi mieszkańcy. Dopiero sprzedawca w maleńkiej aptece swym polamany angielskim sprowadza nasze plany i marzenia na ziemię.

Od lewej:
Maciek, Franek,
Wojtek, Grzesiek,
Adam i Paweł



„Dalsza część drogi po północnej stronie jest w wielu miejscach zasypana śniegiem. Łatwo obsunąć się w przepaść. Naprawdę, nie jedźcie tam!”.

Zapada wieczór. Postanawiamy przenocować na skraju wsi i rano podjąć decyzję. Ale nie doczekujemy rana. Po dziesiątej wieczorem zaczyna padać, chwilę później lać, około północy mocno wiać i kiedy wybija druga i ulewny deszcz nie ustępuje, szybko zwijamy obóz. Zabłocony namiot z całą zawartością upychamy do auta... i w drogę! Patrzymy z niepokojem na rwące strumienie, rowy pełne wody, wielkie kaluże stojące w zagłębiach drogi. „Jeżeli przybyło trzydzieści centymetrów wody w rzecie to skalnej gardzieli już nie pokonamy” – mówi ktoś głośno na temat, o którym wszyscy myślimy od paru godzin. Kiedy jjeżdżamy niżej w strugach deszczu, skalny wóz wypełniony wodą wygląda groźnie. Choć wody nieco przybyło, Maciek bez wahania wjeżdża w pędzącą wodę i po chwili strachu znów jesteśmy po bezpiecznej stronie doliny. Kolejne dwa dni pokazały, że decyzja o wyjechaniu z gór była słuszna.





TEKST **Jerzy Bąk**
RYS. **Janusz Stefaniak**

Co nas we śnie straszy

Budzisz się w środku nocy. Masz wrażenie jakby ktoś lub coś siedziało na Twojej klatce piersiowej, strasznie uciskając. Nacisk jest tak duży, że niemal się dusisz. Do tego dochodzi całkowity paraliż. Nie możesz się ruszyć i wyczuwasz obecność czegoś złego wokół siebie. Cały czas obezwładniony przez nieznaną siłę czujesz, jak ktoś Cię obejmuje i ściska. Krzyczysz z całych sił, próbujesz się szamotać i wyrawać z uścisku, jak tylko możesz, a wszystko na nic – mimo krzyków nikt ciebie nie słyszy, mimo szarpania się ciągle leżysz nieruchomo. Im bardziej z tym walczysz, tym bardziej traumatycznym przeżyciem staje się dla ciebie spotkanie z tą istotą, która dyszy, sapie, chodzi wokół, czasem ukazując swoją twarz – straszną, brzydką, demoniczną fację, której nie sposób się nie bać. Nie mogąc się ruszyć, panicznie i w chaosie robisz wszystko, aby się uwolnić. Dźwięki z zewnątrz się nasilają, zachowanie zmory staje się coraz głośniejsze i natarczywe, a jej obecność coraz mocniej wyczuwalna. Nagle jednak ustępuje i odchodzi, a Ty budzisz się wystraszony... Mary i zmory atakują ludzi podczas snu, najczęściej około trzeciej w nocy. Ogólnie sądzi się, że mara to dusza człowieka, który zmarł nagłą śmiercią bez rozgrzeszenia. Jej specjalnością jest bolesne duszenie śpiących, a szczególnie młodych kobiet. Zmora zaś może być duszą zmarłej osoby, albo też złośliwą duszą osoby żyjącej, która odrywa się nocą od ciała człowieka, pozostającego w stanie snu. Osoba śpiąca nie ma pojęcia,

że odrywająca się od niej dusza przyjmuje postać zmory i atakuje inne osoby, również śpiące. Nie jest to jednak reguła, ponieważ niektórzy wiedzą o swych nocnych peregrynacjach, o swym nocnym bytowaniu... Istoty te dysponują umiejętnością przyjmowania różnych form i kształtów. Potrafią wcielić się w postać kota, kuny, myszy, gęsi, żaby, a także psa. Nie gardzą również innymi kształtami, takimi jak słomka czy igła, albo też pewnymi częściami ludzkiego ubioru. W centralnej Polsce, wierzy się, że gdy mara czy zmora dusi człowieka w nocy, a ten nagle się obudzi, to ona – aby się skryć – błyskawicznie zamienia się właśnie w drobny przedmiot (żdżbło, paproch, piórko, włos itp.), który osoba nawiedzona znajduje na piersiach albo leżący obok. Postać ludzką natomiast przyjmuje tylko w sciełe określonych sytuacjach, i to nie z własnej woli. Następuje to przykładowo wówczas, gdy muszą przyjść do domu, który nawiedzają nocą. Istoty te, zarówno ukazujące się pod postacią ludzką jak i inną, wydają nierzadko bardzo niemiłą woń, która często działa na ofiarę odurzająco. Ich działalność sprowadza się najczęściej do duszenia, gniecenia, a także ssania ofiary. U jednych rany wywołane ssaniem goją się szybko, u innych zaś jątrzą się, a proces leczenia jest długotrwały. Podobnie gniecenie. U niektórych nie wywołuje to żadnych konsekwencji, u innych natomiast obrzęk i długotrwałe bóle. Powszechnie też podkreśla się szczególny stan apatii, w jaki popada



człowiek atakowany przez marę lub zmorę, który może trwać nawet do dwóch tygodni.

Zmory atakują nie tylko ludzi, lecz także zwierzęta, a nawet drzewa. Podobnie jak zmory ludzkie, tak i te istoty działają szczególnie nocną porą. Zakradają się wówczas do obóz i stajen, aby ploszyć i dusić bydło oraz ujeżdżać konie. Szczególną odmianą zmory jest inkub lub sukkub, czyli demon objawiający się pod postacią mężczyzny lub kobiety i kochający się ze swoją ofiarą, czasem za jej zgodą, czasem bez, czasem na jawie, czasem – i to najczęściej – we śnie. Dawniej sądzono, iż jeśli jakaś młoda kobieta w czasie snu stęka i miota się po łóżku to niewątpliwie właśnie jakiś demon się z nią zabawia. Wskazane było ją szybko zbudzić, bo inaczej mogło się to skończyć ciążą i to wcale nie wyjaśnioną tylko jak najbardziej rzeczywistą.

Mary i zmory atakują ludzi podczas snu, najczęściej około trzeciej w nocy, uciskając im klatkę piersiową

Co na to nauka?

Naukowcy stan ten nazwali „paraliżem sennym lub przesennym”. Badania pokazały, że doznają go osoby podatne na stres lub działające długo pod jego presją. Większość przypadków paraliżu stwierdzono u osób śpiących na wznak (na plecach). Stan ten pojawia się najczęściej podczas zasypiania lub rzadziej podczas przejścia ze snu do czuwania i objawia się porażeniem mięśni przy jednoczesnym zachowaniu pełnej świadomości. Notorycznie powtarzający się paraliż przesenny jest zazwyczaj związany z zespołem chorobowym zwanym narkolepsją, ale występuje też epizodycznie u osób zdrowych jako rzadko spotykana anomalia. Zjawisko paraliżu tłumaczy się tym, iż mózg nakłada swoistą „klatkę” na nasze ciało po to, aby podczas snu nie pomylić ciała fizycznego z tym sennym, a co za tym idzie np. nie biec śniąc o bieganiu. Dlatego lunatycy mając zaburzoną funkcjonalność tej „klatki” – często chodzą we śnie. I właśnie, aby temu zapobiec, umysł odcina się od ciała. Natomiast obrazy i głosy słyszane przez „ofiary zmory” to nic innego jak hipnagogia – złudne doświadczenia zmysłowe, takie jak dźwięki, obrazy czy uczucie dotyku. Hipnagogia mają za zadanie wprowadzić nas w sen. Tymczasem osoby, które mają sen burzliwy i nie regularny – częściej ich doświadczają i podczas paraliżu mogą je usłyszeć, zobaczyć lub odczuć. Dlaczego? Paraliż to stan charakterystyczny dla fazy REM snu, czyli tej w której śnímy i tej, w której ciało musi być odcięte od umysłu. Mózg sądzi, że skoro nadal ogarnia nas paraliż, to musi spać i próbuje wprowadzić nas w sen właśnie za pomocą hipnagogii. Dotąd nie odkryto żadnych szkodliwych dla ciała efektów przebywania w paraliżu przesennym. Przecież to naturalny stan, którego doświadczamy, co prawda nieświadomie, każdej nocy. A czkolwiek osoby, które tego zjawiska nie znają, mogą czuć się zdezorientowane i przestraszone, a co za tym idzie bać się na przykład snu, co raczej nie jest zdrowe ani dla ciała, ani dla umysłu. Jeżeli istota tego zjawiska nie zostanie „nawiedzanemu” szczegółowo wyjaśniona, to może doprowadzić go do schizofrenii i stanów nerwicowych, związanych ze strachem przed snem.

Dawniej istniało też przekonanie, że zmoram bywa najczęściej siódma córka z danego małżeństwa, a na „zmorowatość” wskazywać też mogły zróśnięte nad oczyma brwi lub różnokolorowe oczy. Wierzoną także, że zmoram zostaje po śmierci osoba, przy której, na łóżu śmierci, albo też w czasie chrztu, ktoś odmawiając Pozdrowienie Anielskie, przejęzyczył się i powiedział: „Zmoraś Mario” zamiast: „Zdrowaś Mario”. Jak zatem skutecznie bronić się przed atakiem tych istot? Bardzo silna na tradycyjnej wsi polskiej religijność spowodowała, że w wielu okolicach za najskuteczniejszy środek obronny przeciwko marom i zmoram uznaje się wodę świętą, obrazy święte i różne dewocjonalia. Uważa się, że ludzie męczeni podczas snu przez te istoty powinni ze szczególną żarliwością odmawiać codzienne pacierze, zawieszać na sztyli poświęcone szkaplerze, krzyżki lub medaliki. Aby uchronić się od nocnych odwiedzin mary lub zmory należy przy łóżku postawić buteleczkę lub lepiej jeszcze miseczkę z wodą świętą. Można też wokół łóżka, bardzo dokładnie, obrysować poświęconą kredą prostokąt lub elipsę, której to linii mara czy zmora nie będzie mogła

przekroczyć. Innym sposobem odpędzenia tych istot jest narysowanie koła łóżka, nad łóżkiem lub na drzwiach znaku krzyża. Niekiedy wreszcie okadza się łóżko świętymi ziołami, albo kadzi nimi w drzwiach prowadzących do izby, w której sypia osoba nawiedzana. Dla ochrony radzi się też ustawić koło łóżka lustro. Mara czy zmora przychodząc w nocy widzi w nim swoje odbicie, a gdy zobaczy, jak jest brzydka – ucieka. Skuteczną metodą ochrony jest także zmiana pozycji w czasie snu. Należy położyć się odwrotnie – z głową w nogach łóżka. Dodatkowo można też spać ze skrzyżowanymi nogami. Jedyną funkcją naszego ciała, którą możemy kontrolować czasie nawiedzenia przez te istoty, jest oddech. Dlatego, chcąc wybudzić się z tego stanu, możemy wykonać kilka szybkich wdechów i wydechów – to powinno pomóc. Natomiast, gdy będąc w tym stanie zobaczymy jakąś mroczną postać w swoim pokoju pomyślmy sobie, że ta postać jest dobra i miła. Zaakceptujmy jej obecność. Zechcemy, aby zamieniła się np. w duże soczyste, czerwone jabłko. Myślmy, myślimy intensywnie o tym jabłku. Wraz z pojawiением się obrazu jabłka – postać ta zniknie.



TEKST Joanna Lasek



Studium przyjaźni i izolacji



Są takie tytuły, które aż się proszą, aby „konsumować” je w towarzystwie gorącej czekolady, z podwiniętymi na kanapie nogami. „*Karmel*” to przepiękna opowieść o przyjaźni między kobietami, ciekawa o tym, że powstała w Libanie. Akcja toczy się w salonie kosmetycznym, gdzie kobiety czują się bezpiecznie i swobodnie. Liban jest dla nas



egzotycznym krajobrazem, kojarzącym się z terroryzmem i surowymi religijnymi zasadami. Okazuje się, że bohaterki mają podobne rozterki jak mieszkańców Europy, ubierają się w mini, zakochują w żonatycych mężczyznach, czują pociąg do przedstawicielek tej samej plemienia, nie znajdują porozumienia z własnymi mężami.... Piękny film o przyjaźni, i, co ważne, pełen urodzonych i mądrych kobiet. Następny film jest zdecydowanie męski. „*Twierdza Beaufort*” to adaptacja znakomitej książki o tym samym tytule. Grupa izraelskich żołnierzy jest zamknięta na małej przestrzeni – w tytułowej twierdzy w Libanie. Wytwarza się między nimi rodzaj specyficznej i bardzo silnej więzi – zrozumiałej jedynie dla kogoś, komu dane było walczyć u boku

przyjaciół. Mężczyźni, którzy w cywilu byli sobie obcy, nagle są gotowi oddać za siebie życie. „Twierdza Beaufort” dotyka także tak ważnego problemu jak obowiązek walki za ojczyznę, mimo że rozsądek podpowiadałby, że nie ma ona najmniejszego sensu w tej konkretnej sytuacji. Film to świetne studium izolacji, zamknięcia i oderwania od rzeczywistości.

„*Dzienniki motocyklowe*” to również film o męskiej przyjaźni, lecz jest to przyjaźń nasycona pierwiastkiem społecznym. To opowieść o wyprawie, którą w 1952 roku odbyli Ernesto Guevara (znany później jako El Che) i Alberto Granado. Bohaterowie wyruszają z rodzinnego Buenos Aires na rozklekotany motorze, przemierzają Amerykę Łacińską, co otwiera im oczy na niesprawiedliwości i różnice społeczne. Kiedy docierają do kolonii tredowatych w głębi peruwiańskiej dżungli, zaczynają rozumieć, że chcą stać po stronie ludzi wyrzuconych ma marginów społeczeństwa. W roli Ernesto „Che” wystąpił znakomity aktor młodego pokolenia znany choćby z filmu „*Złe wychowanie*” – Gael García Bernal.



Dzięki rozwojowi techniki nie jesteśmy skazani na wyczekiwanie premiery kinowej, a w razie jej przegapienia możemy wypożyczyć płytę wypożyczalni

PREMIERY KINOWE

Jaśniejsza od gwiazd

Nowy, długo wyczekiwany film Jane Campion, reżyserki „*Fortepianu*”. Bohaterką, podobnie jak w „*Fortepianie*”, jest kobieta, a raczej osiemnastoletnia dziewczyna. Spętana konwenansami, wychowywana przez nadopiekuńczą matkę, spotyka na swojej drodze romantycznego młodzieńca, który przewraca jej świat do góry nogami. Wszystko, co do tej pory było jasne i ugruntowane, staje się skomplikowane....

Reż.: Jane Campion,
wyst.: Abbie Cornish, Ben Whishaw.



Samotny mężczyzna

Debiut filmowy sławnego projektanta mody Toma Forda, wyczekiwany więc z zapartym tchem. Ciekawe, czy Ford okaże się równie dobrym filmowcem jak kreatorem. Film opowiada o jednym dniu z życia wykładowcy uniwersyteckiego Georga Falconera, który nie może się pogodzić z faktem, że właśnie stracił swoją największą miłość. Jedno jest pewne – największe gwiazdy kina nie odmawiają Fordowi, w rolach głównych występują bowiem Colin Firth i Julianne Moore. Reż.: Tom Ford, wyst.: Julianne Moore, Colin Firth.



Przeczytasz, ale nie zaśniesz



AnTHONY Bourdain to „enfant terrible” przemysłu gastronomicznego – pije, pali jak smok, przekлина, ale jest uroczym i inteligentnym draniem. W kanale Kuchnia.tv cyklicznie pokazywany jest jego program, w którym jeździ po najbardziej zakazanych miejscach naszego globu i próbuje wszystkiego – od wykwintnych dań do obrzydliwości w typie robali.

W książce „Kill Grill” Bourdain obnaża to wszystko, czego jako konsumenci i tak się domyślaliśmy. Kuchnie eleganckich restauracji to w istocie chlewy, kucharze i szefowie kuchni są wiecznie na haju, a o tym, co konsumenci dostają na talerzu nie warto nawet wspominać. Ale przy książce można się nieźle pośmiać. I po jej lekturze zaoszczędzić na restauracjach.

Anthony Bourdain: Kill Grill. Restauracja od kuchni. Wydawnictwo WAB. Warszawa 2008.



Któz z osób, które choć trochę interesują się historią nie słyszał o Szymonie Wiesenthalu i jego Instytucie? Jest to największa na świecie instytucja zajmująca się ściganiem zbrodniarzy wojennych. Szymon Wiesenthal, który sam stracił w Holokauście osiemdziesięciu członków rodziny, obiecał sobie, że nie spocznie, dopóki morderców nie spotka zasłużona kara. „Prawo, nie zemsta” to fascynujące wspomnienia człowieka, który całe swoje życie poświęcił walce o sprawiedliwość. Instytut działał jak doskonała agencja wywiadowcza, dzięki misternej

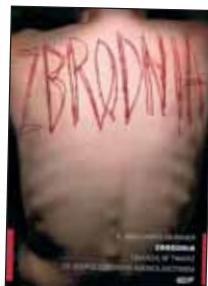
i szerokiej siatce powiązań udało się doprowadzić do schwytania ponad tysiąca hitlerowskich dygnitarzy i robić organizację „Odessa”, która zajmowała się przerzucaniem Niemców zamieszanych w Holocaust do krajów Ameryki Południowej, gdzie mogli prowadzić dostańie i spokojne życie.

Symon Wiesenthal: Prawo, nie zemsta. Wydawnictwo Znak. Kraków 2010.

Książka Benjamina Skinnera to świetnie udokumentowany zapis badań nad współczesnym niewolnictwem.

Autor przez kilka lat podróżował po najróżniejszych krajach, gdzie badał zjawisko handlu ludźmi. Wynik tej pracy jest porażający. Z pewnością nie jest to książka, po której śpi się spokojnie. Ale aby zapobiegać temu procederowi, społeczeństwa muszą być świadome istnienia zjawiska, o którym świat nie chce pamiętać. Otóż człowieka można kupić już za 50 dolarów. Nie ma praktycznie kraju, który byłby wolny od tego haniebnego procederu, jednak w niektórych państwach skala niewolnictwa przerasta ludzkie pojęcie. Dobrze, że są jeszcze dziennikarze, którzy nie boją się podejmować ryzyka, aby pokazać światu choć część ohydnej i niewygodnej prawdy.

Benjamin E. Skinner: Zbrodnia. Twarz w twarz ze współczesnym niewolnictwem. Wydawnictwo Znak. Kraków 2010.



TEKST Joanna Lasek



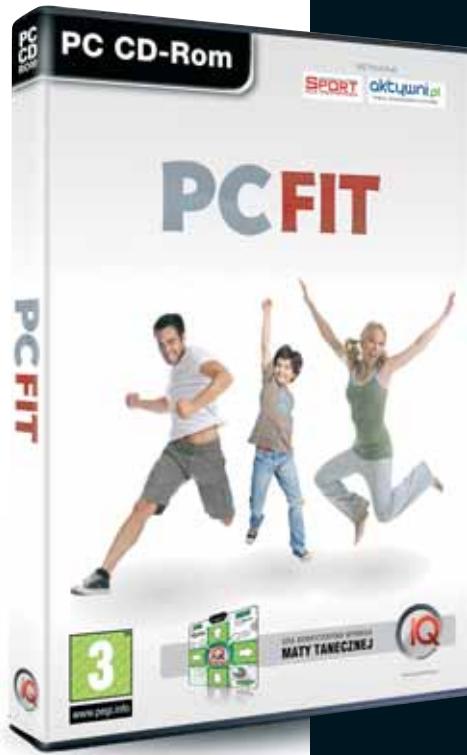
Zdrowa moda

Moda na zdrowe jedzenie jest nieprzemijająca, więc każda inwestycja czyniąca nasze życie bardziej ekologicznym, zwraca się w przyszłość. Wiedzą o tym producenci sprzętu AGD i wychodzą naprzeciw potrzebom klienta. **Parowar Vitacuisine Gourmand** firmy Tefal jest wyposażony w specjalne szklane kubeczki, w których można przygotowywać pyszne i zdrowe desery, np. mus z twarożku i malin. Funkcja Vitamin+ umożliwia zachowanie cennych składników odżywcznych w przygotowywanych posiłkach. Nierdzewne koszyki pozwalają na gotowanie kilku składników jednocześnie, bez przenikania się smaków. Cena urządzenia to około 620 zł.



PRZYJEMNY KOSZMAR

Prasowanie jawi się większości ludzi jako największy koszmar. Ktoś z nas nie doprowadził do stosów zalegających tygodniami i czekających na „zmiławianie”? Tefal uratuje nasz cenny czas i zmniejszy wysiłek potrzebny do wyprasowania górnego prania. Nowe urządzenie nie nosi już nawet miana żelazka, lecz zwię się generatorem pary, która – według zapewnień producenta – jest sześciokrotnie mocniejsza niż w tradycyjnych żelazkach. Najnowszy generator pary to Protect Anti Calc GV9360. Posiada on funkcję Turbo, czyli silny wyrzut pary, który sięga nawet 1,5 m. Urządzenie posiada wyjątkowy system odkamieniania, specjalny sztyft daje znać, kiedy zgromadzi się na nim za dużo kamienia. Cena urządzenia to około 1500 zł.



Fitness W ZACISZU

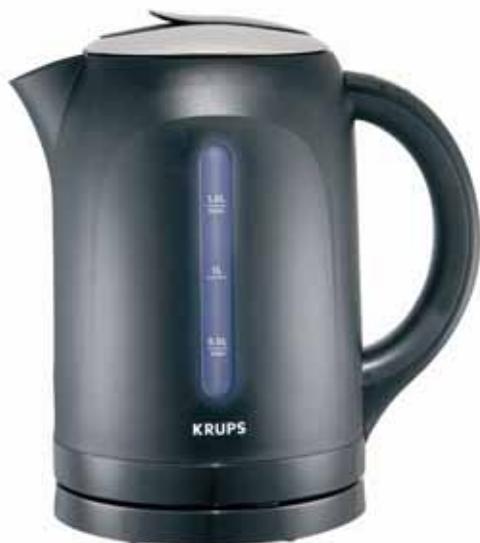
PC FIT to gra przeznaczona dla miłośników fitnessu w domowym zaciszu. Ćwiczenia zostały opracowane przez profesjonalnych instruktorów. W skład gry wchodzi mata, która jest zarazem kontrolerem do gry. Przed przystąpieniem do ćwiczeń wprowadza się



do systemu kilka podstawowych informacji (wzrost, wagę, wiek), dodatkowo możemy ustalić jak często i długo chcemy ćwiczyć. Dostępne ćwiczenia podzielono na kategorie, a ich wybór jest uzależniony od naszych oczekiwaniń. Cena detaliczna gry wynosi 49,90.

CZAJNIK DLA AMATORÓW

Firma Krups stworzyła specjalny czajnik dla amatorów herbaty. Wiadomo, że niektóre gatunki herbat nie mogą być zalewane wodą o temperaturze wrzenia, Krups Pittsburg, obok tradycyjnego gotowania, posiada funkcję podgrzewania wody do odpowiedniej temperatury. Dodatkowo, wymagana temperatura zostanie utrzymana w urządzeniu przez 30 minut. W każdym momencie istnieje możliwość sprawdzenia, czy woda jest odpowiednio gorąca, dzięki umieszczonemu na elektronicznym wyświetlaczu wskaźnikowi. Specjalny system oczyszczania – „Purify” – usuwa aż 99% bakterii obecnych w „kranówce”. Cena czajnika to około 320 zł.



ZESTAW DLA WYBREDNYCH

IQ Publishing, dystrybutor gier i akcesoriów, rozszerzył swoją ofertę o zestaw akcesoriów do iPhone'a i iPoda. W skład zestawu wchodzą: słuchawki stereofoniczne, ładowarka samochodowa USB, kabel USB o długości 1,2 m, folia ochronna na wyświetlacz. Ponadto w komplecie znajduje się silikonowa osłona zaprojektowana w taki sposób, aby użytkownik miał dostęp do wszystkich funkcji oraz eleganckie skórzane etui, obszyte wewnętrz miękkim materiałem, zapinane na pasek z rzepem. Zestaw dostępny jest w dwóch kolorach: czarnym i białym. Cena detaliczna to 149,90 zł. Etui można również kupić osobno, oprócz skórzanego firma ma w ofercie dwa inne – jedno wykonane z wysokiej jakości poliweglanu, drugie z silikonu.



CENNIK RABATOWY DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT



Panda

	WYMIARY 354/158/154						BAGAŻNIK 206 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.1 ACTUAL ECO 54KM	28.042	1108	40	150	5,0	119	4/5
1.1 ACTIVE ECO 54KM	30.592	1108	40	150	5,0	119	4/5
1.2 DYNAMIC 60KM	33.992	1242	44	155	5,6	133	4/5
1.3 M-Jet 16v ACTUAL 70KM	34.842	1248	51	160	4,3	114	4/5
1.3 M-Jet 16v DYNAMIC 70KM	39.092	1248	51	160	4,3	114	4/5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



500

	WYMIARY 355/163/149						BAGAŻNIK 185 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.2 POP 69KM	36.125	1242	51	160	5,1	119	4
1.3 M-Jet 16V POP Z DPF 75KM	42.925	1248	55	165	4,2	110	4
1.2 SPORT 69KM	42.925	1242	51	160	5,1	119	4
1.3 M-Jet 16V SPORT Z DPF 75KM	49.725	1248	55	165	4,2	110	4
1.4 16V SPORT 100KM	49.725	1368	74	182	6,3	149	4
1.2 LOUNGE 69KM	42.925	1242	51	160	5,1	119	4
1.3 M-Jet 16V LOUNGE Z DPF 75KM	49.725	1248	55	165	4,2	110	4
1.4 16V LOUNGE 100KM	49.725	1368	74	182	6,3	149	4
1.3 M-Jet 16V Z DPF BY DIESEL 75KM	57.800	1248	55	165	4,2	110	4

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



Punto EVO

	WYMIARY 407/169/149						BAGAŻNIK 275 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.2 ACTIVE 65KM 3D	36.542	1242	48	155	5,7	135	5
1.4 DYNAMIC 77KM 3D	41.642	1368	57	165	5,9	139	5
1.4 M-Air Turbo 16v ENERGY 135KM 3D	53.117	1368	99	210	5,6	129	5
1.2 ACTIVE 65KM 5D	37.817	1242	48	155	5,7	135	5
1.4 ACTIVE 77KM 5D	38.667	1368	57	165	5,9	139	5
1.4 ACTIVE DUALOGIC 75KM 5D	42.917	1368	55	165	5,4	124	5
1.3 M-Jet 16v ACTIVE 75KM 5D	44.617	1248	55	165	4,5	119	5
1.4 DYNAMIC 77KM 5D	42.917	1368	57	165	5,9	139	5
1.4 DYNAMIC DUALOGIC 75KM 5D	47.167	1368	55	165	5,4	124	5
1.4 M-Air 16v DYNAMIC 105KM 5D	48.867	1368	77	185	5,7	134	5
1.3 M-Jet 16v DYNAMIC 90KM 5D	50.567	1248	66	175	4,5	119	5
1.3 M-Jet 16v DYN. DUALOGIC 90KM 5D	54.817	1248	66	175	4,4	115	5
1.4 M-Air 16v EMOTION 105KM 5D	53.117	1368	77	185	5,7	134	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



Qubo

	WYMIARY 396/172/174						BAGAŻNIK 329 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 ACTIVE 73KM	39.942	1360	54	155	6,6	155	5
1.3 M-Jet 16v ACTIVE 75KM	45.892	1248	55	155	4,4	115	5
1.4 DYNAMIC 73KM	45.042	1360	54	155	6,6	155	5
1.3 M-Jet 16v DYNAMIC 75KM	50.992	1248	55	155	4,4	115	5
1.3 M-Jet 16v TREKKING 75KM	53.542	1248	55	155	4,4	115	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



Grande Punto

	WYMIARY 403/169/149						BAGAŻNIK 275 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 ACTUAL 77KM 5D	36.967	1368	57	165	5,9	134	5
1.3 M-Jet 16v ACTUAL 75KM 5D	42.917	1248	55	170	4,5	119	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

	WYMIARY 412/176/162						BAGAŻNIK 270 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.6 16v DYNAMIC 4X4 120KM	54.817	1586	88	170	7,1	164	5
2.0 M-Jet 16v ZDPF DYNAMIC 4X4 135KM	65.017	1956	99	180	6,6	170	5
1.6 16v EMOTION 4X4 120KM	59.067	1586	88	170	7,1	164	5
1.9 M-Jet 16v ZDPF EMOTION 4X4 135KM	69.267	1956	99	180	6,6	170	5

* rabat 10% – przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



Bravo

	WYMIARY 434/179/149						BAGAŻNIK 400 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 16v ACTIVE 90KM	44.192	1368	66	179	6,7	156	5
1.6 M-Jet 16v ACTIVE 105KM	52.692	1598	77	187	4,9	129	5
1.4 16v DYNAMIC 90KM	47.592	1368	66	179	6,7	156	5
1.4 T-Jet 16v DYNAMIC 120KM**	50.992	1368	88	197	6,7	156	5
1.4 T-Jet 16v DYNAMIC DUAL 120KM**	55.242	1368	88	197	6,5	154	5
1.6 M-Jet 16v 105KM DYNAMIC	56.092	1598	77	187	4,9	129	5
1.6 M-Jet 16v DYNAMIC ZDPF 120KM	57.792	1598	88	195	4,9	129	5
1.6 M-Jet 16v ZDPF DYN.DUAL.120KM	62.042	1598	88	195	4,6	120	5
1.4 T-Jet 16v EMOTION 150KM**	62.042	1368	110	212	7,0	165	5
2.0 M-Jet 16v EMOTION 165KM	67.992	1956	121	215	5,3	139	5
1.4 T-Jet 16v SPORT 150KM**	62.042	1368	110	212	7,0	165	5
2.0 M-Jet 16v SPORT 165KM	67.992	1956	121	215	5,3	139	5
1.9 M-Jet ESTIVA BLUE&ME 120KM**	56.942	1910	88	195	6,0	157	5

* rabat 10% - przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

** tylko auta ze stocku



Linea

	WYMIARY 456/173/150						BAGAŻNIK 500 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 ACTIVE 77KM	38.667	1368	57	165	6,3	148	5
1.4 T-Jet 16v ACTIVE 120KM	46.742	1368	88	195	6,7	157	5
1.4 DYNAMIC 77KM	43.767	1368	57	165	6,3	148	5
1.4 T-Jet 16v DYNAMIC 120KM	49.292	1368	88	195	6,7	157	5
1.3 M-Jet 16v DYNAMIC 90KM	50.992	1248	66	170	4,9	129	5
1.6 M-Jet 16v DYNAMIC 105KM**	53.542	1598	77	190	5,0	131	5
1.4 T-Jet 16v EMOTION 120KM	53.542	1368	88	195	6,7	157	5
1.6 M-Jet 16v EMOTION 105KM**	57.792	1598	77	190	5,0	131	5

* rabat 10% - przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

** tylko auta ze stocku



Croma

	WYMIARY 475/177/160						BAGAŻNIK 500 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.8 16v DYNAMIC 140KM	75.642	1796	103	206	7,4	173	5
1.9 M-Jet BEZ DPF DYNAMIC 120KM	82.442	1910	88	195	6,0	157	5
1.9 M-Jet 16v BEZ DPF DYNAMIC 150KM	89.242	1910	110	210	6,0	157	5
1.9 M-Jet 16v BEZ DPF EMOTION 150KM	93.492	1910	110	210	6,0	157	5
1.9 M-Jet 16v ZDPFEMOTION AUT.150KM	99.442	1910	110	205	6,9	181	5
2.4 M-Jet 20v ZDPFEMOTION AUT. 200KM	119.842	2387	147	216	7,2	191	5

* rabat 10% - przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego



Doblo

	WYMIARY 425/172/182						BAGAŻNIK 750 LITRÓW
RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 16V ACTIVE 95KM	48.442	1368	70	-	7,2	166	5
1.3 MJT II 16V ACTIVE 90KM	54.392	1248	66	-	4,9	129	5
1.6 MJT 16V ACTIVE 105KM	58.642	1598	77	-	5,2	138	5
1.4 16V DYNAMIC 95KM	52.692	1368	70	-	7,2	166	5
1.3 MJT II 16V DYNAMIC 90KM	58.642	1248	66	-	4,9	129	5
1.6 MJT 16V DYNAMIC 105KM	62.892	1598	77	-	5,2	138	5
1.4 16V EMOTION 95KM	56.517	1368	70	-	7,2	166	5
1.6 MJT 16V EMOTION 105KM	66.717	1598	77	-	5,2	138	5
2.0 MJT 16V EMOTION 135KM	71.817	1956	99	-	5,7	150	5

* rabat 10% - przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

Oferta jest dostępna w Centrum Sprzedaży Fiat Auto Poland, ul. Katowicka 24, Bielsko-Biała.

Centrum Sprzedaży Fiat Auto Poland • tel. 033 813 44 40



CENNIK RABATOWY DLA PRACOWNIKÓW GRUPY FIAT



Brera

WYMIARY
441/183/134 BAGAŻNIK
300 LITRÓW

	RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1750 TBi 16v 200KM	104.465	1750	147	235	8,1	189	2+2	
2.0 JTDM 170KM	106.165	1956	125	218	5,4	142	2+2	
2.4 JTDM 20v 210KM	127.415	2387	154	231	7,8	179	2+2	
2.4 JTDM 20v 200KM Q-TRONIC	134.215	2387	147	225	7,9	208	2+2	
3.2 JTS V6 260KM 24v Q4	147.815	3195	191	244	11,4	270	2+2	



Spider

WYMIARY
439/183/132 BAGAŻNIK
253 LITRÓW

	RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1750 TBi 16v 200KM	109.565	1750	147	235	8,2	192	2	
2.0 JTDM 170KM	111.265	1956	125	218	5,4	142	2	
2.4 JTDM 20v 200KM Q-TRONIC	139.315	2387	147	225	7,9	208	2	
3.2 JTS V6 260KM 24v Q-TRONIC Q4	159.715	3195	191	244	12,1	288	2	



159*

WYMIARY
466/182/142 BAGAŻNIK
400 LITRÓW

	RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.8 140KM MPI 16v PROGRESSION	82.365	1796	103	208	7,6	179	5	
1750 TBi 16v 200KM PROGRESSION	94.265	1750	147	235	8,1	189	5	
1.9 JTDM 150KM PROGRESSION	89.165	1910	110	212	5,7	150	5	
2.0 JTDM 170KM PROGRESSION	93.415	1956	125	218	5,4	142	5	
2.4 JTDM 210KM PROGRESSION	115.515	2387	154	231	6,8	179	5	
2.4 JTDM 200KM PROGRESSION Q-TRONIC	123.165	2387	147	225	7,9	208	5	
1750 TBi 16v 200KM DISTINCTIVE	101.065	1750	147	235	8,1	189	5	
1.9 JTDM 150KM DISTINCTIVE	95.965	1910	110	212	5,7	150	5	
1.9 JTDM 150KM DISTINCTIVE Q-TRONIC	103.615	1910	110	209	6,8	180	5	
2.0 JTDM 170KM DISTINCTIVE	100.215	1956	125	218	5,4	142	5	
2.4 JTDM 210KM DISTINCTIVE	122.315	2387	154	231	6,8	179	5	
2.4 JTDM 200KM DISTINCTIVE Q-TRONIC	129.965	2387	147	225	7,9	208	5	
3.2 JTS 260KM DISTINCTIVE Q4 Q-TRONIC	151.215	3195	191	244	12,1	286	5	

* tylko auta ze stocku



159 Sportwagon*

WYMIARY
466/183/143 BAGAŻNIK
445 LITRÓW

	RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.8 140KM MPI 16v PROGRESSION	87.465	1796	103	206	7,8	183	5	
1750 TBi 16v 200KM PROGRESSION	99.365	1750	147	233	8,3	194	5	
1.9 JTDM 150KM PROGRESSION	94.265	1910	110	210	5,8	153	5	
2.0 JTDM 170KM PROGRESSION	98.515	1956	125	216	5,5	145	5	
2.4 JTDM 210KM PROGRESSION	120.615	2387	154	229	6,9	181	5	
2.4 JTDM 200KM PROGRESSION Q-TRONIC	128.265	2387	147	223	8,0	210	5	
1750 TBi 16v 200KM DISTINCTIVE	106.165	1750	147	233	8,3	194	5	
1.9 JTDM 150KM DISTINCTIVE	101.065	1910	110	210	5,8	153	5	
1.9 JTDM 150KM DISTINCTIVE Q-TRONIC	108.715	1910	110	207	6,9	182	5	
2.0 JTDM 170KM DISTINCTIVE	105.315	1956	125	216	5,5	145	5	
2.4 JTDM 210KM DISTINCTIVE	127.415	2387	154	229	6,9	181	5	
2.4 JTDM 200KM DISTINCTIVE Q-TRONIC	135.065	2387	147	223	8,0	210	5	
3.2 JTS 260KM DISTINCTIVE Q4 Q-TRONIC	156.315	3195	191	242	12,2	288	5	

* tylko auta ze stocku



Giulietta

WYMIARY
435/180/147 BAGAŻNIK
350 LITRÓW

	RABAT 15%*	PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 TB 16v 120KM DISTINCTIVE	65.365	1368	88	195	6,4	149	5	
1.4 TB M-Air 16v 135KM DISTINCTIVE	70.465	1368	125	218	5,8	134	5	
1.6 TB 16v 155KM DISTINCTIVE	73.865	1598	77	185	4,4	114	5	
2.0 TB JTDM-2 16v 170KM DISTINCTIVE	80.665	1956	125	218	4,7	124	5	
1750 TBi 16v 235KM QUADRIFOGLIO VERDE	90.015	1742	173	242	7,6	177	5	



Ypsilon

RABAT 15%*		WYMIARY 381/170/153					BAGAŻNIK 215 LITRÓW	
		PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 8v ORO 77KM		42.415	1368	57	167	5,5	130	4
1.4 16v ORO 95KM		44.965	1368	70	175	6,6	155	4
1.3 M-Jet 16v ORO 75KM		48.365	1248	66	175	4,5	117	4
1.4 16v PLATINO 95KM		48.875	1368	70	175	6,6	155	4



Delta

RABAT 15%*		WYMIARY 452/180/150					BAGAŻNIK 465 LITRÓW	
		PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 T-Jet 16v ORO 150KM		72.242	1368	110	210	7,0	165	5
1.8 T-Jet 16v SPORTRONIC ORO 200KM		90.092	1742	147	230	7,8	185	5
1.6 M-Jet 16v ORO 120KM		74.792	1598	88	194	4,9	130	5
1.6 M-Jet 16v SELELECTRONIC ORO 120KM		78.192	1598	88	194	4,6	120	5
2.0 M-Jet 16V ORO 165KM		84.142	1956	121	214	5,3	139	5
1.9 Twinturbo 16V M-JET ORO 190KM		90.092	1910	139	222	5,7	149	5
1.4 T-Jet 16V PLATINO 150KM		80.742	1368	110	210	7,0	165	5
1.8 T-JET 16V SPORTRONIC PLAT. 200KM		98.592	1742	147	230	7,8	185	5
1.6 M-Jet 16V PLATINO 120KM		83.292	1598	88	194	4,9	130	5
1.6 M-Jet 16V SELECTRONIC PLAT. 120KM		86.692	1598	88	194	4,6	120	5
2.0 M-Jet 16V PLATINO 165KM		92.642	1956	121	214	5,3	139	5
1.9 Twinturbo 16V M-Jet PLAT. 190KM		98.592	1910	139	222	5,7	149	5
1.8 T-jet 16V SPORTRONIC EXECUTIVE 200KM		105.392	1742	147	230	7,8	185	5
1.9 Twinturbo 16V M-Jet EXECUTIVE 190KM		105.392	1910	139	222	5,7	149	5

* rabat 11% - przy wyborze darmowego pakietu ubezpieczeniowego

SELECTRONIC - zautomatyzowana skrzynia biegów

SPORTRONIC - automatyczna skrzynia biegów



Musa

RABAT 15%*		WYMIARY 403/169/166					BAGAŻNIK 390 LITRÓW	
		PLN	poj.	kW	km/h	l/100km	CO ₂	miejsca
1.4 16v START&STOP ORO 95KM		51.765	1368	70	175	6,0	140	5
1.3 M-Jet 16v START&STOP ORO 90KM		59.415	1248	68	173	4,3	114	5
1.4 16v START&STOP PLATINO 95KM		57.715	1368	70	175	6,0	140	5

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

Po raz pierwszy prezentujemy na naszych łamach cennik samochodów Chryslera z rabatami dla pracowników Grupy Fiat w Polsce. Oferta dotyczy ograniczonej liczby modeli oraz roku produkcji 2008 i 2009, a także różnego wyposażenia, dlatego w wykazie poniżej nie podajemy konkretnej ceny danej wersji, ale „przedział cenowy od...” i „rabat pracowniczy do...” określonego przy danym modelu pułapu. Pracownicy zainteresowani zakupem proszeni są o kontakt z podaną poniżej pracownicą Chryslera.


UPUST: 37% CENA OD: 94.218,02 PLN
**WYMIARY (cm)
458/186/177**
**BAGAŻNIK (litrów)
389**
**SKRZYNIA BIEGÓW
AUTOMATYCZNA**

DODGE NITRO

TYP	POJEMNOŚĆ SKOKOWA (cm³)	MOC MAKS. (kW)	PREDKOŚĆ MAKS. (km/h)	SPALANIE W CYKLU MIESZ. (l/100 km)	CO ₂ (g/km)	ROK MODELOWY	ROK PRODUKCJI	RABAT	CENA PRACOWNICZA BRUTTO PLN*
SXT 2.8 CRD A5	2776	130	182	9,4	250	2008	2008	37%	od 94.218,02


**WYMIARY (cm)
489/188/169**
**BAGAŻNIK (litrów)
167**
**SKRZYNIA BIEGÓW
AUTOMATYCZNA**

DODGE JOURNEY

TYP	POJEMNOŚĆ SKOKOWA (cm³)	MOC MAKS. (kW)	PREDKOŚĆ MAKS. (km/h)	SPALANIE W CYKLU MIESZ. (l/100 km)	CO ₂ (g/km)	ROK MODELOWY	ROK PRODUKCJI	RABAT	CENA PRACOWNICZA BRUTTO PLN*
SXT 2.0 CRD 6A	1968	103	182	7,0	186	2010	2009	21%	od 101.099,33
RT 2.0 CRD 6A	1968	103	182	7,0	186	2009, 2010	2009	do 22%	od 108.954,00


**WYMIARY (cm)
502/188/148**
**BAGAŻNIK (litrów)
504**
**SKRZYNIA BIEGÓW
AUTOMATYCZNA**

CHRYSLER 300 C

TYP	POJEMNOŚĆ SKOKOWA (cm³)	MOC MAKS. (kW)	PREDKOŚĆ MAKS. (km/h)	SPALANIE W CYKLU MIESZ. (l/100 km)	CO ₂ (g/km)	ROK MODELOWY	ROK PRODUKCJI	RABAT	CENA PRACOWNICZA BRUTTO PLN*
300 C 3.0 CRD	2987	160	230	8,1	215	2009	2008	38%	od 140.062,10
300 C 3.0 CRD	2987	160	230	8,1	215	2009, 2010	2009	do 28%	od 157.050,31


**WYMIARY (cm)
458/186/177**
**BAGAŻNIK (litrów)
389**
**SKRZYNIA BIEGÓW
AUTOMATYCZNA**

CHRYSLER 300 C TOURING

TYP	POJEMNOŚĆ SKOKOWA (cm³)	MOC MAKS. (kW)	PREDKOŚĆ MAKS. (km/h)	SPALANIE W CYKLU MIESZ. (l/100 km)	CO ₂ (g/km)	ROK MODELOWY	ROK PRODUKCJI	RABAT	CENA PRACOWNICZA BRUTTO PLN*
300 C 3.0 CRD TOURING	2987	160				2010	2009	21%	173.725,66


**WYMIARY (cm)
475/187/179**
**BAGAŻNIK (litrów)
978**
**SKRZYNIA BIEGÓW
AUTOMATYCZNA**

JEEP GRAND CHEROKEE

TYP	POJEMNOŚĆ SKOKOWA (cm³)	MOC MAKS. (kW)	PREDKOŚĆ MAKS. (km/h)	SPALANIE W CYKLU MIESZ. (l/100 km)	CO ₂ (g/km)	ROK MODELOWY	ROK PRODUKCJI	RABAT	CENA PRACOWNICZA BRUTTO PLN*
LTD 3.0 CRD V6 A5	2987	160	200	10,2	270	2010	2009	22%	189.219,66

* cena pracownicza dotyczy konkretnego samochodu łącznie z wyposażeniem dodatkowym i uwzględnia łączny rabat z tytułu roku produkcji oraz promocji pracowniczej.

Oferta ważna na dzień 16.04, zastrzegamy sobie prawo do wycofania dowolnego samochodu z oferty bez podania przyczyny. Samochody są dostępne u dowolnego dealera Chrysler Jeep Dodge. Wszelkie informacje nt dostępności, kompletacji samochodów można otrzymać u Pani Elżbiety Prokopiuk tel.: 22 312 76 25 elzbieta.prokopiuk@chrysler.pl

Lista spółek Grupy Fiat w Polsce

stan na 30 maja 2010 r.

1. Fiat Polska Sp. z o.o.	ul. Szturmowa 2, 02-678 Warszawa Tel. (0-22) 6074350, 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) 8132100, Fax (0-33) 8132036 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	produkcia samochodów osobowych
3. Teksid Iron Poland Sp. z o.o.	ul. Cieżarowa 49, 43-430 Skoczów Tel. (0-33) 8538200, Fax (0-33) 8532964 Wiceprezes Zarządu: Marek Kanafek	produkcia 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 Dyrektor Zakładu: Tadeusz Świerczek	produkcia maszyn rolniczych
5. 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	produkcia części samochodowych – oświetlenie
6. Magneti Marelli Exhaust Systems Polska Sp. z o.o.	ul. Mikołajczyka 80, 41-200 Sosnowiec Tel. (0-32) 3642857, Fax (0-32) 3642858 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcia części samochodowych – układy wydechowe
7. Magneti Marelli Suspension Systems Bielsko Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132199, Fax (0-33) 8132955 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcia części samochodowych – zawieszenia
8. Magneti Marelli Aftermarket Sp. z o.o.	Plac pod Lipami 5, 40-476 Katowice Tel. (0-32) 6036107, Fax (0-32) 6030108 Dyrekcja Generalna	handel częściami zamiennymi
9. Plastic Components and Modules Poland SA	ul. Gen. M. Zaruskiego 11, 41-200 Sosnowiec Tel. (0-32) 3681200, Fax (0-32) 2930839 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcia komponentów samochodowych z tworzyw sztucznych – deska rozdzielcza, zderzaki
10. Plastic Components Fuel Systems Poland Sp. z o.o.	ul. Jedności 44, 41-200 Sosnowiec Tel. (0-32) 3681200, Fax (0-32) 2930839 Prezes Zarządu: Adriano Fontana	produkcia komponentów samochodowych z tworzyw sztucznych – systemy zasilania paliwem, zbiorniki
11. Comau Poland Sp. z o.o.	ul. Turynska 100, 43-100 Tychy Tel. (0-32) 2179404, Fax (0-32) 2179440 Dyrektor, Wiceprezes: Roberto Rossi	produkcia i obsługa urządzeń dla przemysłu samochodowego
12. Iveco Poland Sp. z o.o.	Al. Jerozolimskie 224, 02-495 Warszawa Tel. (0-22) 5784300, Fax (0-22) 5784318 Dyrektor Generalny: Mario Giagnoni	import i sprzedaż samochodów dostawczych i ciężarowych
13. Fiat Services Polska Sp. z o.o.	ul. Węglowa 72, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8132242, Fax (0-33) 8134108 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	administracja księgowa, personalna i pface
14. Fiat Group 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
15. Sadi Polska – Agencja Celna Sp. z o.o.	ul. Konwojowa 51, 43-346 Bielsko-Biała Tel. (0-33) 8135323, Fax (0-33) 8134113 Prezes Zarządu: Enrico Pavoni	usługi celne
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
17. Fiat Powertrain Technologies Poland Sp. z o.o.	ul. Grażyńskiego 141, 43-300 Bielsko-Biała Prezes Zarządu: Emanuele Lorenzin	produkcia silników do samochodów

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 Prezes Zarządu: Emanuele Lorenzin	produkcia silników i skrzyń biegów do samochodów
2. Fiat Bank Polska SA	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (0-22) 6074990, Fax (0-22) 6074879 Prezes Zarządu: Grażyna Portas	usługi bankowe
3. FGA Leasing Polska Sp. z o.o.	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (0-22) 6074800, Fax (0-22) 6074982 Prezes Zarządu: Giovanni Polimeni	leasing samochodów
4. Fidis Finance Polska Sp. z o.o.	Al. Wyścigowa 6, 02-681 Warszawa Tel. (0-22) 6074821, Fax (0-22) 6074854 Prezes Zarządu: Giovanni Polimeni	usługi finansowe i leasingowe



TYLKO DLA DOROSŁYCH

ABARTH 500 1.4 16v T-JET 135/160* KM
MAKS. MOMENT OBROTOWY 206 NM PRZY 3000 OBR./MIN
PRZYSPIESZENIE 0-100 KM/H W 7,9/7,4* S

ABARTH



ŚWIAT PEŁEN MOCY



ABARTH.PL

CENTRUM SPRZEDAŻY FIAT AUTO POLAND

Bielsko-Biała, ul. Katowicka 24, tel. (0-33) 813 44 42

Zużycie paliwa: 6,5 l/100 km (cykl mieszańczy). Emisja CO₂: 155 g/km.

*Dane dotyczą wersji Abarth 500 esseesse.