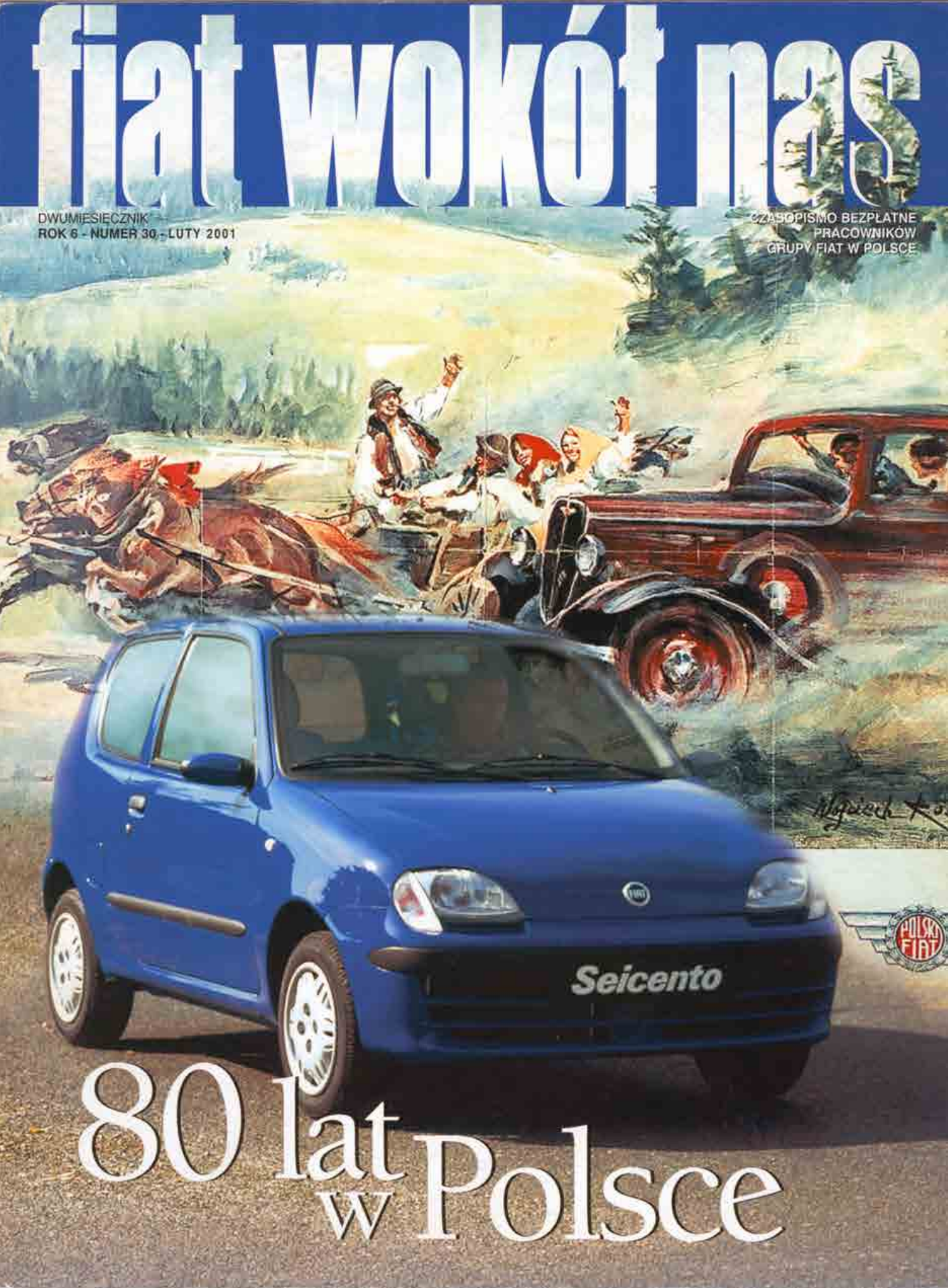
fiat wokół nas

DWUMIESIĘCZNIK
ROK 6 - NUMER 30 - LUTY 2001

CZASOPISMO BEZPŁATNE
PRACOWNIKÓW
GRUPY FIAT W POLSCE



80 lat w Polsce

FIAT bezpieczenia

02-801 Warszawa, ul. Puławska 405
tel. (0-22) 544 14 70, 544 14 71, fax: (0-22) 544 14 74
e-mail: centrala@fiatubezpieczenia.pl

Ubezpieczenia komunikacyjne

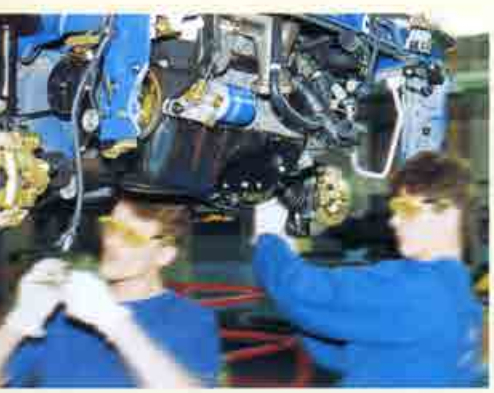
atrakcyjne pakiety ubezpieczeń (OC-AC-NW), zielona karta

Ubezpieczenie osoby zaciągającej kredyt z FIAT Banku na zakup samochodu

terminowe ubezpieczenie życia na czas trwania kredytu, zabezpieczenie kredytu

Ubezpieczenia majątkowe

ubezpieczenie mieszkań, budynków, ruchomości domowych, mienia od kradzieży z włamaniem i rabunku, od ognia i innych zdarzeń losowych, ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej



Zbiorowe ubezpieczenia dla pracowników

ubezpieczenie dla pracowników zakładów pracy, zapewniające kompleksowe świadczenia dla Ubezpieczonego i Jego bliskich

Indywidualne ubezpieczenia na życie

finansowe zabezpieczenie na przyszłość Ubezpieczonego i Jego rodziny

w numerze

numer 30 – luty 2001

fiat wokół nas
rok 6 – numer 30 – luty 2001

Wydawca: Fiat Auto Poland
43-300 Bielsko-Biała
Ul. Grażyńskiego 141
Tel. 033/8132775
Fax 033/8134176

Projekt Wydawniczy: Satiz Poland sp. z o.o.

Redaktor Naczelny: Jerzy Kisielewski

Z-ca Redaktora Naczelnego: Francesco Novo

Koordynacja: Jerzy Piekarczyk

Odpowiedzialny za edycję w koncernie Fiat: Simone Migliarino

Biuro reklamy: Nikola Wajda
tel.: 033/813 27 61

Projekt graf., opracowanie, skanowanie, skład i przygotowanie do druku: Eos Poland
Bielsko-Biała

Dyrektor artystyczny: Massimo Buffa

Druk: Dimograf
Bielsko-Biała

Redakcja: Satiz Poland
ul. 11 Listopada 60/62,
43-300 Bielsko-Biała
Filippo Gallino,
Jacek Albiński,
Mirosława Malich,
Jerzy Piekarczyk

Sekretariat: Gabriela Kolonko
e-mail: satiz.polska@fiat.com

w numerze

4 O tym się mówi
6 Ze świata Fiata
8 Chwila refleksji: Jan Maria Jackowski
10 Młodość 80-latka
19 Pięciolecie FWN
20 Sprzedawcy Alfy w Arese

28 Porozumienie Fiata z Politechniką Śląską
30 Alfa na torze
32 EuroTrakker na Etnie
42 Etruskowie w Palazzo Grassi
50 Ekonomia: Nie ma samotnych wysp
52 Internet: Świat wirtualnych ogłoszeń
54 Podróże: Na dachu Europy
56 Zdrowie: Jak radzić sobie ze stresem
58 Osobliwości: Programowanie umysłu
60 W obiektywie: Coś z życia
62 Cennik samochodów

O tym się mówi

Wyróżnienia dla Massimo Gentiliniego

Po raz pierwszy Regionalna Izba Handlu i Przemysłu w Bielsku-Białej uhonorowała osoby, które miały znaczący wpływ na gospodarkę regionu i angażowały się w jego problemy.
Wśród siedmiu osób wyróżnionych Honorowymi Złotymi Odznakami znalazł się dyrektor generalny Fiat Auto Poland, Massimo Gentilini. Podczas uroczystości, jaka odbyła się w miejskim Ratuszu, zwrócono szczególną uwagę na zasługi Fiat Auto Poland dla rozwoju regionu i kształtowania rynku pracy. Potrzeby produkcyjne Fiata przyczyniają się bowiem również do powstawania nowych zakładów, zwłaszcza po zawarciu porozumienia z General Motors. Massiomo Gentilini uhonorowany został ponadto tytułem „Dobrodzieja kultury 2000", przyznawanym przez prezydenta miasta Bielsko-Biała za wspieranie i sponsorowanie inicjatyw kulturalnych.

Wiceprezes Fiat Auto w Polsce

Podczas krótkiej wizyty w naszym kraju, nowy wiceprezes Fiat Auto ds. marketingu i sprzedaży, Juan José Diaz Ruiz spotkał się z dyrekcją handlową FAP, i jej szefem Dario Fabbro oraz odwiedził kilku warszawskich dealerów, w tym pierwszy w stolicy, wyłączny salon Alfa Romeo na Ursynowie. 56-letni Hiszpan Juan José Diaz Ruiz pracował poprzednio jako wiceprezes Toyota Europe, gdzie zajmował się sprzedażą, marketingiem i obsługą posprzedażną.
W swojej karierze był przez pięć lat również szefem eksportu i dyrektorem wykonawczym, odpowiedzialnym za marketing i sprzedaż międzynarodową w Audi. Od roku 1982 do 1993 pełnił funkcję dyrektora eksportu, marketingu i sprzedaży w hiszpańskim Seacie, następnie był zastępcą szefa marketingu międzynarodowego w tej firmie. Pierwszych dziesięć lat pracy zawodowej spędził u Forda w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, odbywając staż w siedzibie dyrekcji Ford Europa i przechodząc kolejne szczeble zarządzania w służbach sprzedaży i marketingu.

Zakład Mechaniki w zgodzie z ekologią

Wymagania jakie stawia ochrona środowiska, doprowadziły do opracowania norm ISO 14000. Polskie przedsiębiorstwa, które opracowały i wdrożyły system zarządzania zgodny z wymaganiami określonymi w normie ISO 14001, uhonorowano nagrodą „Panteon Polskiej Ekologii". Wśród 48 nagrodzonych podmiotów gospodarczych znalazł się również Zakład Mechaniki Fiat Auto Poland w Bielsku-Białej (obecnie F. A. Powertrain). Dyrektor zakładu, Tadeusz Świerczek, odebrał nagrodę z rąk ministra środowiska, Antoniego Tokarczuka, oraz dyrektora Polskiego Centrum Badań i Certyfikacji, Wojciecha Henrykowskiego, pod patronatem których ustanowiono nagrodę. Zakład Mechaniki w Bielsku-Białej certyfikat ISO 14001 otrzymał już w lutym ub. r. Jego posiadanie potwierdza, że firma przyczynia się do poprawy stanu środowiska naturalnego, ludzkiego zdrowia i zapobiega zagrożeniom, jakie niesie z sobą rozwój gospodarczy.
Zdaniem ministra Tokarczuka, w Zakładzie Mechaniki Fiat Auto Poland w Bielsku-Białej, „zrobiono znacznie więcej, niż potrzeba".

Nagrody za wyniki w nauce

Wzorem lat ubiegłych, również w tym roku ogłoszony będzie konkurs dla dzieci pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce za najlepsze wyniki w nauce, osiągnięte w roku 2000. Szczegółowy regulamin konkursu ogłoszony zostanie w miesiącu lutym.
Dowiedzieliśmy się, że wnioski konkursowe składać będzie można do końca kwietnia br.

Finał sukcesu Alfy Romeo

W tym roku gospodarzem uroczystości wręczenia nagrody Car of the Year 2001, był niemiecki magazyn Stern.
26 stycznia w Hamburgu, Roberto Testore, dyrektor generalny Fiat Auto, odebrał statuetkę tego trofeum dla Alfy 147. Tegoroczna triumfatorka zbiera niezwykle pochlebne recenzje i cieszy się rosnącym zainteresowaniem rynku.
Alfę 147 chce już kupić ponad 40 tysięcy osób w całej Europie.
„To nie tylko nagroda dla jednego samochodu" – powiedział Testore – „Jest ona hołdem złożonym całej tradycji tej marki, obecnej na całym świecie już od ponad 90 lat. Jest dla nas zachętą do jeszcze większego wysiłku, którego efekty – mam nadzieję – zobaczymy już wkrótce".

Wasze zdjęcia na naszych łamach

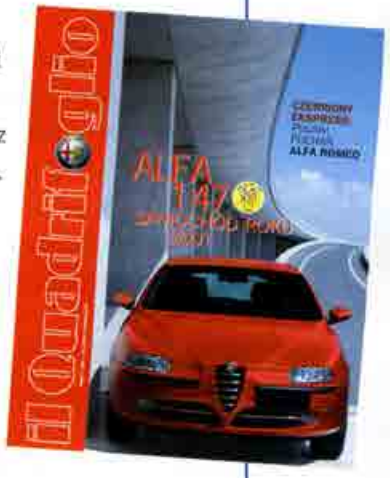
W poprzednim numerze Fiata Wokół Nas zachęcaliśmy Państwa do prezentowania wykonanych przez siebie ciekawych zdjęć. Pierwsze z nich prezentujemy na str. 60. Wystarczy wysłać na adres redakcji zdjęcia uważane przez ich autora za szczególnie interesujące. Do tego krótki opis. Fotografie obejrzymy i zwrócimy. Najciekawsze opublikujemy.

Fiat, Alfa Romeo i Lancia na gaz

W grudniu ub. r. Spółka Fiat Auto Poland wspólnie z firmą Tartarini Polska, poszerzyły montaż instalacji na gaz propan-butan na wszystkie modele Fiata, Alfy Romeo i Lancii. Dotychczas firma Fiat Auto Poland oferowała instalacje LPG (Liquified Petroleum Gas) tylko w modelach Fiata: Seicento, Uno, Siena, Palio Weekend.
Na korzyść instalacji gazowej przemawiają: ekologiczne wykorzystanie czystego paliwa, oszczędności wynikające z zastosowania paliwa LPG, zwrot kosztów poniesionych na montaż instalacji już po kilkunastu tysiącach kilometrów, oraz dobrze rozwinięta sieć stacji dystrybucji LPG. Instalacje gazowe montowane są przez wykwalifikowany personel w 50 autoryzowanych stacjach serwisowych. Ich montaż nie powoduje utraty gwarancji na samochód.

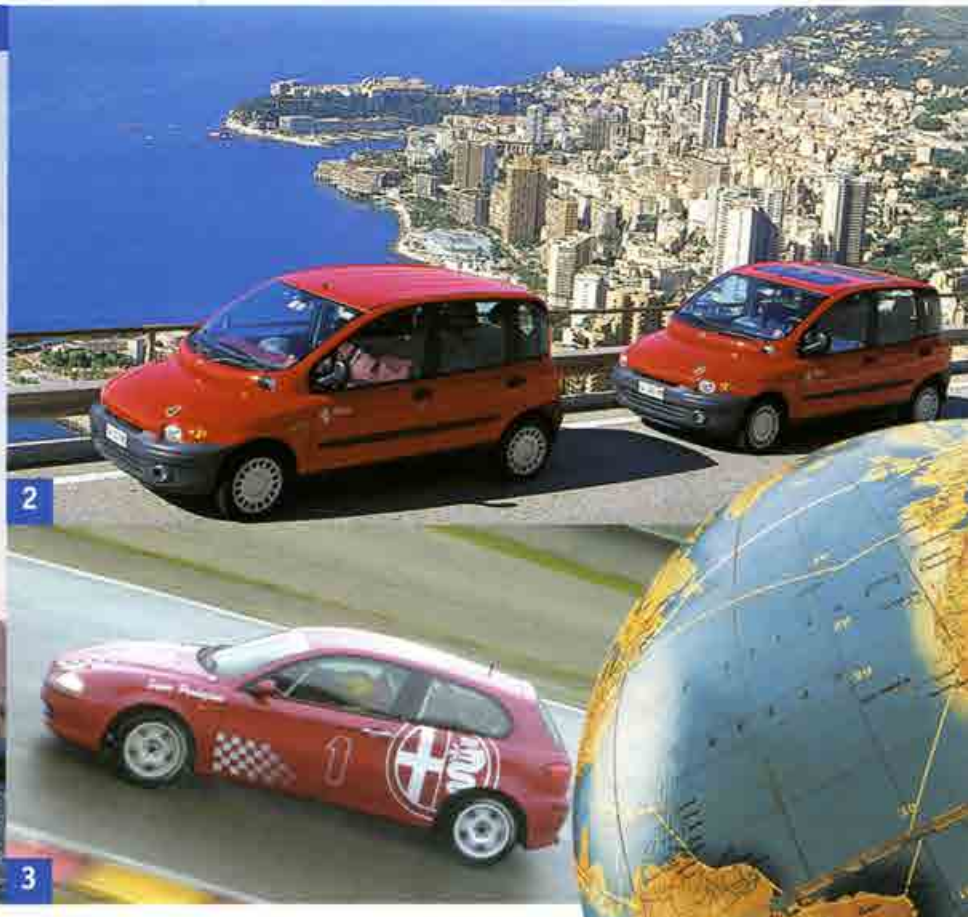
Polska edycja Quadrifoglio

Il Quadrifoglio to tytuł czasopisma wydawanego przez Alfę Romeo, które we Włoszech ukazuje się już od ponad 30 lat. Legendarna marka ma tylu miłośników na świecie, że edycja gazety w języku włoskim (z omówieniami w języku angielskim), znajduje nabywców w Japonii, Finlandii i wielu innych krajach. Teraz ukaże się polska edycja czasopisma, adresowana do wszystkich klientów i miłośników marki Alfa Romeo. Znajdziecie ją Państwo także w salonach lub fun klubach Alfy Romeo. Dwumiesięcznik Il Quadrifoglio można nabyć również w prenumeracie.
„Stworzyliśmy pismo Quadrifoglio, by stało się forum wymiany myśli, idei, pomysłów dla wszystkich alfistów" – mówi na łamach gazety, dyrektor handlowy Fiat Auto Poland, Dario Fabbro. „Będziemy w nim, oczywiście, prezentować design, sztukę i kulturę włoską".
A co oznacza Il Quadrifoglio? W tłumaczeniu z włoskiego, jest to czterolistna koniczynka, symbol szczęścia i powodzenia. Upodobali go sobie pierwsi kierowcy samochodów sportowych i wyścigowych. Czterolistna koniczynka była też pierwszym logo sportowych samochodów Alfa Romeo.



Ze świata Fiata

1



2

3

1. ALFA ROMEO I SUPER JACHT

Alfa Romeo Australia jest sponsorem supernowoczesnego jachtu Shockwave, który swą morską karierę rozpoczął udziałem w jednej z najważniejszych żeglarskich regat, Sydney-Hobart. Jacht o długości 24 metrów, skonstruowany z najnowocześniejszych materiałów kompozytowych, wystartuje w tegorocznych europejskich regatach Fastnet oraz regatach o Puchar Ameryki.

2. FERRARI WYBRAŁO MULTIPLĘ

Fiat Multipla, znany ze swej funkcjonalności i niezawodności, zdobył sympatię tych, którzy na samochodach znają się jak nikt inny – ludzi z wyścigowej stajni Ferrari. Do podróżowania oraz przewożenia ekip dziennikarskich pracownicy Biura Prasowego Ferrari wybrali dwa Fiaty Multipla. Wzorem wyścigowych bolidów, oba w kolorze czerwonym, z numerami 3 i 4 oraz z nieodłącznym symbolem Ferrari – czarnym konikiem na żółtym tle. Na zdjęciu samochody prasowe w Monte Carlo.

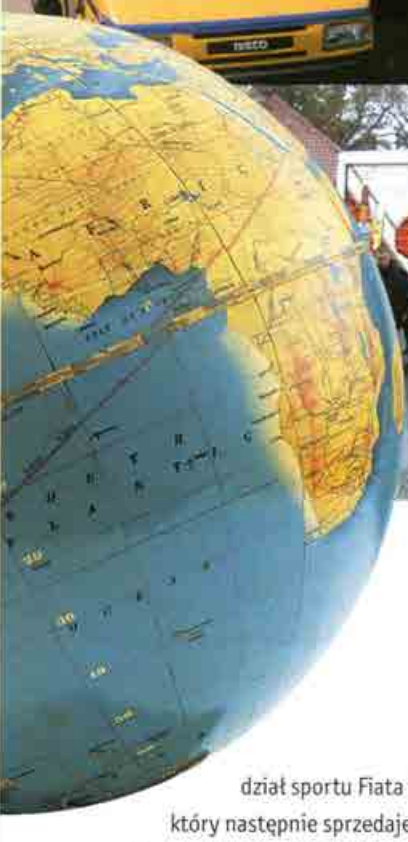
3. ALFA ROMEO 147 WKRACZA NA TORY

Pozytywnym wynikiem zakończyły się pierwsze próby wyścigowej wersji Alfy 147 Super Produzione na torach Fiorano (Modena), Balocco (Novara) i Mugello (Florencja). Specjaliści z działu sportu Fiat Auto, obserwujący zachowanie samochodu podczas długotrwałych prób torowych, bardzo wysoko ocenili podwozie oraz dwulitrowy silnik osiągający moc 220 KM przy 7800 obrotach. Czasy uzyskane przez samochód podczas prób są doskonałe.
W tym sezonie Alfa 147 startować będzie w Mistrzostwach Europy Super Produzione oraz Mistrzostwach Włoch Velocita' Turismo. Specjalnym przygotowaniem i wyposażeniem samochodów zajmuje się

4

5

6



dział sportu Fiata Auto, który następnie sprzedaje je prywatnym stajniom wyścigowym.

4. POCZTA GRECKA WOLI IVECO

Poczta Grecka (ELTA) kupiła 18 nowych pojazdów Iveco. Dziesięć z nich to modele Vendor (na zdjęciu wyżej) skonstruowane na bazie furgonu Daily, sześć to samochody ciężarowe EuroCargo i dwa EuroTech Cursor 8. Iveco Daily Vendor to model skonstruowany specjalnie dla potrzeb poczty. Samochody ciężarowe Iveco zastąpiły dotychczas używane modele innych marek. Wśród już eksploatowanych przez Pocztę Grecką pojazdów, znajduje się 25 samochodów ciężarowych Iveco EuroCargo

5. EUROCARGO PEŁNE BUDWEISERA

W czeskim centrum kongresowym Pruhonice w Pradze odbyła się uroczystość z okazji wyprodukowania 2000 sztuk Iveco EuroCargo. Dwutysięczny egzemplarz (model ML150E23) trafił do producenta znanego piwa Budweiser – browaru Budvar z siedzibą w Ceskich Budejovicach. Poza dyrekcją Iveco i dyrekcją browaru, na uroczystości obecni byli dziennikarze oraz dealerzy Iveco.

6. PODWÓJNY REKORD ARIANE I FIATAVIO

Kolejny rekord rakiety Ariane 5. Pod koniec ubiegłego roku, z bazy w Kourou w Gujanie Francuskiej, rakieta o dużej mocy wyniosła na orbitę okołoziemską najcięższy w historii europejskich lotów kosmicznych ładunek: ponad 6,3 tony. Na jej pokładzie znajdował się amerykański maxi satelita telekomunikacyjny Pas1-R i oraz trzy inne satelity.

Wcześniej rekordową ilość 100 udanych startów osiągnęła Ariane 4.

Osiągnięte wyniki są owocem pracy specjalistów z FiatAvio, produkującego silniki rakietowe na paliwo stałe do Ariane 4 i jej następczyni Ariane 5.

Chwila refleksji

Na progu nowego świata

Jan Maria Jackowski

Dbałość o kulturę stanowi o tożsamości narodu. Zrozumiały to kraje wysoko uprzemysłowione i gospodarczo rozwinięte, na których chcemy się wzorować.

Kultura jest obszarem, w którym dokonują się przemiany cywilizacyjne społeczeństwa. Niestety, dane są deprymujące. Z przeprowadzonych badań wynika, że 70 proc. Polaków nie rozumie prostych tekstów i wykresów, 50 proc. nie przeczytało w 1999 roku ani jednej książki, a 63 proc. nie czyta gazet. Dlatego szczególnej wagi nabiera ożywienie działalności kulturalnej na poziomie lokalnym oraz promocja czytelnictwa. Kultura w dzisiejszych czasach ma znaczenie szczególne gdyż dbałość o nią i dziedzictwo przeszłości stanowi o obliczu kraju i tożsamości narodu. Zrozumiały to doskonale kraje wysoko uprzemysłowione i rozwinięte gospodarczo, na których chcemy się wzorować.

W krajach europejskich pozycja ministrów kultury oraz polityki kulturalnej nabiera szczególnego znaczenia. W czasach globalizmu właśnie kultura staje się wizytówką danego państwa, decyduje o jego randze i pozycji międzynarodowej. Globalizacja wymaga stworzenia odpowiednich struktur, które umożliwią państwom zachowanie swoich suwerennych praw i tożsamości w międzynarodowej wspólnocie. W obliczu groźnej tendencji przejmowania poszczególnych uprawnień państw przez wielkie zrzeszenia oraz organizmy polityczne i gospodarcze, ponadnarodowe korporacje, związki regionalne i kontynentalne, decydującym o charakterze danego państwa pozostanie jego zaangażowanie w kultywowaniu tożsamości kulturowej. Taka perspektywa wymaga innego sposobu przygotowania Polaków do wyzwań współczesności.

Jan Maria Jackowski
eseista, dziennikarz, polityk, poseł na Sejm III RP, przewodniczący Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu.

Jest takie znane powiedzenie: „Kto nie szanuje swojej przeszłości i dorobku kulturalnego, ten nie jest szanowany przez innych". Warto o tym pamiętać, gdyż i u nas słychać głosy, że aby wejść do wspólnoty „krajów cywilizowanych" Polska musi zapomnieć o swojej przeszłości, jakby odcięcie od korzeni miało otworzyć drzwi do nowego świata. Tymczasem sytuacja jest zupełnie odwrotna. Do wspólnej skarbnicy dziedzictwa europejskiego możemy wnieść niepowtarzalne doświadczenia tygla międzycywilizacyjnego. Żywa jest przecież do dziś atrakcyjność zbudowanej na fundamencie chrześcijaństwa kultury polskiej, obecnej przecież na całym Międzymorzu, na szerokim obszarze I Rzeczypospolitej. To doświadczenie Europy Środkowo-Wschodniej, będące efektem spotkania tradycji Wschodu i Zachodu, a więc dwóch płuc, które ożywiają od wieków nasz kontynent, jest naszym narodowym skarbem i świadectwem tysiącletniej obecności we wspólnej Europie.

Jest jeszcze jeden istotny element określający znaczenie kultury dla zrozumienia tego, czym jest Polska. Wyraził to znakomicie Jan Paweł II przemawiając 2 czerwca 1980 roku na forum UNESCO. „Jestem – mówił – synem narodu, który przetrwał najstraszniejsze doświadczenia dziejów, którego wielokrotnie sąsiedzi skazywali na śmierć, a on pozostał przy życiu i pozostał sobą. Zachował własną tożsamość i zachował podczas rozbiorów i okupacji, własną suwerenność jako naród. Nie w oparciu o jakiekolwiek inne środki fizycznej potęgi, ale tylko w oparciu o własną kulturę, która okazała się w tym wypadku potęgą większą od tamtych potęg".

Kultura jest ważnym czynnikiem tworzącym klimat społeczny. Upowszechnianie jej poprzez wspieranie biernego i czynnego uczestnictwa w życiu kulturalnym jest jednym z najważniejszych instrumentów oddziaływania wychowawczego i zapobiegania patologiom społecznym. Instytucje kultury są w dzisiejszym świecie wizytówką państwa. Aktywność kulturalna jest jednym z wyznaczników poziomu życia w kraju, przynosi również wymierne korzyści gospodarcze, chociażby poprzez promocje własnego kraju, rozwój turystyki i innych dziedzin. Kultura jest najbardziej efektywnym narzędziem promocji kraju za granicą. Nie do przecenienia jest rola, jaką może odegrać w kontaktach międzynarodowych. Dziedzictwo kulturowe powinno stać się zatem wizytówką Polski jako kraju atrakcyjnego i twórczego. W ciągu ostatnich 11 lat, w tzw. okresie transformacji, kiedy elity rządzące były skupione na działaniach o charakterze ekonomicznym, politycznym czy społecznym, zresztą różnie ocenianych z perspektywy lat, kultura była zaniedbaną sferą życia i to bez względu na to, kto był u władzy, a kto w opozycji. Wydawało się wtedy, że sprawy bieżące są ważniejsze, natomiast sprawy kultury można odkładać w czasie. Stąd doszło do dość poważnych zaniedbań w obszarze kultury i stąd wspomniane na wstępie wyniki, które w sposób dramatyczny świadczą o negatywnych tendencjach, z jakimi mamy obecnie do czynienia. Dlatego może warto przypomnieć, że w myśl zapisu konstytucyjnego, Rzeczpospolita Polska stwarza warunki upowszechniania i równego dostępu do dóbr kultury. Tymczasem budżet Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego stanowi jedynie 10 proc. Produktu Krajowego Brutto oraz 0,34 proc. budżetu państwa, gdy w krajach Unii Europejskiej ta wysokość oscyluje w granicach 0,9-1 proc. Znacznie wyższe od polskich są również nakłady na kulturę u naszych południowych sąsiadów – Czesi przeznaczają na nią 0,7 proc. budżetu, Węgrzy – 1,85 proc. licząc łącznie ze sportem.

Polska kultura potrzebuje polityki realnego wzrostu tych nakładów, aby w ciągu kilku lat osiągnąć poziom ok. 1 proc. Polska kultura pilnie potrzebuje nowoczesnych regulacji prawnych, które wprowadzałyby racjonalne zasady jej funkcjonowania dzięki finansowaniu zarówno z budżetu publicznego, jak również z prywatnych źródeł. W tej dziedzinie mamy duże zaniedbania. Nie rozwinięto bowiem systemu sponsoringu, mecenatu, odpisów podatkowych, niezbędnego w sytuacji, gdy osoby prawne lub fizyczne, część swoich dochodów chcą przeznaczyć na rozwój kultury. Można powiedzieć, że są to ideowe przesłanki, aby rok 2001 ogłosić Rokiem Kultury i inicjatywę rządu w tym zakresie, wypada przyjąć z dużym uznaniem. Należy ubolewać jedynie, że ze względu na ogólnie znane problemy związane z finansami publicznymi i funkcjonowaniem państwa, nakłady na kulturę w budżecie tegorocznym nie dorastają do skali potrzeb. W inicjatywie rządowej pozytywne jest to, że zwracając uwagę na sprawy kultury, spowodowała pewien wymierny, bo sześcioprocentowy wzrost w budżecie ministerstwa kultury. Sądzę, że ten rok jest bardzo dobrą okazją do uświadomienia społeczeństwu, a zwłaszcza elitom politycznym, że kultura to nie jest obszar życia, który można poddać totalnym mechanizmom rynkowym. Nie jest prawdą, że kultura w warunkach rynkowych powinna sama na siebie zarobić, że można ją skomercjalizować, a rynek weźmie na siebie obowiązki państwa. Kultura jest tą szczególną dziedziną, wymagającą troski, odpowiedzialności, abyśmy wszyscy mogli żyć na miarę naszych aspiracji. ■

Młodość 80-latka

„Właściciele przystępują do wielkiego i kosztownego dzieła, nie bacząc na nader ciężkie warunki ekonomiczne, a zwłaszcza niepewną sytuację polityczną w jakiej odrodzona Polska się znajduje, z głęboką wiarą, że siły twórcze narodu, najgroźniejsze nawet przeciwieństwa zwycięsko zwalczą".

Rękopis z datą 10 stycznia 1921 roku, w którym przeczytać można te słowa znajduje się dzisiaj w archiwum Fiata w Turynie, a dotyczy budowy fabryki samochodów w Warszawie.

Sytuacja kraju była rzeczywiście niełatwa. Jeszcze nie przebrzmiały echa Wielkiej Wojny, młoda Rzeczpospolita leczyła rany po walkach z bolszewikami i przeciągały się rokowania w sprawie traktatu pokojowego, kiedy w roku 1921 kontrakt z firmą Herman Meyer dał początek spółce Polski Fiat. Fabryka miała stanąć w stolicy przy ul. Zakroczymskiej.

Mimo początkowych trudności, które następnie przerodziły się w długotrwały kryzys ekonomiczny, co spowodowało opóźnienie w budowie fabryki, tworzenie motoryzacji polskiego dwudziestolecia międzywojennego rozwijało się pod znakiem Fiata, mimo silnej konkurencji Renaulta i Citroëna. W roku 1939 jeździło po Polsce 10 tysięcy samochodów tej marki, co na owe czasy było liczbą imponującą. Fiaty nie tylko w Polsce montowano, ale ruszyła produkcja z prawdziwego zdarzenia. Umowa w tej sprawie była pierwszą w historii turyńskiej firmy, w której przekazywano zagranicznemu partnerowi licencję na produkcję samochodów. Polska była krajem z silnymi ambicjami stworzenia własnego przemysłu motoryzacyjnego i Fiat zrozumiał, że podobnie jak auta, może nad Wisłę sprzedawać własne doświadczenia, technologie, konstrukcje, patenty, jak również oferować pomoc przy uruchamianiu fabryk. Utworzono Inspektorat Fiata na Europę Środkowo-Wschodnią, a dowodem dużego zaufania do naszych możliwości technicznych i organizacyjnych było przyznanie produkowanym w Polsce samochodom, samodzielnej marki Polski Fiat.

▲ 80 lat w Polsce: od Fiata 508 Balilla do Seicento

◀ Prezes PKOl Stefan Paszczyk, Enrico Pavoni i Massimo Gentilini na spotkaniu z okazji 80 lecia Fiata

508 Balilla, 518, 500 Topolino, wojskowy „Łazik", (łazikami nazywano w Polsce wszystkie wojskowe samochody terenowe, zanim nazwy tej nie wyparł amerykański „jeep"), autobusy i ciężarówki 621-L budowane również jako wozy strażackie, sanitarne, ciągniki siodłowe i transportery, były pojazdami, które kilkadziesiąt lat temu utorowały drogę dzisiejszym Seicento, Punto i Bravo. Dzięki wytrwałości, uporowi, dobrej woli rzeszy zdolnych i pracowitych ludzi, możemy dzisiaj obchodzić 80. rocznicę obecności Fiata w Polsce. ■

Z okazji 80-ej rocznicy wmurowania kamienia węgielnego pod budowę pierwszej fabryki Fiata w Polsce, 17 stycznia br. w warszawskim hotelu Victoria odbyło się uroczyste spotkanie prezesów i członków kierownictwa wszystkich polskich spółek Grupy Fiat oraz zaproszonych gości. Podczas spotkania odczytano tekst posłania Prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego do pracowników Grupy Fiat w Polsce, który zamieszczamy obok.

Prezydent
Rzeczypospolitej Polskiej

Warszawa, 17 stycznia 2001 roku

Do Pracowników Grupy Fiat w Polsce

Szanowni Państwo,

Motoryzacja jest częścią współczesnej cywilizacji. Motoryzacja w Polsce bez wątpienia związana jest z Fiatem. Mija już 80 lat od rozpoczęcia sprzedaży samochodów turyńskiej firmy w Polsce. W 1932 roku warszawską fabrykę opuścił pierwszy egzemplarz fiata zmontowany w Polsce. Potem był fiat 508, topolino, fiat 125 p i wreszcie maluch. Sam z nostalgią wspominam moje doświadczenia z dwoma fiatami 126 p, które właściwie stały się członkami mojej rodziny. Decyzja końcemu o zakończeniu produkcji tego modelu była dla Polaków okazją do wspomnień, wzruszeń i refleksji. Na naszych oczach odchodzi symbol pewnej epoki i kultury.

Cieszę się, że te historyczne bez mała zasługi Fiata, znajdują nowe oblicza. Dzisiaj włoski Fiat to największy polski eksporter. Z nadzieją patrzymy na nowe plany inwestycyjne Fiata w Polsce. Z ciekawością czekamy na nowe dzieła Waszych konstruktorów i stylistów.

Osiągnięcia grupy Fiata w Polsce nie byłyby możliwe bez ludzi – tysięcy inżynierów, techników, specjalistów, którzy fiatowskim produktom dają znak „made in Poland". Poprzez jakość i wydajność pracy jesteście już Państwo w Unii Europejskiej. Dziękuję za tę postawę, dobrze służącą wizerunkowi Polski.

Słowa podziękowania kieruję do osoby, która ma szczególne zasługi dla Polski i Fiata w Polsce, do Pana Prezesa Enrico Pavoni. Dzięki aktywności zawodowej, prowadzącej do coraz większego zaangażowania grupy Fiata w Polsce, stałej pomocy w działaniach charytatywnych zyskał Pan szacunek i szczerą sympatię.

Na progu nowego roku, pracownikom grupy Fiata w Polsce, życzę wszelkiej pomyślności w życiu osobistym, spełniania marzeń i sukcesów zawodowych.

Aleksander Kwaśniewski

Koniec epoki -początek stulecia

Jacek Albiński

Zakład w Tychach

Na okładce pierwszego numeru naszego magazynu z marca 1996 roku uśmiechało się troje pracowników: Fiat Auto Poland, Magneti Marelli Poland i Teksid Poland. Zachęcali nas do wspólnego marszu w XXI wiek. Wtedy były to jedyne spółki Grupy Fiat, działające w Polsce. Gdyby dzisiaj wrócić do tamtego pomysłu, z okładki patrzyłoby już kilkanaście par oczu.

W ostatnim roku mijającego stulecia, na przykładzie spółek Grupy Fiat w naszym kraju, obserwowaliśmy kolejny etap ewolucji światowej gospodarki. Po kilku głośnych fuzjach w przemyśle motoryzacyjnym, w które angażowali się najwięksi potentaci (w roku 1999 powstał m. in. Daimler Chrysler – joint-venture Mercedesa z Chryslerem), Fiat zawarł strategiczny sojusz z General Motors. W roku 2000 definitywnie skończyły się czasy dwudziestowiecznych firm-symboli radzących sobie samodzielnie w walce z konkurencją. Pod tym względem rok był przełomowy.

Sukces na ciemnym tle

W Polsce skumulował się spadek popytu na samochody, osiągając poziom niższy od notowanego w roku poprzednim o ponad 25 proc. Zdaniem Prezesa Fiat Auto Poland, Massimo Gentiliniego, przyczyny tego leżały w rosnącym koszcie pieniądza (wyższe stopy procentowe w bankach), wzroście akcyzy, coraz wyższych cenach benzyny i stawek ubezpieczeniowych. Opinię tę potwierdzają analitycy rynku. W ubiegłym roku import nowych samochodów wzrósł o blisko 14 proc., czemu sprzyjały malejące stawki celne i umocnienie pozycji złotego w stosunku do euro. Poza tym – i to było najbardziej niepokojące – nadal sprowadzano do Polski bardzo dużo samochodów używanych (około 100 tys. sztuk więcej w porównaniu z rokiem 1999). Z tej liczby ponad 60 proc. stanowiły pojazdy starsze niż czteroletnie. Obniżyło to zdecydowanie jakość i niezawodność parku samochodowego eksploatowanego w naszym kraju, nie mówiąc już o skutkach ekonomicznych dla krajowych producentów.

Mimo niekorzystnego splotu okoliczności, Fiat Auto Poland utrzymał pozycję lidera na naszym rynku i najważniejszego polskiego producenta samochodów, głównie dzięki niesłabnącej popularności Fiata Seicento wśród rodaków. Sześćsetka utrzymała się w czołówce popularnych małolitrażowych pojazdów również za granicą. Wyprodukowano 236.283 sztuki, z czego blisko 180 tys. wyeksportowano. W maju z zakładu w Tychach wyjechało 500-tysięczne Seicento: czerwony Young jeździ już w Wielkiej Brytanii. Produkcji i sprzedaży samochodów Fiat Auto Poland towarzyszyły intensywne akcje marketingowe promujące nowe modele i wersje, do których wprowadzano najnowsze osiągnięcia technologiczne. Zanim Seicento doczekało się nowej gamy, w sprzedaży ukazały się nowe wersje silnikowe Bravy 1,9 JTD, Marei 155HLX, Marei Weekend 155HLX, Marei JTD 105 SX i Marei Weekend JTD SX. Nowe Punto, które okazało się godnym następcą poprzedniej wersji, zdobywczyni tytułu Car of the Year 1995, po serii morderczych crash-testów w EuroNCAP uznano za najbezpieczniejszy europejski samochód w swoim segmencie, zdecydowanie wyprzedzający pod tym względem unijne normy. Pierwsze miejsce w sprzedaży samochodów tej klasy w Europie, było dla Punto potwierdzeniem wcześniejszych osiągnięć.

Był to również udany rok dla Fiat Auto Poland, jako wyłącznego importera Alfy Romeo i Lancii, zwłaszcza sukces Alfy 156 umocnił pozycję firmy w prestiżowej klasie aut wyższego segmentu. Popularność tego samochodu w naszym kraju wzrosła, kiedy zaczął zbierać bardzo pochlebne opinie specjalistów po udanych startach na polskich torach wyścigowych. W czerwcu oficjalnie zaprezentowano u nas najnowsze modele obu marek – Alfę Sportwagon i Lancię Lybrę. Zasłużonym uwieńczeniem rosnącej popularności tych samochodów w zeszłym roku, było pojawienie się w ostatnich miesiącach Alfy 147 i zdobycie przez nią tytułu Samochodu Roku 2001. Wszystko to umacnia pozycję Alfy i Lancii na wschodzącym dla nich polskim rynku. Na naszej scenie motoryzacyjnej pojawił się jeszcze jeden nowy bohater – Fiat Doblo', który dobitnie akcentuje obecność Fiata w segmencie samochodów wielofunkcyjnych i dostawczych, w tym drugim już wcześniej sukcesy odnosiły Seicento Van i Ducato.

Rankingi, dyplomy i certyfikaty

Działalność produkcyjna i handlowa spółek Fiata w Polsce odbywała się jednocześnie z trwającą już od kilku lat, tercjalizacją. Ze struktur Fiat Auto Poland wyodrębniały się kolejne nowe spółki. W ubiegłym roku dwie z nich powstały w wyniku utworzenia joint-venture Fiata i General Motors, czyli jako bezpośredni efekt typowej operacji globalizacyjnej. Mieliśmy tutaj wprawdzie do czynienia z dosyć korzystnym zbiegiem kilku okoliczności, wśród których ważnym punktem wyjścia do działań restrukturyzacyjnych, było powstanie w Bielsku-Białej podstrefy katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, jako uwieńczenie połączonych wysiłków władz miasta i regionu oraz kierownictwa FAP. Przekształcenia te wynikały przede wszystkim ze strategii rozwoju grupy przyjętej dla wszystkich zakładów na świecie w ramach strategicznego sojuszu z GM. Mowa o nowych spółkach prawa handlowego FA Powertrain i FA Purchasing. Pierwsza będzie w przyszłości produkowała zespoły napędowe nowej generacji dla fa- ▶

► bryk samochodów w Grupie Fiat i zakładów GM, druga natomiast zajmie się organizacją zakupów dla przedsiębiorstw obu partnerów.

W roku 2000 Fiat Auto Poland ponownie znalazł się czołówce największych przedsiębiorstw w Polsce, zajmując w prestiżowym rankingu „Polityki" wysokie, piąte miejsce.

Działalność Fiat Auto Poland była w kraju uważnie obserwowana. Jako największy polski eksporter, po wyróżnieniach i dyplomach, przyznanych m. in. przez prezydenta RP w roku 1999, rok temu przedsiębiorstwo otrzymało laur kompetencji i umiejętności za konsekwentnie realizowaną restrukturyzację, ponownie za eksport oraz za wspieranie lokalnych i regionalnych inicjatyw społecznych, kulturalnych i sportowych. Do pokaźnej kolekcji wielu nagród i wyróżnień dla FAP, dołączył Platynowy Laur przyznawany firmom o zasięgu międzynarodowym. Bielsko, które corocznie nagradza i wyróżnia najważniejsze dla Podbeskidzia firmy, przyznało Fiat Auto Poland tradycyjną statuetkę „Kobuza" jako firmie dekady lat 90. za wieloletni wkład w rozwój polskiej motoryzacji, ekspansję rynkową, nowoczesne rozwiązania techniczne i aktywny udział w życiu Bielska-Białej. Fiat był w tym regionie pierwszym inwestorem, który swymi działaniami wspierał polskie przemiany. W roku 2000 ponownie nagrodzono Fiata za wysoką dynamikę eksportu, a Massimo Gentilini otrzymał tytuł „Eurolidera" w liczącym się rankingu „Rynków Zagranicznych".

Tradycyjnie już problematyka ochrony środowiska była w ubiegłym roku jednym z priorytetowych zadań wszystkich przedsiębiorstw wchodzących w skład Grupy Fiat w Polsce. W lutym, po serii udanych audytów, Certyfikat ISO 14001 uzyskał Zakład Mechaniki Fiat Auto Poland, który do tamtej pory miał już na koncie wiele pionierskich inicjatyw również w skali krajowej, między innymi w dziedzinie TPM. Również Magneti Marelli przygotowywało się do ISO 14001 oraz podjęło starania o ISO/TS 16949. W tyle nie pozostał Teksid Poland, który przystąpił do prac przygotowawczych, mających na celu uzyskanie certyfikatu ekologicznego ISO 14001. Narzucono sobie szybkie tempo, dzięki czemu spółka spodziewa się otrzymania tej normy już w tym roku. Utworzono – wzorem innych krajów, w których działają spółki Fiata – Komitetu d. s. Ochrony Środowiska Fiat Polska, w którego skład weszły Fiat Auto Poland, Magneti Marelli, Teksid Poland, Fenice Poland, Comau Poland, New Holland Bizon i TNT.. Polska organizacja jest piątą tego typu strukturą narodową, po włoskiej, francuskiej, brazylijskiej i argentyńskiej.

▲ **Fiat Auto Poland dwukrotnie był najlepszym polskim eksporterem: Massimo Gentilini i Aleksander Kwaśniewski**

W dziedzinie ochrony środowiska, Fiat już dawno przyjął datę 1 stycznia 2003 roku za ostateczną dla przyjęcia Polski do Unii Europejskiej. New Holland Bizon w roku 2000 osiągnął stopień zgodności z normami UE, które wejdą w życie w roku 2006.

Bezpieczne związki

W pierwszym kwartale roku 2000 Fiat znalazł się na pierwszych stronach gazet i w czołówkach mediów głównie za sprawą strategicznego przymierza z General Motors. Joint-venture obu producentów nazwano strategicznym sojuszem przemysłowym, który rozpoczął zakrojoną na szeroką skalę współpracę na rynku europejskim i południowo amerykańskim. GM otrzymał 20 proc. udziałów w Fiat Auto, natomiast Fiat SpA stał się właścicielem 5,1 proc. akcji potentata z Detroit. Transakcję oszacowano na 2,4 mld dolarów. W związku z tym aliansem pytano, jak to możliwe, żeby sprzymierzyć się w sprawie, a jednocześnie pozostać konkurentami bez ograniczania wzajemnych zysków. Obaj partnerzy w tym związku pozostali niezależni jeśli chodzi o zarządzanie siecią sprzedaży i markami. Na rynku pozostaną konkurujące ze sobą modele, w których montowane będą wspólne elementy, jak silniki i skrzynie biegów. Poza tym jednak, obie firmy działać będą niezależnie, według własnych pomysłów i wykorzystując swoje własne umiejętności interpretacji oczeki-

FA Powertrain Polska kierują: Tadeusz Świerczek (u góry) i Czesław Świstak

wań rynku. Już na samym wstępie postanowiono utworzyć dwie spółki po 50 proc. udziałów dla każdej ze stron, do której Fiat i GM wniosą działalność z dziedziny zakupów, produkcji silników i skrzyń biegów w Europie i Ameryce Południowej. Pierwsza spółka objęła pracowników i procedury zakupu części i komponentów, druga natomiast wszystkie zakłady, pracowników i organizacje zajmujące się projektowaniem i budową dwóch podstawowych elementów układu napędowego. Po okresie organizowania się i stabilizacji, spółka zatrudniać będzie około 40 tys. pracowników oraz produkować pięć milionów silników i skrzyń biegów o wartości ponad 20 mld lirów. Tak doszło w Polsce do powstania Purchasing Polska (1.11.2000) oraz Powertrain Polska (1.12.2000). Purchasing Italia powstała miesiąc wcześniej niż jej polski odpowiednik.

W Tychach i Bielsku zaczęła w pełnym zakresie funkcjonować nowa spółka Delfo Polska, obejmując dawniejsze jednostki produkcyjne Fiat Auto Poland – tłocznię i spawalnię Sieny/Palio Weekend. Pracę znalazło tam 1400 osób, pracowników byłych fiatowskich wydziałów. Głównym klientem zewnętrznym Delfo jest nadal FAP, jednak – podobnie jak inne stercjalizowane spółki – nowa firma utrzymała dotychczasowe związki ze strukturami, które pozostały w macierzystej firmie. W nowym układzie organizacyjnym dalej współpracowała z firmami wcześniej wydzielonymi z Fiat Auto Poland.

Wiele ciekawych rzeczy widzieliśmy i słyszeliśmy w innych spółkach Fiata w Polsce. Magneti Marelli Poland przeprowadziła kolejną operację przekazywania swoich rodzajów działalności. W roku 2000 spółka przejęła grupę Seima, europejskiego lidera w produkcji świateł tylnych. W połowie roku ze stanowiska dyrektora generalnego odszedł John Mack, którego zastąpił Adriano Fontana. Zapamiętamy również ważną i kosztowną inwestycję ekologiczną polegającą na wyeliminowaniu z eksploatacji starych kotłów grzewczych w kotłowni Magneti Marelli w pobliżu osiedla mieszkaniowego w Sosnowcu, zmniejszającą kilkunastokrotnie emisję szkodliwych pyłów i gazów. Teksid Poland konsekwentnie zmierzał do osiągnięcia zaplanowanej rocznej zdolności produkcyjnej 65 tysięcy ton wyrobów z żeliwa szarego i sferoidalnego, systematycznie zwiększając asortyment wyrobów. Poważnie zbliżono się do planu zakładającego wzrost produkcji o 70 nowych wyrobów. Odlewnia aluminium z powodzeniem realizowała wieloletnie zamówienie na produkcję niezwykle skomplikowanej głowicy dla Opla, co było efektem długotrwałego wysiłku ▶

Adriano Fontana dyrektor generalny Magneti Marelli (u góry) i Dariusz Kaźmierczak dyrektor odlewni aluminium Teksid Poland

▲ **Bizony zdobywają Białoruś**

► **Na stronie obok: Konferencja Autonomy na Zamku Królewskim w Warszawie**

► organizacyjnego i technicznego zakładu w Bielsku. Na długo przed porozumieniem Fiata z General Motors, polski Teksid zapoczątkował globalizacyjną przygodę z konkurencją.

Dla New Holland Bizon rok dwutysięczny oznaczał umocnienie obecności na rynku białoruskim. W kwietniu rozpoczęła się realizacja największego kontraktu ze wschodnim sąsiadem na dostawę kombajnów Bizon Z110, o wartości 23 mln dolarów. W czasie ubiegłorocznych żniw, na tamtejszych uprawach pracowały również Bizony Rekordy Z058 i kombajny TC 59. New Holland Bizon zapoczątkował kompleksową obsługę białoruskiego rolnictwa, organizując w stolicach poszczególnych obwodów stacje serwisowe, czynne przez cały czas żniw i gotowe służyć pomocą w każdej sytuacji.

W lipcu, dyrektor generalny (CEO) Grupy Fiat Paolo Cantarella, spotkał się z polskim kierownictwem na dorocznej konferencji, poświęconej głównie omówieniu nowej sytuacji w Grupie po zawarciu sojuszu z GM, i połączeniu New Holland z amerykańskim Case. Nowa spółka Case New Holland notowała w początkowym okresie spadek obrotów związany z trudnościami na rynku północno amerykańskim, nie wpłynęło to jednak na sytuację płockiego Bizona. Paolo Cantarella wystąpił na tym spotkaniu również jako wybrany na rok 2000 prezes Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów. Funkcję tę przejął od szefa VW Ferdynanda Piecha. Po męczącej roboczej wizycie, najwyraźniej odprężony prezes, spotkał się z prawie dwustuosobową grupą dzieci pracowników spółek Fiata w Polsce, absolwentów szkół średnich, college'ów i wyższych uczelni, wręczając im nagrody pieniężne za bardzo dobre wyniki w nauce. Już po raz czwarty Komitet Nagród i Stypendiów Grupy Fiat nagrodził najzdolniejszych. Do tej pory wyróżniono blisko 600 młodych Polaków.

Symptomy kryzysu na rynku motoryzacyjnym Fiat Auto Poland zaczął odczuwać dopiero w drugim półroczu, a zwłaszcza w ostatnim kwartale. Pierwsze sześć miesięcy spółka zamknęła całkowitą produkcją w ilości 171.727 samochodów, z czego wyeksportowano ponad 96 tysięcy.

W sieci

Trwała tercjalizacja. Z Fiat Auto Poland wyodrębniono następne spółki. 1 września powstał nowy sektor Ingest Segim, zajmujący się zarządzaniem nieruchomościami, oraz bieżącą i nadzwyczajną konserwacją obiektów i sprzętu. Duża i wciąż rosnąca liczba spółek Fiata w Polsce spowodowała pewne komplikacje w ich obsłudze celnej. Do tego celu powołano agencję pod nazwą SADI Polska jako samodzielną spółkę, która przejęła część działalności agencji znajdujących się w punktach celnych. Ingest Segim został włączony w strukturę Fiat Polska, podobnie jak powstałe wcześniej SED. AP, Ges. Co, Telexis. W roku 2000 powstały również i zostały włączone do Fiata Polska: spółka GSA zajmująca się w Grupie Fiat zarządzaniem software'm oraz ITS odpowiedzialna za technologie informacyjne.

Ponadto SED. AP przejął funkcję obsługi personalnej spółek Fiata, ulokowaną do tej pory w ich pionach personelu i organizacji. Tak wysokiego stopnia wewnętrznego zorganizowania nie osiągnęło dotychczas prawdopodobnie żadne inne przedsiębiorstwo w Polsce.

Wiosną zaczęto głośno mówić o innych zmianach organizacyjnych w Fiat Auto Poland. W związku z wielokrotnie zapowiadanym, ale wciąż odkładanym, zakończeniem produkcji Fiata 126 w Bielsku-Białej, oraz zakończeniem

przemysłowego montażu samochodów w Tychach (SKD), prawie pewne było przeniesienie do tego zakładu całej produkcji samochodowej w czystej postaci. Doszło do tego w sierpniu i wrześniu, kiedy ostatecznie nastąpiła przeprowadzka montażu Sieny oraz Palio Weekend wraz z 1200 pracownikami zatrudnionymi do tej pory w Bielsku-Białej. To były już ostatnie tygodnie malucha. Reorganizacja umożliwiła skoncentrowanie w jednym miejscu produkcji samochodowej, co pozwoliło zracjonalizować koszty, a tym samym korzystnie wpłynęło na konkurencyjność przedsiębiorstwa. W wyniku tej operacji w Tychach znalazł się cały obszar karoseryjny, ze zwiększonym potencjałem wytwórczym, gdzie można – gdy zajdzie potrzeba – ulokować nowe modele i zwiększyć ich produkcję. W Bielsku-Białej pozostał obszar mechaniki ukierunkowany na produkcję nowych zespołów napędowych, co krótko mówiąc, oznacza uruchomienie małego, awangardowego i ekonomicznego silnika wysokoprężnego.

Wyroby polskich spółek Fiata widać w naszym kraju wszędzie. Najwięcej ich na drogach i ulicach, ale są też w gospodarstwach rolnych i na polach, występują także pod postacią wszelkiego rodzaju usług. W tym sektorze należy odnotować powstanie nowego podmiotu gospodarczego, pod nazwą Fiat Ubezpieczenia z siedzibą w Warszawie. Był to także kolejny rok działalności Fiat Bank Polska, który udzielił już 100-tysięcznego kredytu i wspólnie z Towarzystwem Ubezpieczeniowym, jako pierwszy na rynku, wprowadził nową ofertę ubezpieczającą kredyt na wypadek śmierci lub całkowitej niezdolności do pracy. Dwa lata upłynęły od uruchomienia systemu sprzedaży samochodów używanych, Autoexpert. W tym czasie sprzedano ich już ponad pięć tysięcy. Do usług możemy zaliczyć też efekty działalności Sed. AP, Ges. Co. Fenice Poland, Comau Service Poland, Telexis, GSA i ITS, bez pracy których funkcjonowanie przedsiębiorstwa sieciowego, jakim w roku 2000 stał się już Polski Fiat, nie byłoby możliwe. Stopień złożoności wzajemnych powiązań w tej sieci stał się już tak wysoki, że trudno byłoby wyobrazić sobie współdziałanie w jej obrębie bez stosowania najnowszych technik komunikacyjnych i łączności z całym światem. W tym jubileuszowym roku staliśmy się bowiem definitywnie częścią wielkiej, globalnej grupy przemysłowej.

Za małe podwórko

Dla założonej ponad 100 lat temu firmy, fabryczne podwórko przy Corso Dante w Turynie, prawie od samych narodzin było za ciasne. Fiata widać było w różnych krajach świata od pierwszych lat ubiegłego stulecia (mija właśnie osiemdziesiąt lat od pojawienia się firmy w Polsce). Nigdzie jednak nie ograniczono się wyłącznie do działalności przemysłowej i handlowej. Mamy wiele przykładów uczestnictwa Fiata w polskiej kulturze i sporcie już od wielu lat. Rok ubiegły nie był wyjątkiem. Najbardziej widowiskowo, już po raz ósmy, Fiat zaprezentował się podczas Tour de Pologne, gdzie wspólnie z teamem Czesława Langa, europejskiej czołówce zawodowych kolarzy towarzyszyła na polskich szosach kolumna samochodów tej marki z pierwszą nagrodą głównego sponsora, Fiatem Brava. Kilkuletnią tradycję ma też odbywający się co roku na szosach Śląska i Podbeskidzia „firmowy" wyścig kolarski Fiat Auto Poland – 4 Asy. W zeszłym roku na zwycięzcę czekało czerwone Seicento.

Sponsorowanie naszej reprezentacji olimpijskiej Fiat rozpoczął od igrzysk w Atlancie fundując naszym triumfatorom Cinquecento, natomiast żółte Seicento Sporting ▶

▲ Ostatni z numerem 3.318.674
► Happy End na żółto i czerwono

► było nagrodą dla polskich zdobywców złotych medali w Sydney. Jednak ani fundatorzy, ani PKOl nie przewidzieli, że jeden nasz olimpijczyk zdobędzie dwa złote medale. W końcu Robertowi Korzeniowskiemu zamieniono dwa umowne Seicento na jedną Mareę. Po drodze startowaliśmy w zimowym Nagano, ale wtedy Adam Małysz był jeszcze za młody.

Ubiegły rok obfitował w ciekawe wydarzenia w sportach samochodowych. Oprócz Seicento na polskich torach wyścigowych pojawiła się Alfa Romeo 156. Puchar tej marki w naszym kraju był trzecim w Europie, po Włoszech i Holandii. Popularność samochodu z Arese z roku na rok jest w Polsce coraz większa. Jego zwolenników z pewnością przybędzie po zdobyciu przez Alfę 147 tytułu Samochodu Roku 2001. To jedyny taki przypadek w historii konkursu, kiedy jedna marka zdobywa ten laur dla dwóch swoich modeli będących jednocześnie w produkcji. Pierwszym, zaledwie dwa lata temu, została wciąż młoda Alfa 156.

Już drugie pokolenie siatkarek Bialskiego Klubu Sportowego „Stal" w koszulkach z logo Fiata, wygrywa mecze w I lidze i występuje w europejskich pucharach. Gruntownie odmłodzona drużyna zajęła w zeszłym roku w ekstraklasie trzecie miejsce.

Fiat był obecny także w salach koncertowych. Jak zwykle sponsorował doroczny Festiwal Kompozytorów Polskich w Bielsku Białej oraz Międzynarodowy Festiwal i Konkurs „Śląska Jesień Gitarowa" w Tychach.

Wydarzeniem o zasięgu ogólnokrajowym była zorganizowana przez Fiata w Warszawie Konferencja „Swoboda Poruszania się Osób Niepełnosprawnych – Teoria i Praktyka". Uznano ją za największe i najbardziej reprezentatywne forum na rzecz osób niepełnosprawnych, jakie do tej pory zorganizowano w naszym kraju. Fiat zaprezentował unikatowe rozwiązania techniczne, umożliwiające osobom z różnym stopniem upośledzenia narządów ruchu, samodzielne poruszanie się różnego rodzaju pojazdami, od traktorów i furgonetek, po samochody osobowe.

Coraz lepsze efekty przynosiła współpraca polskich spółek z krajowymi uczelniami i Centrum Badawczym Fiata. Trzeci raz, Fiat Auto Poland, Magneti Marelli Poland i Teksid Poland ufundowały nagrody za najlepsze prace magisterskie i doktorskie z dziedziny szeroko rozumianej motoryzacji, dla absolwentów Politechniki Śląskiej, Warszawskiej i bielskiej filii Politechniki Łódzkiej. Najzdolniejsi wyjeżdżają do Turynu na staże naukowe. Nieoficjalnie wiadomo, że w Polsce utworzona zostanie placówka badawcza Fiat Avio, co polskim naukowcom stworzy możliwość liczniejszego uczestnictwa w międzynarodowych programach kosmicznych i przemyśle lotniczym.

Biegnący nieprzerwanie od ponad 27 lat licznik produkcyjny Fiata 126 w Polsce, 22 września 2000 roku zatrzymał się definitywnie na liczbie 3.318.674. W Bielsku-Białej wyprodukowano ich 1.152.325, a w Tychach 2.166.349. Z ostatniej serii tysiąca samochodów, nazwanej „Happy End", jeden pojechał do Muzeum Automobilizmu w Turynie, drugi przekazano Muzeum Techniki w Warszawie. Niewiele jest na świecie zabytków muzealnych, których blisko dwa miliony, nadal z powodzeniem służyłyby swoim właścicielom.

Wśród wielu podsumowań, do jakich prowokuje koniec wieku, jedno jest dla nas ważne. W nowe, pełne niewiadomych tysiąclecie, Fiat wchodzi wierny tradycji i mocno osadzony w trudnych, współczesnych realiach. ■

Pięć lat minęło...

Do Czytelników należy ocena, czy udało nam się spełnić ich oczekiwania. Państwu i sobie życzymy, aby nasze pismo trwało i nadal było czytane.

Pięć lat to dużo i mało zarazem. Wystarczająco dużo, aby oswoić z sobą czytelników, mało – jeśli przyjąć, że tradycję buduje się przez długie lata, stale ulepszając produkt, aby stał się na miarę oczekiwań tych, do których jest adresowany. I tych, którzy go wytwarzają. Nie wystawiamy sobie cenzurki po tych pięciu latach, bo czytelnicy najlepiej wiedzą, w jakim stopniu udało nam się spełnić oczekiwania, a co jeszcze przed nami. Nikt nie jest doskonały –z tego również zdajemy sobie sprawę. Coś, co sprawiało nam satysfakcję dziś, nie będzie jej powodem jutro. Nasze czasopismo powstało z potrzeby zbliżenia i pogłębienia znajomości wśród 18 tys. pracowników Grupy Fiata w Polsce. Było wtedy największym pod względem nakładu pismem zakładowym w Polsce, a jego pierwszy numer zbiegł się z 75 rocznicą otwarcia pierwszej fabryki Fiata w Polsce.

Pisaliśmy wtedy, że pragniemy, aby nowy dwumiesięcznik miał charakter rodzinny, aby dostarczał żonom informacji o pracy ich mężów (i na odrót), a dzieciom – rozrywki i informacji pomocnej w szkole. Proponowaliśmy czasopismo, które powstaje w bezpośrednim kontakcie z czytelnikami, oraz z ich udziałem. Zakładaliśmy, że tylko nowoczesne samochody nie potrzebują się docierać. Nie dotyczy to nowych pism.

Minęło pięć lat docierania i sądzimy, że Fiat Wokół Nas kojarzy się już z tytułem, w którym można znaleźć treści nie tylko dotyczące spraw produkcyjnych. Staramy się redagować magazyn ilustrowany, po który czytelnik sięgnie z przekonaniem, że nie marnuje czasu.

Na naszych łamach swoimi refleksjami dzielili się m. in. Marek Edelman, Jaś Gawroński, ks. Michał Heller, Stanisław Lem, prof. Edmund Wnuk-Lipiński, ks. Mieczysław Maliński, Czesław Miłosz, Jan Nowicki, Janina Ochojska, Andrzej Szczypiorski, Wisława Szymborska, ks. Józef Tischner, Jerzy Turowicz, Bohdan Tomaszewski, Andrzej Wajda, prof. Andrzej Zoll, Krzysztof Zanussi.

Odwiedzaliśmy wenecki Palazzo Grassi, aby przybliżyć naszym Czytelnikom:

wystawę poświęconą kulturze starożytnej Grecji,
niemieckiemu ekspresjonizmowi,
włoskim śladom Pabla Picasso,
sztuce i kulturze Majów. ■

Dzień do pełni szczęścia

Jacek Albiński

Fiat Auto Poland przygotował się do polskiej premiery Alfy Romeo 147 zupełnie inaczej niż dotychczas. Specjalne szkolenie sprzedawców dotyczące tego modelu, zorganizowano w Arese, niedaleko Mediolanu.

Po raz drugi w ciągu ostatnich lat Alfa Romeo wraca na pierwsze strony gazet. Samochody tej marki od lat przyzwyczajały swoich licznych wielbicieli do ciągłej obecności na trasach wyścigów. Potem była przerwa, aż w połowie dekady nastąpił prawdziwy wysyp nowości: 145, 146 i 155, był to jednak zaledwie rekonesans. Ich promocja w Polsce była nader ograniczona. W roku 1998 pojawiła się Alfa Romeo 156, później 166. Prezentacje 156 i 166 w Europie zapierały dech w piersiach, organizowane były z renesansowym rozmachem i w barokowych sceneriach. Na efekty nie trzeba było długo czekać. Alfa 156 została Samochodem Roku '98 odnosząc wielki sukces rynkowy. Zainteresowanie marką w naszym kraju rosło, również dzięki telewizyjnym relacjom z wyścigów w ramach pucharu Alfy 156. Pojawienie się w maju zeszłego roku Alfy Sportwagon i prezentacja gamy aut z silnikami turbodiesel, zapowiadało jakieś ważne wydarzenie. W jednym z wywiadów Dario Fabbro, dyrektor handlowy Fiat Auto Poland, zapowiedział na koniec roku 2000 kulminację działań promocyjnych Alfy w Polsce i prezentację nowego modelu opatrzonego tajemniczym symbolem „937". Odpowiedź na pytanie: co to będzie? – poznaliśmy podczas 68. Turyńskiego Salonu Samochodowego. Pokazano dwubryłową Alfę Romeo 147 o osiągach, bezpieczeństwie, wyposażeniu i komforcie, porównywalnymi z modelami należącymi do wyższych segmentów. Samochód ma długość 4,16 metra i jest szeroki na 1,70 metra. Nadwozie odzwierciedla styl najnowszych modeli nawiązując jednocześnie do wspaniałych modeli Alfy z przeszłości.

W Polsce Alfa 147 weszła do sprzedaży 26 stycznia 2001 roku. Fiat Auto Poland, jako oficjalny importer tej marki w naszym kraju, przygotował się do premiery wyjątkowo starannie i zupełnie inaczej niż to robił do tej pory. Całkowitym novum było zorganizowanie szkolenia sprzedawców marki, w kwaterze głównej Alfy w Arese pod Mediolanem. Z całej Polski pojechało tam 58 osób – czekał je niezwykle intensywny program zajęć, spotkań i wizyt. Prosto z lotniska wszystkich zabrano na kolację, po której odbyły się pierwsze zajęcia. Renata Szałacka,

◀ Renata Szałacka ▲ Radosław Rodziak

która z ramienia dyrekcji handlowej FAP zajmuje się szkoleniami dla sieci Alfy w Polsce mówi, że o wyjeździe wiedzieli już miesiąc wcześniej, znali program pobytu, ale na takie tempo nie byli przygotowani. Od rana następnego dnia pełną parą ruszyły zajęcia.

Spotkanie ludzi Alfy (tak mówią o sobie osoby specjalizujące się w sprzedaży tych samochodów i zakochani w nich) w miejscu jej narodzin, było fascynującym i pożytecznym doświadczeniem. Można było odbyć podróż w czasie i znaleźć się wśród wspaniałych starych modeli oraz zobaczyć, jak od pierwszej kreski powstaje Alfa Romeo. „Wyjazd do Arese poza niewątpliwymi korzyściami zawodowymi, pomógł nam lepiej się poznać" – zapewnia Iwona Diug z firmy AutoDiug Słupsk. „Od pewnego czasu obserwuję, że zaczynamy tworzyć w Polsce nieformalną grupę profesjonalno-towarzyską. To chyba dobrze?"

„Wiele razy na spotkaniach w różnych miejscach Polski przekonywaliśmy się, jakby to było dobrze, gdyby ktoś nam zorganizował wyjazd do Włoch, abyśmy mogli na własne oczy przekonać się, jak wygląda Alfa od kuchni" – mówi Mateusz Kwiecień z krakowskiego Viamotu. Myśleli o takiej możliwości, ale wiadomość, że tam pojadą, zaskoczyła nie tylko Radosława Rodziaka z poznańskiego Polcaru: „Zaskoczenie szybko minęło i zacząłem się cieszyć na wyjazd" – mówi Radosław, a Mateusz Kwiecień potwierdza, że „było to w pewnym stopniu spełnienie oczekiwań, jakie wszyscy mieliśmy wobec Fiata". W pewnym stopniu, bo efekty przerosły oczekiwania. „Tam na miejscu, w ogóle nie mieliśmy czasu na refleksje i podsumowania, ponieważ byliśmy w ciągłym ruchu" – wspomina Marek Babiński z Warszawy. Nowy sposób prezentowania wyrobu, a zwłaszcza miejsce, w którym się to odbywało, bardzo ich dowartościowały. Dosyć krótka i powolna jazda próbna Alfą 147 po zatłoczonych ulicach Mediolanu nie pozwoliła, niestety, w pełni ocenić zalety auta. Mateusz Kwiecień trochę żałuje, że nie udało się wypróbować samochodu na fabrycznym torze.

„W muzeum Alfy Romeo byliśmy krótko, nie mieliśmy nawet czasu, żeby usiąść i kontemplować jak należy wszystkie zgromadzone tam przepiękne, stare modele. Ale nawet tych kilka chwil wystarczyło, żebym mogła sobie wyobrazić siebie jadącą jednym z tych wspaniałych kabrioletów, może nawet w modnej, obcisłej garsonce z lat trzydziestych" – Iwona Diug na chwilę się rozmarzyła. Na stoliczku ma miniaturkę dawnej Alfy, od której czasem nie może oderwać wzroku, taka jest śliczna. „Wizyta w muzeum miała dla nas jeszcze inny, bardziej konkretny wymiar" – Marek Babiński wraca do rzeczywistości. „Zrozumieliśmy, jak ważna dla Alfy Romeo jest historia, która nie służy jako estetyczny dodatek do wizerunku tej marki, ale bardzo pomaga spojrzeć innymi oczami na każdy jej model, również najnowszy, sto czterdziestkę siódemkę". Marek trochę zazdrości Iwonie, że ma w domu stary model Alfy, bo jemu nie udało się zdobyć takiego cacka. Ma za to album i film, który nakręcił w muzeum.

Podobnie oceniają wizytę w Centrum Stylistycznym Alfy Romeo i krótkie (jak wszystkie epizody szkolenia) spotkanie ze Zbigniewem Maurerem, Polakiem pracującym w zespole projektantów. „Nie do końca wiedziałem, jak naprawdę wygląda projektowanie nowego samochodu" ▶

– przyznaje się Radosław Rodziak. Tam zobaczyli, skąd się biorą nowe pomysły na samochód, widzieli szkice, które tylko pozornie wyglądają na chaotyczną plątaninę kresek. Zrozumieli, że aby zaprojektować nową Alfę, należy doskonale znać jej historię od samego początku. Trzeba też mieć w głowie wszystkie najważniejsze elementy sylwetek tego auta. Zbigniew Maurer uświadomił im, że projektowanie w każdej fazie musi uwzględniać tradycję marki i że na przykład wszystkie elementy linearne muszą być takie same, niezależnie od tego czy to jest Alfa Romeo sprzed wojny, z lat pięćdziesiątych czy dziewięćdziesiątych. „To naprawdę widać, trzeba tylko przyjrzeć się uważnie" – radzi Radosław. Z pobytu w Centro Stile, Iwona Diug najlepiej zapamiętała panującą tam atmosferę: „Naprawdę czuliśmy się w szczególny sposób wyróżnieni. Jeżeli w rozmowie z klientem powiem mu, że widziałam, jak projektuje się nowe modele Alfy i rozmawiałam z jednym z projektantów, którym jest Polak, to nabierze do mnie zaufania i szacunku, bo takie rzeczy robią na ludziach wrażenie". Wpojenie uczestnikom szkolenia takiego przekonania było jednym z ważniejszych celów wyjazdu do Włoch, chociaż, jak twierdzi Radosław Rodziak, Alfa Romeo 147 to takie auto, które sprzedaje się samo: „Jest na tyle atrakcyjne, że kiedy się o nim rozmawia i pokazuje, wyliczając jego zalety, klienci akceptując samochód, akceptują też jego nie najniższą przecież cenę. Rozmowa o pieniądzach schodzi w tej sytuacji na dalszy plan".

„Radosław ma rację – mówi Mateusz Kwiecień – ale, żeby auto sprzedało się samo, musimy mu pomóc. Dzięki doświadczeniom z Arese, oferując ludziom samochody Alfy czujemy się pewniej. Praktyczna wiedza wyniesiona ze szkolenia, daje nam w rozmowach rodzaj przewagi psychologicznej nad potencjalnymi nabywcami, a przez to jesteśmy bardziej wiarygodni".

Marek Babiński wylicza zalety nowego modelu Alfy, które, jego zdaniem, będą decydowały o sukcesie rynkowym: „O krok wyprzedza inne i znacznie wyrasta ponad pozostałe samochody kompaktowe, a nawet auta wyższych klas. Niewątpliwym przebojem jest dwustrefowa klimatyzacja i doskonała konstrukcja zawieszeń oraz całego układu jezdnego. Spodziewamy się, że pewne rozwiązania zostaną przeniesione z tego samochodu do większych aut. Częściej dzieje się odwrotnie. Są rzeczywiście ważne po-

▲ **Zdaniem Marka Babińskiego (z prawej), zalety Alfy zadecydują o jej sukcesie rynkowym.**
„Wyjazd do Arese pozwolił nam się lepiej poznać" – mówi Iwona Diug (trzecia z lewej).
◀ **Mateusz Kwiecień (w środku).**

wody, żeby zdecydować się na kupno tego samochodu".

Zdaniem naszych rozmówców, przekrój demograficzny użytkowników Alfy jest bardzo różny, ale najczęściej są to ludzie, którzy szukają pojazdu wyraźnie różniącego się od innych. Młodzi ludzie patrzą na Alfy Romeo jak na dobre, sportowe wozy, i nie kojarzą ich z luksusem, chociaż magia nazwy na nich też działa. „Dzisiejsi pięćdziesięciolatkowie, dla których Alfa Romeo była w młodości samochodem marzeń, mają do niej stosunek bardzo ciepły, wręcz uczuciowy. Jeżeli mogą sobie teraz ten samochód kupić, to jest tak, jakby właśnie spełniał się ich młodzieńczy sen" – mówi Radosław Rodziak. A Marek Babiński dodaje: „Żeby przekonać ludzi do tego samochodu, niepotrzebne są jakieś rewelacyjne techniki marketingowe. Wystarczy, że przyszłym właścicielom udzieli się chociaż niewielka cząstka niepowtarzalnej atmosfery, jaka zawsze otaczała Alfę Romeo. Odwiedziliśmy tamte miejsca, żeby im w tym pomóc".

Dla ludzi, nie tylko w Polsce, Alfa Romeo jest czymś nieosiągalnym, wręcz nierealnym. „Kiedy jednak ktoś uświadomi sobie, że ten samochód znajduje się w zasięgu jego możliwości, a jeszcze wsiądzie i przejedzie parę kilometrów, jest prawie pewne, że się w tym samochodzie zakocha, podobnie jak my wszyscy" – mówi o „ludziach Alfy", Iwona Diug. „To prawda, co mówi Marek. Atmosfera wokół Alfy to rodzaj jakiegoś magnetyzmu – niewidocznego, ale bardzo silnego".

Polscy Alfiści są głęboko przekonani, że Alfy Romeo nie można sprzedawać, mając do niej wyłącznie chłodne, profesjonalne podejście. O tym, że można jej nie lubić, nie chcą nawet słyszeć. „Gdybyśmy wtedy, w Arese, mieli o jeden dzień więcej do dyspozycji, byłaby to już pełnia szczęścia" – uśmiechają się Iwona, Marek, Mateusz i Radosław. ■

Wcielenia Fiata Doblo'

Stefania Castano

Samochód dla wszystkich i do wszystkiego, z którym zrobić można na co tylko przyjdzie ochota. Wspaniały i niezawodny towarzysz podróży, który rozwiąże każdy problem transportowy. Funkcjonalny i przestronny.

Jeszcze kilka lat temu modele tego rodzaju były typowymi pojazdami dla hydraulików czy ogrodników. Posiadały dużą powierzchnię ładunkową a z tyłu, dwoje otwieranych drzwi. Niektóre, jak Fiorino, wzorowane były na samochodach osobowych. Nawet kiedy były przystosowane do transportu osób, z samochodami osobowymi niewiele miały wspólnego.

Dziś auta „wieloprzestrzenne" kupowane są także z czystego zamiłowania użytkowników do takich pojazdów. Zalicza się do nich właśnie Fiat Doblo', łączący w sobie zalety samochodu osobowego i dostawczego. Doskonale sprawdza się także jako pojazd rodzinny. Komfort prowadzenia i podróżowania porównywalny jest do modeli station wagon, przestronność wnętrza zbliża go do pojazdów jednobryłowych. W porównaniu do tych ostatnich, oferuje za korzystniejszą cenę, identyczną wszechstronność przy kompaktowych rozmiarach zewnętrznych (4,16 m długości i 1,71 m szerokości).

Fiat Doblo' Cargo przeznaczony jest dla osób wykorzystujących samochód w głównej mierze do celów zawodowych: drobnych przedsiębiorców, rzemieślników, handlowców, akwizytorów. Są to klienci o szczególnych wymaganiach, którzy spędzają w samochodzie wiele godzin, potrzebują dużej przestrzeni, niskich kosztów eksploatacji, racjonalnych rozwiązań ładunkowych, wygody prowadzenia i komfortu podróżowania.

Fiat Doblo' w pełni zaspokaja te potrzeby.

ZAPAŁ I WSZECHSTRONNOŚĆ

Już na pierwszy rzut oka Doblo' sprawia wrażenie solidności, zwartości i siły. Przód jest wysoki i dynamiczny jak w samochodach terenowych. Czarna listwa obejmuje go na wzór bull-bar'ów ciągnąc się od reflektorów poprzez wlot powietrza zabezpieczony kratownicą z tworzywa. Uzupełniają ją listwy boczne, łączące się z masywnym zderzakiem tylnym. Bezpieczeństwu samochodu towarzyszy komfort. Dzięki dużej przedniej szybie nowy model ma jeden z najwyższych parametrów widoczności w tym seg-

mencie. Szyby drzwi przednich – zaokrąglone i nisko osadzone – zapewniają dobrą widoczność podczas parkowania i nadają bryle smukły kształt.

Fiat Doblo' może wygodnie pomieścić pięć osób i ponad 40 kg bagażu dla każdej z nich. W porównaniu do konkurencyjnych modeli, dysponuje większą przestrzenią użytkową i pojemniejszym bagażnikiem. Przede wszystkim jednak istotny jest sposób zagospodarowania przestrzeni. Siedzenie tylne można składać w całości lub tylko w jednej trzeciej. Dzięki temu bagażnik może mieć pojemność od 750 litrów (do wysokości półki tylnej), do 3000 litrów po całkowitym złożeniu siedzenia tylnego. Wymiary bagażnika pozwalają bez trudu załadować sprzęty nawet dużych rozmiarów.

Wewnątrz pojazdu przewidziano wiele przegródek schowków: naprzeciw pasażera zaprojektowano dużą półkę, którą można zastąpić poduszką powietrzną, poniżej znajduje się schowek, a jeszcze niżej – kolejny, zamykany. W drzwiach i centralnym tunelu znajdują się praktyczne kieszenie. Rozplanowanie wolnej przestrzeni tam, gdzie jest ona najbardziej przydatna, zapewnia dobre samopoczucie we wnętrzu, któremu przytulnego charakteru dodają miękkie kształty elementów wyposażenia, wysokiej jakości obicia oraz kolorystyka. Najczęściej używane wyłączniki są wyraźne i łatwe w obsłudze. Wszystkie umieszczono w konsoli środkowej. W zasięgu ręki kierowcy i pasażera, znajduje się półka z miejscem na radio czy urządzenie do nawigacji satelitarnej. Poniżej, w desce rozdzielczej, umieszczona została dźwignia zmiany biegów.

Rozmiary wnętrza pozwalają na zajęcie tylnych miejsc przez trzech pasażerów o wzroście powyżej 1,90 m i wygodną pozycję nawet wtedy, kiedy z przodu siedzą równie wysokie osoby.

Jedną z mocnych stron nowego modelu jest łatwy dostęp do wszystkich miejsc. Siedzenia zamocowane zostały na optymalnej wysokości od podłogi, a podwyższona framuga drzwi pozwala na swobodne wsiadanie. Po obu stronach pojazdu dostępne są drzwi rozsuwane o szerokości prawie 65 cm. Ułatwiają one wsiadanie i wysiadanie na ciasnych parkingach. Drzwi tylne mogą być dwuskrzydłowe, niesymetryczne lub jednoskrzydłowe, otwierane do góry. W obu przypadkach zapewniają dobrą widoczność do tyłu i łatwy załadunek towaru. Czynnościom załadunkowym i rozładunkowym sprzyja również próg na poziomie zderzaka. O doskonałej widoczności decyduje wysokie umocowanie siedzenia kierowcy i podwyższenie tylnych siedzeń w stosunku do przednich o 6 centymetrów.

Wydajne urządzenie klimatyzacyjne i wytłumienie stwarzają wręcz idealne warunki do podróżowania. W Fiacie Doblo' także detale świadczą o komforcie: od świateł z systemem stopniowego zapalania i wygaszania, poprzez „follow me home", aż po radioodtwarzacz Hi-Fi firmy Blaupunkt, gwarantujący doskonałą jakość dźwięku.

Od 2001 roku Fiat Doblo' wyposażony będzie także w wysokiej klasy sprzęt elektroniczny i teleinformatyczny, dotychczas nie przewidziany w samochodach tego segmentu. Chodzi o system Connect, pozwalający na kontrolę funkcji takich jak: radio, odtwarzacz CD, telefon GSM, nawigator, komputer pokładowy, modem poleceń głosowych z voice memo. Jest to rodzaj pilota, któremu zlecić można wybranie numeru telefonicznego, stacji radiowej a nawet rodzaju muzyki, doprowadzenie do wyznaczonego celu oraz przekazanie informacji o ewentualnych korkach, mgle czy wypadkach na drodze.

SILNY I PAKOWNY

Fiat Doblo' dysponuje przestrzenią ładunkową o pojemności 3,2 metra sześciennego i nośnością od 625 lub 805 kilogramów. Płaska, prostokątna podłoga, położona jest na wysokości 53 cm od ziemi – łatwiej zatem unieść i załadować ciężki bagaż. W Fiacie Doblo' Cargo mieszczą się dwie Europalety (palety o standardowych rozmiarach,) gdyż szerokość pomiędzy nadkolami jest większa ▶

▲ **Ze względu na wszechstronność i funkcjonalność, Fiat Doblo' jest idealny dla rodzin uprawiających sport i spędzających czas na świeżym powietrzu.**

◀ **Pomimo ograniczonych rozmiarów zewnętrznych, nowy Fiat może pomieścić wygodnie pięć osób z bagażami.**

niż w porównywalnych modelach. Do wygodnego i bezpiecznego transportu rur, drabin i innych długich przedmiotów, wystarczy otworzyć przegrodę dzielącą przedział bagażowy od pasażerskiego.

W Doblo' Cargo także dostępne są rozsuwane drzwi boczne, usprawniające załadunek i rozładunek. Tylne drzwi, dwuskrzydłowe i niesymetryczne, umożliwiają kierowcy lepszą widoczność w lusterku i pozwalają dostać się do wnętrza przedziału ładunkowego najczęściej poprzez otwarcie tylko jednej, szerszej części drzwi. Zderzak, nieco wystający, wzmocniono w górnej części i zabezpieczono materiałem antypoślizgowym. Można zatem na nim stanąć i właściwie rozmieścić załadowany towar.

Punktem wyjścia przy opracowaniu silników (poza względami ekologicznymi) był poziom zużycia paliwa, osiągi i komfort. W zawieszeniach zastosowano z przodu sprawdzony system McPherson'a, z tyłu – sztywną oś z resorem piórowym. Zapewniają one doskonałe prowadzenie i przyczepność w każdych warunkach, zwiększają komfort podróżowania w wersji osobowej oraz gwarantują stabilność pojazdu przy transporcie towarów. Nadwozie poddane zostało najostrzejszym testom zderzeniowym, a osiągnięte wyniki wyprzedzają nawet niektóre normy bezpieczeństwa. Fiat Doblo' wyposażony jest w cztery poduszki powietrzne: dwie przednie i dwie boczne. Niebawem instalowane będą także dwie poduszki podokienne.

TYLE DOBLO', ILE POTRZEBA

Nowy model oferowany jest w 26 konfiguracjach nadwozia (trzy, cztery i pięć drzwi; oblachowanie lub przeszklenie; dach normalny bądź uchylny, nośność 625 kg lub 805 kg), w dwóch rodzajach wyposażenia dla Doblo' (SX i ELX) i dwóch dla Doblo' Cargo (podstawowe i SX). W modelu przewidziano silniki mogące spełnić najbardziej zróżnicowane wymagana.

Silniki: 1.2 Fire o mocy 65 KM (47,5kW) niezawodny, elastyczny i cichy, idealny do przemierzania krótkich i średnich tras, oraz do jazdy po mieście. Silnik ten charakteryzuje się niskim zużyciem paliwa i optymalnymi osiągami. Alternatywą jest 1.9 diesel o mocy 63 KM (46kW), doskonały dla tych, którzy chcieliby wykorzystać model do przewozu towarów na trasach mieszanych i drogach górskich, oszczędnie pokonywać wiele kilometrów przy niskim zużyciu paliwa. W późniejszym czasie oferta uzupełniona zostanie o silniki 1.6 Torque 16 zaworowy o mocy 103 KM (76 kW) i 1.9 JTD o mocy 100 KM (74 kW). ■

prenumerata 2001

6 numerów

70 zł

Już w Polsce!

dwumiesięcznik il Quadrifoglio

- Cena rocznej prenumeraty w Polsce: **70 złotych**
- Prenumeratę można zamówić od pierwszego dostępnego numeru i rozpocząć ją w dowolnym miesiącu. Prenumerata obejmuje **6 kolejnych numerów**

SPOSÓB PŁATNOŚCI

Opłaty można dokonać na poczcie lub w banku na rachunek BPH II O/Bielsko-Biała 10601103-320000066298 z dopiskiem „prenumerata il Quadrifoglio".

OBSŁUGA PRENUMERATY

SATIZ POLAND Sp. z o.o.
Tel. 033 813 27 61
Fax. 033 813 41 76
E-mail: satiz.polska@fiat.com

Dane osobowe prenumeratorów oraz czytelników, którzy napisali do redakcji il Quadrifoglio są gromadzone, przetwarzane, wykorzystywane oraz przekazywane dostawcom usług informatycznych, e-mailingowych lub rachunkowości wyłącznie w celu realizacji zamówień czytelników. Dane są przechowywane w siedzibie Satiz Poland Sp. z o.o. ul. 11 Listopada 60/62 43-300 Bielsko Biała. Wszystkie operacje przetwarzania danych osobowych w celach marketingowych wykonywane są zgodnie z ustawą z dn. 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. nr 133, poz. 883).

OBSŁUGA PRENUMERATY

033 813 27 61

E-mail: satiz.polska@fiat.com

Czynne w dniach i godzinach:
poniedziałek – piątek
8.00 - 13.00
14.00 - 16.00

SATIZ

Fiat Auto Poland był pierwszym na Śląsku dużym przedsiębiorstwem zagranicznym, które pomagając w restrukturyzacji regionu, wsparło polskie przemiany systemowe. Współpraca z Politechniką Śląską jest częścią tego przedsięwzięcia.

Dorobek z przyszłością

Jacek Albiński

Rektor Politechniki Śląskiej, prof. Bolesław Pochopień przepraszając za niewielkie spóźnienie na spotkanie z dyrektorem Personelu i Organizacji Fiat Auto Poland, Mario Liberale, wyjaśnił, że zatrzymali go dziennikarze. „Z ogromną satysfakcją mówiłem im o naszych związkach z Fiatem, które są wzorowym przykładem współpracy świata pracy i nauki, przynoszących obu stronom wymierne i konkretne korzyści. Mam nadzieję, że w przyszłości nasza współpraca będzie się jeszcze bardziej zacieśniała. Sądząc po dotychczasowych rezultatach, może być już tylko lepsza". To był dobry moment na taką deklarację, ponieważ za chwilę miało nastąpić podpisanie kolejnej umowy przedłużającej współpracę Fiata z Politechniką. „Dla Fiata to ważna inicjatywa i w jej kontynuowaniu leży właściwie cały sens tego przedsięwzięcia" – powiedział Mario Liberale. „Bardzo mi zależy, żeby nie zmarnować dotychczasowego dorobku i do już osiągniętych sukcesów dodawać nowe. Fiat zawsze będzie potrzebował młodych i wykształconych ludzi. Im studenci w trakcie nauki lepiej poznają świat pracy, tym większe korzyści będą mieli po skończeniu studiów".

Narzekania na słabe przygotowanie absolwentów do wejścia w życie zawodowe wcale nie są polską specjalnością. We Włoszech również często się je słyszy. „Dlatego Fiat, w każdym kraju, w którym jest obecny, bardzo dużo uwagi poświęca integracji młodzieży akademickiej z realnym światem biznesu. Dla nas Polska jest bardzo ważnym obszarem działalności, traktujemy ją już od dawna jako część wspólnoty państw europejskich. Dlatego nasza współpraca jest tak ważna także dla nas" – powiedział Liberale.

„Nieważne, kto w przyszłości zasiądzie na fotelu rektora, jacy będą prorektorzy i dziekani. Jesteśmy obecnie już na takim etapie współpracy, że nic nie powinno jej zaszkodzić" – scharakteryzował wzajemne stosunki rektor Politechniki Śląskiej. Opinię tę potwierdził Mario Liberale, dodając że nawet jeśli przemysł samochodowy w Polsce przeżywa

trudne chwile, które zdarzają się wszędzie, pewne kanony Grupy pozostaną niezmienione. Do takich należy polityka utrzymywania ścisłych związków przemysłu z nauką.

Fiat Auto Poland był pierwszym na Śląsku dużym przedsiębiorstwem zagranicznym, które w poważnym stopniu pomogło w restrukturyzacji tego regionu i wsparło polskie przemiany systemowe. „Motoryzacja była i jest siłą napędową gospodarki – stwierdził prorektor prof. Wojciech Zieliński. Dzięki Fiatowi powstały na Śląsku liczące się na świecie przedsiębiorstwa: Magneti Marelli Poland, Teksid Poland, w ślad za nimi – fabryka Isuzu i Delphi Automotive, kontrolowane przez General Motors, obecnie partnera Fiata w interesach. Obecność turyńskiej grupy przemysłowej i sieci jej dostawców w tej części kraju, pomogła GM w podjęciu decyzji o wybudowaniu w Gliwicach fabryki Opla. Ale to Fiat był pierwszy i dzięki niemu, w szybkim czasie znalazły się tutaj najnowsze technologie wytwórcze".

Szczegółowe wyliczenie tematów realizowanych wspólnie przez obu partnerów zajmuje bite trzy strony. Robotyzacja i automatyzacja produkcji, opracowywanie specjalistycznego oprogramowania komputerowego, technologie chemiczne w procesie lakierowania, analizy dostawców, optymalizacja obiegu informacji, to tylko niektóre z wspólnie realizowanych prac badawczych. Studenci korzystają z dorobku organizacyjnego Fiat Auto Poland pisząc prace dyplomowe i doktorskie. Przedstawiciele FAP są uczestnikami konferencji naukowych organizowanych przez Politechnikę. Biuro Karier Studenckich jest w stałym kontakcie z FAP, który przekazuje informacje o możliwościach podjęcia pracy.

Małgosia: „Jeżeli mam szansę nauczenia się jeszcze jednego języka europejskiego, to dlaczego mam jej nie wykorzystać? Taki kapitał, który nigdy się nie wyczerpuje, można wykorzystać w dowolnym momencie".

Tomek: „Gdybym chciał podjąć pracę w włoskiej firmie, to oczywiście porozumiem się po angielsku, ale znacznie lepsze wrażenie robi rozmowa w języku ojczystym osoby, która przyjmuje cię do pracy".

Oboje są uczestnikami kursu języka włoskiego na Politechnice, sponsorowanego przez Fiat Auto Poland. Studenci Wydziału Inżynierii Środowiska i Energetyki wysłuchali wykładu Mario Liberale na temat praktycznego wykorzystania wiedzy z zakresu organizacji i zarządzania w przedsiębiorstwie dużej grupy przemysłowej, na przykładzie Fiat Auto Poland.

Porozumienie pomiędzy Fiat Auto Poland i Politechniką Śląską, przewiduje uzgadnianie tematów prac badawczych i magisterskich, wymianę i propagowanie osiągnięć obu partnerów, współdziałanie w zakresie zatrudniania absolwentów, doskonalenie znajomości języków obcych wśród studentów, wymianę doświadczeń w dziedzinie knowledge management, a zwłaszcza problematyki rozwoju kompetencji.

Politechnika Śląska współpracuje też z Centrum Badań Fiata w Turynie (Centro Ricerche Fiat), które od czterech lat wybiera i nagradza najlepsze prace inżynierskie, magisterskie i doktorskie z zakresu najszerzej rozumianej tematyki motoryzacyjnej autorów z Politechniki w Gliwicach, filii Politechniki Łódzkiej w Bielsku-Białej oraz Politechniki Warszawskiej. W tym roku laureatom z Gliwic i Bielska nagrody wręczał dyrektor CRF Carlo Vittorio Folonari. Wyróżniono pięć prac magisterskich i jedną inżynierską z Politechniki Śląskiej oraz cztery rozprawy doktorskie i cztery magisterskie z Filii Politechniki Łódzkiej w Bielsku-Białej. Carlo Folonari zapowiedział zwiększenie częstotliwości kontaktów ze śląską uczelnią, rozszerzenie współpracy naukowej oraz otwarcie w Polsce placówki badawczej Fiat Avio. ■

Politechnika Śląska to 27 tysięcy studentów na 11 wydziałach 28 kierunków studiów. Kadra nauczycieli liczy ponad 1500 osób, prawie drugie tyle pracuje w obsłudze technicznej i administracyjnej. Oprócz kierunków czysto technicznych, są w tej uczelni również kierunki techniczno-humanistyczne, jak architektura i urbanistyka, zarządzanie, marketing i organizacja produkcji, a w roku akademickim 2001/2002 uruchomione zostaną studia socjologiczne.

Alfa na torze

Puchar Alfa Romeo udowodnił, że można zorganizować w Polsce imprezę samochodową, atrakcyjną zarówno dla kierowców, jak również dla publiczności, której przypomniano, czym są wyścigi samochodowe.

Było kilka powodów, dla których pierwsze w Polsce wyścigi o Puchar Alfy Romeo nazwano czerwonym ekspresem: kolor większości samochodów, ostre tempo i zwartość kolumny aut podczas wyścigu. Zaplanowano, że „ekspres" dwukrotnie dojedzie do stacji Poznań Przeźmirowo, gdzie jest tor samochodowy, raz uda się „w relacji intercity" do Brna, potem dwa razy do Opola, jeszcze raz do Poznania, i na koniec – do Kielc. Dla uatrakcyjnienia do klasyfikacji wliczano dwa wyścigi: sprint na pięć okrążeń i wyścig główny.

Rewelacją pierwszego Pucharu Alfy stał się młody poznaniak, Artur Czyż. Za nic miał autorytet Zbigniewa Szwagierczaka, doświadczenie Marcina Kaczmarka i Sebastiana Mielcarka. Wygrywał tak przekonująco, że już od trzeciej rundy w nim upatrywano zwycięzcę edycji 2000. Przez jakiś czas zagrażał mu wielce utalentowany warszawianin, Robert Kisiel, ale ostatecznie wygrał przedstawiciel szkoły poznańskiej.

Przypadek Artura Czyża stanowi ilustrację przysłowia, że dla chcącego... itd. 24-letni student Politechniki Poznańskiej potrafił zainteresować sobą tak potężnego sponsora, jakim jest poznańskie Przedsiębiorstwo Motoryzacyjne POL-CAR.

Dzięki Pucharowi Alfa Romeo, Fiat Auto Poland podtrzymał słabnącą kondycję wyścigów samochodowych w Polsce. Udowodnił, że można u nas zorganizować zawody atrakcyjne zarówno dla startujących kierowców, jak i widzów, którzy nareszcie tłumnie przybywali na tory samochodowe.

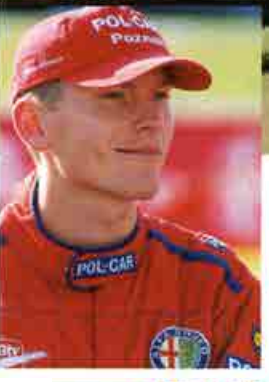
Zygmunt Garstecki, dyrektor naczelny, prezes zarządu firmy POL-CAR, dealera Fiata, Alfy Romeo i Lancii:

„Podejmując decyzję o zaangażowaniu Pol-Caru w sponsorowanie wyścigów samochodowych, staraliśmy się

Kalendarz pucharu

4-6 maja	Poznań
25-27 maja	Kielce
15-17 czerwca	Brno
27-29 lipca	Kielce
17-19 sierpnia	Opole
31 sierpnia – 2 września	Modlin k. Warszawy
5-7 października	Poznań

tekst: Bogusław Koperski
zdjęcia: Jacek Gdowski



▶ **Massimo Gentilini wręcza puchar zwycięzcy.**

◀ **Artur Czyż, kierowca wyścigowy, lat 24, student Politechniki Poznańskiej.**

Zwycięstwa w Pucharze Alfa Romeo 156 były zaskoczeniem nie tylko dla mnie. Również dla moich konkurentów i sponsora. Dotąd startowałem tylko w wyścigach kartów i Cinquecento. Jednak niezwykle przyjazna Alfa Romeo pozwoliła mi już od pierwszych chwil wykorzystać pełnię swoich możliwości. Alfa 156 nadaje się idealnie nie tylko do wyścigów. Prowadzi się doskonale, daje poczucie bezpieczeństwa. Wykorzystując pełną moc silnika i zachowując optymalny tor jazdy, można uzyskiwać najlepsze czasy, a kiedy to konieczne, nawet na zakrętach pomóc sobie hamulcem, dzięki niezawodnemu systemowi SBS.

stworzyć pełnowartościowy team z odpowiednim zapleczem technicznym. Postawiliśmy na doświadczenie zawodników i to był strzał w dziesiątkę. Nawet najmłodszy stażem Artur Czyż – nasz wychowanek – miał już spore doświadczenie na torach wyścigowych w kartingu i samochodach niższej klasy. Słuszność tej decyzji potwierdziła się niespodziewanie szybko. Olbrzymie sukcesy Artura Czyża mają dla nas znaczącą wartość reklamową, a doświadczenia pucharowe ekipy mechaników wpływają bezpośrednio na podnoszenie poziomu serwisu w Pol-Carze. Poza tymi korzyściami zyskaliśmy wiele pozytywnych emocji płynących z kibicowania ekipie wyścigowej, jednoczącego naszych klientów i pracowników."

Starsi kibice pamiętają czasy, gdy na polskich torach rywalizowały pseudo-wyścigówki. Nie było wątpliwości, że wraz z rozwojem telewizji, dotrą do Polski obrazki z prawdziwych wyścigów. Latami obiekty w Poznaniu i Kielcach straszyły pustkami. Fiat Auto Poland rzucił wyścigom koło ratunkowe. Udostępniono zawodnikom kilkadziesiąt Cinquecento, stworzono pierwszy cykl wyścigów o Puchar Cinquecento, a potem następny serial – Puchar Seicento.

W 2000 roku Fiat Auto Poland zdecydował się na rozgrywki na wyższym poziomie – Puchar Alfa Romeo. Firma zaproponowała zawodnikom samochody Alfa Romeo 156.

Zapachniało wielkim światem. Przygotowano auta w kolorze najchętniej używanym przez straż ogniową. Puchar otrzymał popularną nazwę „Czerwony ekspres". ■

Wspinaczka na Etnę

Na Etnie odbyła się próba EuroTrakkera Iveco po raz pierwszy wyposażonego w silnik turbodiesel Cursor 13. Niezawodność, komfort i łatwość prowadzenia atutami nowego, specjalistycznego pojazdu wydobywczo- budowlanego.

Cursor stworzył trzynastkę. Ostatni, najmocniejszy silnik z rodziny Iveco, to sześciocylindrowy diesel z doładowaniem o pojemności 13 litrów i – zależnie od wersji – mocy 380 lub 440 KM. Zaprezentowany został pod maską specjalistycznego pojazdu wydobywczo-budowlanego EuroTrakker, którego gama została całkowicie odnowiona.

Powstały model posiada wszelkie atuty, aby podbić rynek europejski: podwyższone osiągi, większą niezawodność, komfort, obniżony ciężar, niskie koszty użytkowania oraz zespół napędowy, spełniający z wyprzedzeniem normy Euro 3 w zakresie zanieczyszczeń powietrza – planowane na październik 2001 roku.

„Cursor 13 jest dynamicznym silnikiem o wysokiej mocy i przede wszystkim dużym momencie uzyskiwanym już na niskich obrotach. Gwarantuje on wyjątkową zrywność także przy pełnym załadunku – wyjaśnia Werner Koch, Engineering Product Manager gamy EuroTrakker. – Dynamiczność i elastyczność silnika już przy 900 obrotach była jednym z wymogów projektu. W celu jej osiągnięcia nasi inżynierowie opracowali wysoką pojemność jednostkową i wyrafinowane rozwiązania w zakresie doładowania".

Wersja silnika o mocy 440 KM wyposażona jest w turbinę o zmiennej geometrii, która pozwala na regulację doładowania i osiągnięcie idealnych krzywych mocy i momentu. Uzyskana tym sposobem elastyczność silnika eliminuje opóźnienia w reakcji, charakterystyczne dla silników turbosprężarkowych. Wersja o mocy 380 KM uzyskuje lepsze wyniki w zakresie osiągów w stosunku do aktualnego silnika 8210, pomimo zastosowania klasycznej turbiny z waste gate.

W celu właściwego docenienia zalet pojazdu i silnika, nie ma lepszego sposobu, jak poddanie go próbie w środowisku, w którym będzie pracować. Iveco wybrało żwirowisko na Etnie: teren piaszczysty, silne nachylony, z trudnymi przejazdami, które wyeksponowały zwinność EuroTrakkera oraz takie zalety, jak wysoki moment obrotowy i zryw.

Na żwirowisku EuroTrakker wykazał się także dużą sprawnością w jeździe terenowej i na drodze o niskiej przyczepności, jak błoto czy piasek. W tych warunkach sprawność i zrywność pojazdu w połączeniu z bardzo małym promieniem skrętu czynią prowadzenie łatwym i przyjemnym. A dla osób spędzających wiele godzin za kierownicą jest to niebagatelna zaleta.

Kolejną nowością i atutem dla komfortu prowadzącego jest w EuroTrakkerach skrzynia Eurotronic 2. Jej wprowadzenie pozwoliło na wyeliminowanie pedału sprzęgła, teraz uruchamianego mikroprocesorem. Skrzynia biegów funkcjonuje w dwóch trybach: półautomatycznym (pro-

wadzący wybiera biegi poprzez drążek zmiany biegów), lub całkowicie automatycznym. W tym ostatnim przypadku centralka elektroniczna wybiera przełożenia w zależności od prędkości i mocy jaka wymagana jest od silnika.

We wszystkich wersjach montowane jest seryjnie urządzenie powodujące dekompresyjne hamowanie silnikiem: usprawnia to prowadzenie na stromych zboczach i odgrywa istotną rolę dla bezpieczeństwa. Uruchamiane jest odpowiednim pedałem lub przyciskiem, lub poprzez ustawienie prędkości za pomocą cruise control. Podczas prób Euro Trakkera 440 z ładunkiem piasku wulkanicznego przy włączonym hamowaniu silnikiem i jeździe na silnie pochylonym zboczu, nie było potrzeby włączania dodatkowo hamulca. „Tego rodzaju urządzenie – wyjaśnia Franco Miranda, jeden z najbardziej doświadczonych techników Iveco, uczestnik Overland – zabezpiecza między innymi przed przegrzewaniem się hamulców i zwiększa bezpieczeństwo. Nie ma ponadto potrzeby zatrzymywania się i chłodzenia hamulców."

zbliżenie

EuroTrakker w Kazachstanie

EuroTrakker podbija Kazachstan: zakupiono 16 pojazdów 8x4 ze skrzynią wywrotkową do prac w kamieniołomie niedaleko Almaty, miasta azjatyckiej republiki na granicy z Kirgizją. Ciężarówki potrzebne będą do transportu kamieni do budowy dróg. Procedury dostaw EuroTrakker'ów do Kazachstanu są zbliżone do tych ogólnie stosowanych w przypadku pojazdów Iveco wykorzystywanych do międzynarodowego transportu w Europie i Chinach.

Następnie próby zostały przeniesione na pokrytą śniegiem drogę szutrową, prowadzącą do doliny Bove, prawie na szczycie Etny. Dość złożona trasa pozwoliła na docenienie komfortu uzyskanego poprzez wprowadzenie licznych zmian. Usprawnione zostało elastyczne zawieszenie kabiny oraz izolacja cieplna i akustyczna jej wnętrza.

Cursor 13 pojawia się na rynku w chwili dużego nasilenia sprzedaży specjalistycznych pojazdów wydobywczo-budowlanych w Europie. Sprzedaż ta wzrosła z 18 tysięcy w 1997 roku do 29 tysięcy w 1999. W tych trzech latach w sposób szczególny poprawiła się sprzedaż pojazdów o mocy powyżej 350 KM, a zatem tego samego segmentu co Cursor 13. Dlatego też Iveco liczy na osiągnięcie do końca 2001 r. 15% udziału w segmencie sprzedaży specjalistycznych pojazdów wydobywczo-budowlanych w Europie. Cel ten jest w zasięgu ręki także za sprawą korzyści ekonomicznych, jakie wnosi nowa gama EuroTrakker. Silniki Cursor, bowiem pozwalają na wydłużenie do 80 tysięcy kilometrów terminu przeglądu i wymiany oleju. Odnowiony system hamulców z przednimi tarczami pozwolił na dwukrotne wydłużenie przebiegu pomiędzy przeglądami. Sprawną kontrolę samochodu podczas przeglądu gwarantują sprawdzone urządzenia jak Modus (Maintenance Outboard Diagnostic System) i Iwt (Iveco Wiring Test). Przewidziane jest jeszcze korzystanie z pomocy telediagnozy, którą dziś przeprowadza się telefonicznie pomiędzy kierowcą a centralą operacyjną. W przyszłości służyć do tego będzie komputer pokładowy mogący porozumiewać się z centralą operacyjną poprzez Internet.

Świą
ma
kons

Są już trwałym elementem naszego krajobrazu niezależnie od tego, czy wywołują sprzeciw, czy nie. Nie wymyślono ich u nas. Przyszły wraz z dobrami konsumpcyjnymi, z nową jakością życia, z tym wszystkim, co jeszcze niedawno budziło zazdrość każdego, kto przekraczał granice, za którymi zaczynał się świat wolnego handlu.

Dziś o poziomie życia Polaków świadczy nie tylko obecność super i hipermarketów, ale również zawartość portfela. Kiedy się zaczyna uważnie liczyć pieniądze, pojawia się pytanie: gdzie lepiej kupować? Supermarkety pojawiły się, aby przekonać ludzi, że w nich zaopatrzą się we wszystko najtaniej.

O tym, że zakotwiczyły się na stałe również w Polsce, świadczy ankieta przeprowadzona przez międzynarodową firmę Claritas. Co czwarty uczestnik tej ankiety wskazał supermarket jako miejsce dokonywania dużych zakupów.

W społeczeństwie masowej konsumpcji, zwalczać supermarkety to tak, jak walczyć z wiatrakami czy zawracać kijem Wisłę. Walka beznadziejna i bezprzedmiotowa. Przeczytajcie, co myślą na ten temat pracownicy Grupy Fiat w Polsce. Co myślą nie tylko oni. Obecność supermarketów w naszym codziennym życiu jest faktem. Można je nazwać świątyniami społeczeństwa konsumpcyjnego, nie znaczy to jednak, że trzeba do nich wchodzić na klęczkach.

fot. EOS Poland, Ireneusz Kaźmierczak, Jan Zych

tynie
sowej
umpcji

► Irena Pietraszko, Fiat Polska, Sed. AP

Jeżdżę do supermarketu gdy jest np. brzydka pogoda bo wtedy trudno chodzić po mieście, od sklepu do sklepu. Gdy jest dużo różnych promocji, nawet nie planując wydaje się tam znacznie więcej, i to mnie złości, szczególnie wtedy, gdy kupione towary okazują się nieprzydatne. Promocje to bardziej naciąganie a nie rzeczywiste atrakcje. Kiedy jestem niezdecydowana, chciałabym, by mi ktoś czasem podpowiedział, zaproponował, a tego w supermarkecie nie można się spodziewać. Jeśli więc nie ma prawie żadnej różnicy w cenach, wolę wspomagać sklep osiedlowy, bo gdyby mi go zabrakło, wtedy naprawdę byłaby tragedia. Trochę się też obawiam tych ładnych produktów z supermarketu, bo często ogranicza się wszystko do efektownego opakowania, a to jeszcze nie świadczy o jakości.

Agnieszka Dziedzic, Fiat Polska, Ges. Co

Na studiach robiliśmy sobie wypady do supermarketów traktując zakupy jak rozrywkę. Teraz kupuję w nich zazwyczaj artykuły spożywcze. Nie ma się problemów ze znalezieniem czegokolwiek, nie muszę pytać ekspedientek o radę. Wiem, że drobni sklepikarze skarżą się na stopniową utratę klientów. Sklepom osiedlowym na pewno to nie zagraża. Ludzie zawsze będą tam wstępować, bo mają najbliżej, ale dla innych sklepów może to być groźne, bowiem supermarkety zachęcają cenami, a mając więcej towaru, mogą sobie pozwolić na niższe marże. Myślę jednak, że do całkowitego bankructwa drobnego handlu nie dojdzie, że zawsze małe sklepy będą istnieć. Nie spędzam jednak w supermarkecie wolnych chwil, nie chodzę tam do restauracji. Nie mam na to czasu, ale jeśli ludzie mają go dużo, to co innego. Niech sobie oglądają towary, dlaczego nie?

Józef Pokusa, Fiat Polska, Ingest Segim

Co prawda w Bielsku nie ma supermarketów, ale korzystałem z nich w Tychach. Tak jak każdy Polak, mam mieszane uczucia. Uważam, że polski handel musi przejść przez te super – i hipermarkety. Dobrze, że są, bo drobny handel będzie się musiał przestawić asortymentowo i cenowo. Część tych małych sklepików z pewnością upadnie. Tam jest przerost zatrudnienia, całe rodziny żyją ze sklepu. Sklepy z towarem szybkiego obrotu, np. z pieczywem, na pewno będą istniały. Mam przykład z mojego osiedla: był sklepik na 50 domów i splajtował. To był sklep w garażu i na chleb trzeba było się zapisywać wcześniej. Taki handel nie ma racji bytu, on musi się dostosować do nowych potrzeb klientów. W Bielsku nie ma supermarketów, a przecież już niektóre sklepiki padają. Ludzie są teraz zagonieni i nie mają czasu chodzić od sklepu do sklepu. Stają się też wygodni, mają coraz więcej aut, a żony – tak jak moja – nie chcą nosić siatek. Dlatego wolą supermarkety, a im ich więcej, tym większa konkurencja i szansa na obniżenie cen.

Halina Kurczewska, operator obrabiarek, Powertrain

W supermarkecie mogę zrobić wszystkie zakupy. Są duże parkingi, można dojechać wózkiem z towarem do samochodu, nie trzeba dźwigać, a to jest najważniejsza rzecz. Może to nie zawsze jest towar najlepszej jakości, ale ładnie zapakowany, są też duże promocje. Robię tam przede wszystkim hurtowe zakupy. W nabiał i inne produkty, które kupuje się w mniejszej ilości, zaopatruję się w sprawdzonych sklepach osiedlowych. Czasami, gdy mam wolną sobotę, wyjeżdżam do supermarketu, gdzie można mile spędzić czas. Na początku to pociągało, teraz – coraz mniej. Kupowało się wtedy wiele towarów, a w domu zadawałam sobie pytanie: po co? Człowiek uczy się na błędach, teraz robiąc zakupy już sobie kalkuluję.

Mariusz Zięba, operator obrabiarek, Powertrain

Zakupy w supermarketach robię sporadycznie, kupuję tam tylko towary ciężkie, które można spokojnie wrzucić do bagażnika i żona nie musi nosić siatek. Kto się zna na cenach zauważy, że jeśli jeden towar jest rzeczywiście tańszy, to drugi można spotkać gdzie indziej w cenie niższej. Na pewno występuje tam pewne wypośrodkowanie cen, bo przecież nikt do interesu nie dokłada. Ktoś, kto zna ceny, może zaoszczędzić na zakupach w supermarkecie, ale bezkrytyczne ładowanie wszystkiego do koszyka na pewno nie jest dobrym sposobem na oszczędzanie.

A tak w ogóle, zakupy są dla mnie karą bożą, nie rozrywką. W miejscach, gdzie supermarkety powstają, na pewno są groźne dla drobnych sklepikarzy. Za tym stoi duży kapitał, nowoczesne metody marketingowe. Pieniądz, który wpłynął do supermarketu, nie wpłynie do sklepiku. To jest matematyka i nie może być inaczej. Dlatego należy zachować zdrowy rozsądek w pozwoleniach na budowę hipermarketów. Niech będzie jeden, bo ma funkcje sterujące cenami, mimo że będąc kolosem, zarabia na obrocie, nie na cenach.

Dariusz Nowak, monter, Powertrain

Robienie zakupów w supermarkecie daje mi psychiczny komfort. Podjeżdżam spokojnie na parking, mam czas się zastanowić, czy kupić dany towar. W małych sklepach często nie ma wyboru i trzeba kupować to, co jest. Ponadto w sytuacji, gdy pracujemy z żoną na zmiany, to razem możemy jechać w dni wolne właśnie do supermarketu. Nawet jeśli jest on za miastem, i tak zaoszczędzam na benzynie. W samym Bielsku tracę czas i spalam dużo paliwa, by znaleźć miejsce do parkowania. Staram się kupować przede wszystkim produkty polskie. Chociaż zachodnie kuszą opakowaniem, wiadomo, że nasze wyroby niczym się nie różnią. Jeździmy do supermarketu też w soboty czy niedziele, bo przecież jedną z najprzyjemniejszych rzeczy jest wydawanie pieniędzy. Nie trzeba od razu kupować, wystarczy pooglądać, aby być na bieżąco z nowościami. Kiedy się człowiek napatrzy, jest przynajmniej o czym pomarzyć.

Izabela Milto, dział handlowy, Automotive Lighting

Lubię hipermarkety gdyż w jednym miejscu można kupić wszystko, nie lubię – bo jest zbyt dużo ludzi, za duży tłok i tracę zbyt dużo pieniędzy. Dlatego robię tam tylko większe zakupy, typu chemia, produkty spożywcze itd., natomiast drobne wolę robić w małym sklepie. W hipermarkecie, gdy przeliczę się z zakupami, a nie mam przy sobie karty płatniczej, kasjerka odstawia towar na bok. A w zaprzyjaźnionym sklepie można usłyszeć: doniesie pani następnym razem. Dlaczego więc chodzę często do hipermarketu? Dlatego, że wygodniej jest kupować w jednym miejscu.

Korzystam z promocji bez przesady. Zawsze mnie dziwi, że ludzie kupują w niesamowitych ilościach promocyjne towary. A potem, w przypadku produktów spożywczych, muszą się męczyć ze zjedzeniem tak wielkich ilości. Wolę jak w promocji towary są na półkach, nie lubię kupować czegoś szybko. Dlatego rzadko mi się zdarza kupić coś, co jest niepotrzebne.

Hipermarkety, choć potrzebne, zapewne są zagrożeniem dla naszego handlu, przede wszystkim dlatego, że nie są polskie. Ale wydaje mi się, że małe sklepy, sklepy z duszą, będą miały swoich klientów.

Grażyna Molenda, monter, Magneti Marelli

Często robię zakupy w hipermarkecie, bo jest w pobliżu mojego miejsca zamieszkania, a ponadto mogę tam kupować o każdej porze dnia. Nie robię wprawdzie zakupów na zapas, kupuję to co potrzebne do codziennego użytku. W małych sklepach, można powiedzieć, dokupuję do obiadu, czyli drobne towary.

W soboty lub niedzielę odwiedzam hipermarket. Nie dlatego, aby pooglądać towar, tego raczej nie robię, czy też spędzić wolny czas, ale gdy zakup wymaga decyzji mojej i męża. W tygodniu pracujemy na zmiany, trudno jest więc wybrać się razem. Raczej nie uważam się za uzależnioną ▶

od takiego latania po hali i szukania tańszych towarów. Kupuję to, co w danej chwili potrzebuję. Traktuję hipermarket jak sklep osiedlowy. Jest poręczny, bo podjadę samochodem, nie dźwigam siatek. Nie wszyscy jednak mają samochody i dlatego muszą korzystać raczej z rodzimego handlu, bo nie daliby sobie rady z tymi siatami. Dlatego gdyby hipermarkety były, jak banki, na każdym osiedlu, małe sklepy mogłyby upaść.

Celina Matloch, dział personelu, Fenice Poland

Mieszkam w małej miejscowości, niedaleko Bielska. Do pracy dojeżdżam pociągiem, w domu jestem więc ok. 18.00. O tej godzinie wybór w sklepach, nawet jeśli są dłużej czynne, jest już niewielki. Na półkach tylko resztki, bo małe sklepy nie zamawiają dużej ilości towaru. Wieczorem mam więc kłopoty z kupnem świeżego pieczywa czy wędlin. A w supermarketach, jeśli nawet stracę 2-3 godziny, zrobię zakupy od A-Z. Wyjazdy tam na zakupy nie wiążą się dla mnie ze specjalnymi kosztami, ponieważ odwiedzam je w drodze do szkoły w Katowicach. Nie są to więc sobotnio-niedzielne wyprawy rodzinne. Chociaż muszę przyznać, że z uwagi na miłą atmosferę, lubię tam spędzać czas chociażby na oglądaniu towarów. Myślę, że jeśli supermarkety nie miałyby konkurencji w małych sklepach, i tak nie pozwoliłyby sobie na byle jaki towar.

Jacek Konior, asyst. radcy prawnego, Teksid Poland

Czasem wstępuję do supermarketów i wiem, że zakupy robi się tam wygodnie, choć wiem również, na czym to wszystko polega. Jedziemy do supermarketu po tańszy, promocyjny towar, a przy okazji kupimy produkty w takiej samej, jak w innych sklepach cenie, lub nawet droższe. Jest to typowe działanie psychologiczne. Ale wielu nie zdaje sobie z tego sprawy i coraz częściej i chętniej jeździ do supermarketów, aż stanie się to dla nich nałogiem, jak każde przyzwyczajenie. A przecież odwiedzanie małych sklepików też ma swój urok. Rodzimi handlarze powinni jednak zacząć działać bardziej elastycznie, bo inaczej naprawdę stracą klientów. Muszą wydłużać czas pracy sklepów i poprawić poziom obsługi. Nie mogą też bezkrytycznie windować cen w górę. Wiele zależy od władz miasta, które powinny kierować się rozsądkiem, oddając tereny pod budowę kolejnych supermarketów.

Nie stawiamy barier...

Jerzy Krawczyk, wiceprezydent Bielska-Białej

Na razie w Bielsku nie ma hipermarketów, ale będą. Sieć marketów Hipernova ma już pozwolenie na budowę z lokalizacją przy ul. Warszawskiej vis-á-vis Fiat Auto Poland. Supermarket Geant, o którego budowie koło zajazdu „Ondraszek" też zaczyna się już głośno mówić, nie ma jak na razie pozwolenia na budowę. Bielski Geant zostanie wkomponowany w rzeźbę terenu, a jego wznoszenie nie zepsuje malowniczości tego zakątka, a zwłaszcza nie naruszy drzewostanu, o co martwi się wiele osób. Do tego dojdzie jeszcze budowa domu towarowego Castorama z wyposażeniem wnętrz, po drugiej stronie drogi szybkiego ruchu do Katowic. W dalszych planach jest jeszcze Auchan w Wapienicy. Różni inwestorzy próbują się w Bielsku lokować. Gdyby miasto miało więcej pustych terenów, to z pewnością byliby jeszcze inni. Teraz powstaje centrum handlowo-usługowo-rozrywkowe nad rzeką Białą, na miejscu zakładu włókienniczego. Budynek fabryczny nie miał żadnej wartości zabytkowej, był po prostu starą, rozsypującą się ruderą. Inaczej natomiast wygląda sprawa ze starą gazownią, której po remoncie nadano pierwotny wygląd z połowy XIX wieku. Wspomniany obiekt nad Białą jest pierwszym w całej koncepcji zabudowy nowego centrum o charakterze biznesowym, handlowym i usługowym. Ta część miasta zaczyna się powoli przekształcać w nowoczesne bielskie „city". Myślę, że to dobry pomysł.

Jacek Łakota, wiceprezydent Tych

Jeżeli inwestorzy chcą inwestować w hipermarkety, supermarkety, minimarkety, to zapraszamy i chętnie przyjmiemy. Ale to rynek zadecyduje, które z nich zostaną. W Tychach obiekty takie wybudowano na obrzeżach miasta. Ja osobiście znam dwa istniejące – Hipernową i Tesco. Są jeszcze inne, które chcą się tutaj wybudować. Zdajemy sobie sprawę, że jest to drenaż rynku. W skali kraju nie przeszły przepisy ograniczające tworzenie takich przedsiębiorstw handlowych. To gmina decyduje o lokalizacji, stawiając oczywiście pewne warunki. Sens powstawania wielkich obiektów handlowych polega na inicjatywie samych inwestorów. Jeżeli się pomylą – stracą. Nie oznacza to jednak, że nie prowadzimy w tej dziedzinie żadnej polityki. Jest ochrona lokalnego rynku, ale nie za wszelką cenę. W tej chwili mamy w Tychach dwie lokalizacje. Pierwsza z nich, w pobliżu budującego się osiedla Balbina. Nie będzie to dom towarowy wielkości gigantycznego hipermarketu, ale taka placówka jest w tamtym miejscu potrzebna. Mówią to sami mieszkańcy. Nie wszyscy mają ochotę jechać na zakupy na drugi koniec miasta do Hipernovej czy Tesco. Protesty w tej sprawie nie tyle wynikają z chęci ochrony interesów właścicieli małych sklepów, ile są wynikiem innych działań. Stąd głosy o powstaniu oporu społecznego. Myślimy też o budowie marketu w sieci tanich domów towarowych Leader Price Center.

Notował Jacek Albiński

Maria Nowakowska, dział analizy czynników, FAP

Supermarkety mają dużo plusów. Jednym z nich jest możliwość nabycia zdecydowanie tańszych towarów. Chociaż po początkowym owczym pędzie, nauczyłam się już kupować tylko produkty potrzebne. Istotnym atutem jest również duży wybór i możliwość załadowania zakupów z wózka prosto do bagażnika samochodu. Są też w supermarkecie miejsca, w których lubię spędzać wolny czas. Należy do nich dział kwiatowy, w którym niekoniecznie robię zakupy. Po prostu chodzę i oglądam. Nie oznacza to, że omijam małe sklepy. Są produkty, z krótką przydatnością do spożycia, które zawsze będę kupować w osiedlowych sklepach.

Jolanta Szewczyk, prac. montażu Fiat Auto Poland

Ograniczony czas, a także brak samochodu powoduje, że supermarkety odwiedzam rzadko. W potrzebne produkty zaopatruję się w pobliżu miejsca zamieszkania. Nie oznacza to jednak, że nie lubię chodzić do supermarketów. One, w odróżnieniu od małych sklepów, potrafią przyciągnąć klientów. Oferują ładne towary i duży ich wybór, co docenia zwłaszcza moja 8-letnia córka, która w dziale zabawek czuje się jak w raju. Zapewne dlatego, że nie oddziela jej od tych wszystkich towarów lada sklepowa.

Krzysztof Lesiński – szef spółki Telexis

Rzadko korzystam z hipermarketów. Traktuję to, można powiedzieć, jako pewną rezerwę, natomiast nie mam potrzeby kupowania tam codziennie. Hipermarket ma sens wtedy, kiedy chce się zrobić dużą ilość zakupów i mieć ten problem z głowy. Jazda do miejsca, gdzie jest podaż wielu różnych towarów czasami powoduje, że można odruchowo kupić coś zupełnie niepotrzebnego. I jest to nieostrożne traktowanie wydatków. Ja się na to uodporniłem 25 lat temu podczas pobytu za granicą. Nie mając

dość pieniędzy, musiałem wybierać między zakupem rzeczy koniecznych, a tymi, które mi się bardzo podobały. Nauczyłem się więc powściągliwości. Ale ludzie często ulegają tej magii, co w skrajnych przypadkach nazwalbym chorobą.

Na Zachodzie przy wejściu do takich sklepów są zawsze perfumerie, bo ładny zapach poprawia nastrój, a w dobrym nastroju lepiej się wydaje pieniądze. Ja wolę robić zakupy na osiedlu, albo w mieście. Hipermarkety to fabryki do sprzedaży, które mają swoją klientelę. Oczywiście początkowo na pewno będą zagrażać rodzimemu handlowi. Ale na Zachodzie też są małe i duże sklepy. Jakakolwiek inwestycja w danym terenie musi być jednak akceptowana w miejscu, gdzie powstaje. Obdarowywanie hipermarketami na siłę, dlatego, że to takie nowoczesne i przydatne, jest czymś zupełnie innym. Wielu ludzi od hipermarketów rozpo- ▶

► czyna rozpoznawanie świata. Jeśli lokalne władze są mądre, popierane przez społeczeństwo i uczciwe względem wyborców, powinny przynajmniej mówić, co się dobrego stanie z racji ich budowy: że będzie zmieniona infrastruktura, że drogi się polepszą a część ludzi znajdzie pracę. Oczywiście w tym bilansie trzeba brać też pod uwagę tych, którzy pracę stracą. Tak czy inaczej analiza strat i zysków w sensie ludzkim musi być dokonana rzetelnie. Poza tym być może, zanim supermarkety zdążą się na dobre u nas zadomowić, handel internetowy tak się upowszechni, że przestaną być one potrzebne i pociągające.

Artur Słonina, dział organizacji, FAP

Nie robię zakupów w supermarketach z różnych powodów. Moim zdaniem kupujemy tam bardzo dużo niepotrzebnych towarów. Jeśli jest masowa produkcja, masowe społeczeństwo, musi być również masowa konsumpcja. Jest to wszystko ze sobą powiązane prawidłami ekonomicznymi i można dojść do takiego wniosku, że supermarkety zagrażają naszemu handlowi oraz rodzimym producentom. Bo to nie jest jeszcze kwestia tego, gdzie kupujemy, ale co kupujemy. W supermarketach człowiek jest cząsteczką wielkiego tłumu. Mówi się, że tam są niższe ceny, a to też nie jest prawdą. Poza tym kupujemy nie polskie, lecz zagraniczne towary. Sponsorujemy w ten sposób np. rolników we Francji, dobijając nasze rolnictwo. Hipermarkety można porównać z dużymi fabrykami, z którymi nie jest w stanie konkurować mała firma. Stosowana jest tutaj socjotechnika na bardzo wysokim poziomie. Począwszy od ułożenia towarów na półkach, poprzez sposób oddziaływania na klienta, sposób reklamowania. W mediach jest wiele reklam supermarketów. Innych firm po prostu na to nie stać. Mamy do czynienia z masową sprzedażą i uśrednionymi wymaganiami. Kiedyś jednak nie mieliśmy możliwości kupowania w tego typu sklepach, dlatego dla wielu ludzi jest to wciąż niesamowite, że w jednym sklepie mogą kupić tyle rzeczy. Tylko nie zdają sobie sprawy, że każdy konsumencki wybór ma jakiś wpływ na gospodarkę, która jest zespołem naczyń połączonych. Nie ma się co oszukiwać, że kupowanie w sklepach zagranicznych towarów wpłynie korzystnie na naszą gospodarkę. Władze powinny zdawać sobie z tego sprawę wydając zezwolenia na budowę hipermarketów. Kiedyś w Bielsku pojawiły się plakaty z rekinem, który pożerał małe rybki – to była inicjatywa handlowców. Trudno się z nimi nie zgodzić. Hipermarkety są takimi, odwiedzanymi nawet w niedzielę, świątyniami społeczeństwa konsumpcyjnego. Polskę opanował szał kupowania, a przecież jesteśmy za słabym ekonomicznie krajem, aby obciążać się takimi niesamowitymi zobowiązaniami finansowymi.

Krzysztof Martyniuk, brygadzista, FAP

Moim ulubionym miejscem zakupów są osiedlowe budki. Tam mnie znają, mówią „dzień dobry" i oferują świeży towar. Przed wybudowaniem supermarketów, wiele małych sklepów zawiązywało spółki i windowało ceny. Teraz nasi rodacy są zmuszeni do opuszczania cen, dzięki czemu w niektórych budkach czy małych sklepach, znacznie się poprawiło. Dlatego, aby usługi swe poprawili także ci, którym nadal nie zależy na klientach, potrzebne są supermarkety, ale nie przepadam za nimi. Ich miłośniczką jest moja żona. Biorę udział w tych wyprawach, by zrobić jej przyjemność, choć uważam, że zbyt dużo marnuje się tam czasu.

Joanna Szulc, prac. magazynowy, Comau Poland.

W hipermarkecie mogę dostać wszystko, co jest potrzebne w gospodarstwie domowym. Najbardziej interesują mnie promocje. Ale nie oznacza to, że łakomię się na większość takich artykułów. Ja robię zakupy przemyślane. Jestem zadowolona, że dzięki hipermarketom małe sklepy będą zmuszone obniżać ceny. Ci, co narzucają zbyt duże marże, prędzej czy później muszą upaść, a uczciwym sprzedawcom na pewno ze strony hipermarketów nic nie grozi. Wiem, że supermarkety mają różne ulgi, ale co to obchodzi klienta? Klient zawsze będzie kupował tam, gdzie taniej. ■

Requiem dla Wokulskiego

Supermarkety wychodzą poza swoją pierwotną rolę, jaką było dostarczanie towarów, a pełnią dodatkowe funkcje. Na przykład – edukacyjną. Silniejszym słowem byłaby tresura. Jesteśmy kształceni w jednej tylko roli, klienta – konsumenta.

Hipermarket to olbrzymia wystawa przedmiotów, którymi normalnie nigdy w życiu bym się nie zainteresował. Nie do przecenienia jest też rola rozrywkowa, jaką te miejsca pełnią. Bawią nie tylko dzieci, ale i dorosłych. Coraz częściej obudowywane są multikinami, centrami rozrywki, restauracjami. Można więc powiedzieć, że hipermarket wypełnia klasyczny schemat: uczy, bawi. Czy wychowuje? Dla mnie jest esencją wolnorynkowego społeczeństwa konsumpcyjnego. Jako taki wychowuje do roli dobrego konsumenta. Jesteśmy trenowani, aby być stale konsumentem. W socjalizmie ćwiczono nas w lojalności wobec partii, teraz jesteśmy wdrażani do lojalności wobec sklepu. Pojawiła się nowa jednostka psychiatryczna – uzależnienie od sklepów, od zakupów.

Czy hipermarkety są dobre czy złe? Moim zdaniem – dobre. Zapewniają ludziom komfort, poprawiają jakość życia, ułatwiają wszechstronne zakupy w jednym miejscu i o jednym czasie. A dodatkowo zamieniają człowieka myślącego na człowieka kupującego? To chyba konieczność. Obawiam się, że stanowi ona istotę kapitalizmu. Alternatywny ustrój już przerabialiśmy, a innych pomysłów na razie nie widać.

Niedawno Kościół protestował przeciwko niedzielnym, masowym handlowym wyprawom Polaków do supermarketów. Uważam, że coś takiego, jak religijna czy antyreligijna natura supermarketów nie istnieje. Problemem dla wielu ludzi są natomiast pytania: „co robić, kiedy mam wolny czas", „co zrobić z weekendem". Telewizja, jak stwierdzono, zajmie nam maksymalnie 4-5 godzin. Jak zagospodarować pozostałe jedenaście weekendowych godzin? Nic dziwnego, że spacerujemy... po hipermarketach. Ponadto coraz dłuższy dzień pracy, nie kończący się jak dawniej o godzinie 15 czy 16, skłania do niedzielnych zakupów.

Prof. Zbigniew Nęcki, psycholog społeczny, Uniwersytet Jagielloński

W moim przekonaniu jesteśmy skazani, że z czasem – jak na Zachodzie – miejscem zakupów będą również u nas niemal wyłącznie supermarkety i stacje benzynowe. Cała reszta zostanie potężnie zredukowana. Sentyment do Wokulskiego i „sklepików kolonialnych" stopniowo zaniknie. Dawne przysłowie mówiło, że lepsze deko handlu niż kilo roboty. Małe sklepiki, osiedlowe przetrwają, tak sądzę, ale będą pełnić taką funkcję, jak na prowincji, gdzie wszyscy się znają. Funkcję uzupełniającą. Do takiego sklepiku przy domu idziemy na drobne, bieżące zakupy, gdy brakuje nam czasu. Jak kiedyś do sąsiada, by pożyczyć cebulę.

Popularność hipermarketów będzie wzrastała wraz z powiększaniem się klasy średniej, dla której są one przeznaczone. U nas klasa średnia dopiero powstaje. Badania wykazują, że zaledwie 15% Polaków nie przepada za hipermarketami. Przeszkadza im hałas, wysokie temperatury we wnętrzu. Chodzą, bo... muszą. Oceniając supermarkety nie nakładałbym różowych okularów. Unikałbym jednak standardowych narzekań.

Notował Tomasz Zieja

► Głowa mężczyzny (IV wiek p.n.e.) przechowywana przez władze regionu Umbrii

Magia Etrusków

Emanuela Chiappero

◄ Urna na prochy z brązu (IV wiek p.n.e.). *San Petersburg, Muzeum Sztuki i Kultury Materialnej Ermitaż*

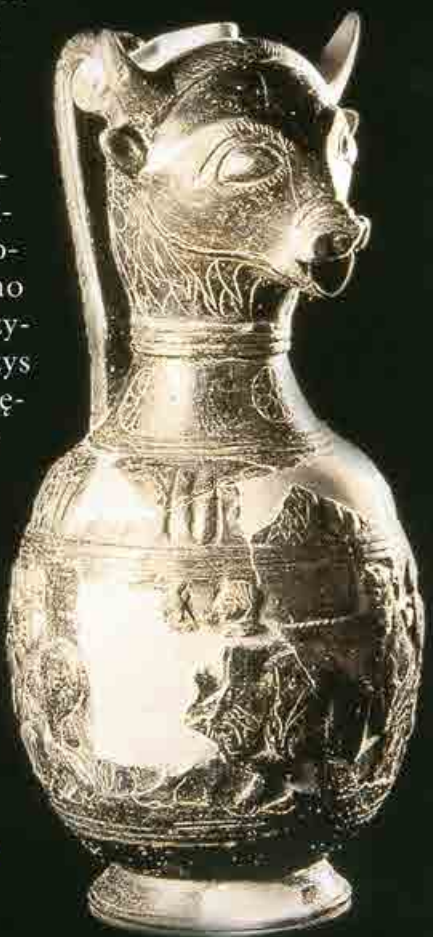
► Dzban na wino typu bucchero, (IV wiek p.n.e.). *Florencja, Muzeum archeologiczne*

KOWIE

Dzięki wystawie „Etruskowie", fascynująca i jeszcze do niedawna tajemnicza cywilizacja wychodzi z mroków historii. Wędrując po 36 salach dowiadujemy się o życiu, potędze i upadku ludności zamieszkującej ziemie między Toskanią a Lacjum przed panowaniem Imperium Rzymskiego. Etruskowie byli dominującą potęgą w środkowych Włoszech pomiędzy IX a VI wiekiem p. n. e. Ich pochodzenie jest tajemnicze – ani greckie, ani włoskie, może mezopotamskie. Rzymianie nazywali ich obraźliwie „gruboskórnymi", lecz zazdrościli im niezwykłych umiejętności artystycznych i subtelności zwyczajów. Etruskowie zostawili nam wiele napisów nagrobnych, ale niewiele dokumentów cywilnych. Nie rozszyfrowano zresztą ich języka, znana jest tylko jego fonetyka.

Etruskowie byli narodem, który nauczył Rzymian takich symboli władzy jak, na przyklad, rózga i toga. Potrafili przejąć od Greków elementy kulturowe i przekształcić je na wyraz własnego bogactwa. Byli wojownikami, myśliwymi, piratami, a także artystami, kupcami, rolnikami i zręcznymi przetwórcami zasobów mineralnych do tego stopnia, że stali się największymi w swojej epoce dostawcami metali. Świadectwem tego jest siedemset przedmiotów wystawionych w salach osiemnastowiecznej kamienicy weneckiej, wychodzacej na Canal Grande. Pochodzą one z około osiemdziesięciu muzeów, zbiorów prywatnych i instytucji kulturalnych w trzynastu krajach.

Pierwsza część wystawy poświęcona jest przedmiotom, które przedstawiają etapy kształtowania się cywilizacji. Szczególnie wyeksponowane zostały przedmioty chowane w grobowcach wraz ze zmarłym, które stanowiły o jego społecznej pozycji. Następna cześć wystawy przedstawia apogeum tej cywilizacji. Poddaje analizie rozmaite aspekty: od ekonomicznych, handlowych i wojskowych, po te związane z życiem codziennym. Druga część poświęcona jest zwyczajom przejętym od Greków: organizowaniu biesiad, spożywaniu wina, przyjmowaniu nowych religijnych mitów, wreszcie piśmiennictwu. W końcowej części wystawy znajdują się rzeźby, wazy z terakoty i malowidła odzwierciedlające z wielkim dramatyzmem upadek cywilizacyjny mieszkańców Vetulonii, Populonii, Cerveteri, Tarquinii. Miasta te zostały zdobyte, jedno po drugim, przez Rzymian. Poważny kryzys społeczny osłabił potęgę narodu: zachwiana została relacja pomiędzy niewolnikami i arystokracją. Przedstawiciele tej ostatniej klasy społecznej, pomimo wielu politycznych koncesji, nie byli w stanie odzyskać równowagi. ►



Magia Etrusków

▲ Statuetka z brązu przedstawiająca składanie ofiary (IV wiek p.n.e.). *Rzym, Muzeum Villa Giulia*

► Statuetka wieszczbiarza (III - II wiek p.n.e.) pochodząca z nieznanego sanktuarium w Sienie

RELIGIA I OBJAWIENIA

„Wierzą, że wszystko co się dzieje, podyktowane jest jakimś znaczeniem" – mówił Seneka. „To lud, który żyje przesądami i przepowiedniami wróżbitów" – pisał Tytus Liwiusz. Tak historycy opisywali fanatyzm religijny Etrusków, krytykując ich rytuały i obrzędy ofiarne.

Każde ziemskie wydarzenie Etruskowie przypisywali bóstwom ziemskim i niebiańskim, interpretując zjawiska naturalne jako objawienia boskie. Kultem zajmowali się wróżbiarze, którzy w społeczeństwie etruskim stanowili bardzo szanowaną klasę kapłańską. Ich zadaniem było przepowiadanie przyszłości na podstawie obserwacji lotu ptaków lub wnętrzności zwierząt ofiarnych, szczególnie wątroby i serca. Podczas burz obserwowali kierunek piorunów i intensywność ich światła, gdyż z nich wyłaniały się boskie przesłania dla ludzi. Przesada? Może. Lecz interpretując boskie znaki, wróżbiarze przepowiedzieli etruskiej cywilizacji dziesięć wieków istnienia. W rzeczywistości trwała ona 12 wieków.

► Model wątroby owcy wykonany w brązie (koniec II - początek I wieku p.n.e.). *Piacenza, Muzeum Miejskie*

► Urna z brązu (730 - 700 p.n.e.). *Rzym, Muzeum Villa Giulia*

KULT PRZODKÓW

Dla Etrusków śmierć była obsesją. Stąd brał się kult zmarłych, niezwykle istotny i przejawiający się we wszystkich aspektach życia społecznego i politycznego. Związek z przodkami sankcjonował władzę arystokracji, obrzędy pogrzebowe były wyjątkowo ważne dla umocnienia i potwierdzenia więzi rodzinnych. Podczas uroczystości pogrzebowych organizowano przedstawienia teatralne i procesje, których uczestnicy zakładali maski swoich przodków.

W etruskich nekropoliach powstawały monumentalne grobowce. Okazałość budowli i bogactwo przedmiotów jakie towarzyszyły zmarłemu, miały przypominać o jego roli w społeczeństwie. Wielkie mogiły zdobiono elementami dekoracyjnymi, a komory kute w tufie, naśladowały wnętrza mieszkalne ze ślepymi drzwiami i oknami oraz sufitami, wspieranymi belami na kształt wachlarza. Wypełniały je tarcze, stoły, kosze z jedzeniem, trony. A zatem dzieła i przedmioty, które nie tylko odnosiły się do świata żywych. Uważano bowiem, że potrafią przekazać zmarłemu coś z żywotności, jaką wyrażały. ►

▲ Tinia, brąz, (480 wiek p.n.e.). *Los Angeles, J Paul Getty*

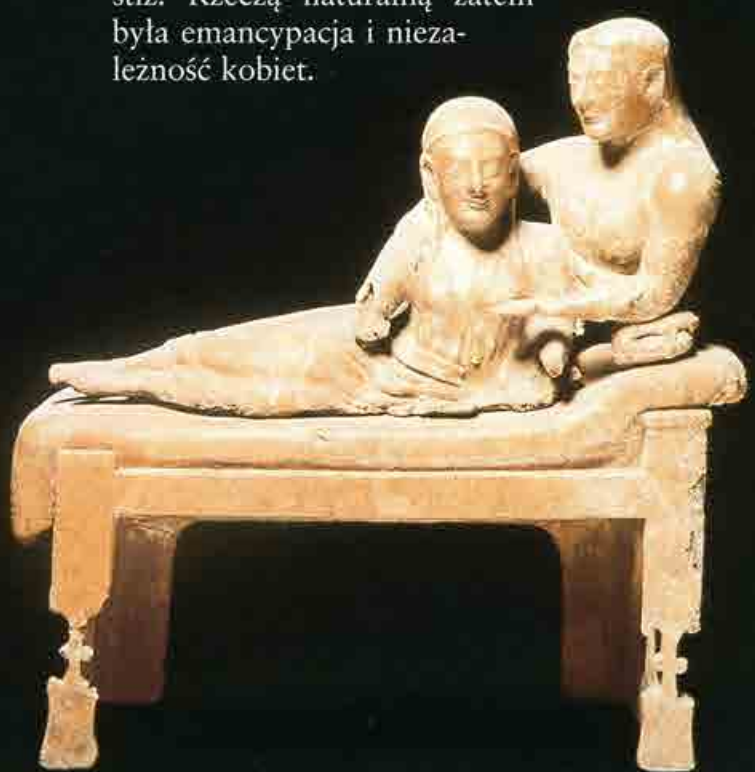
► Wyprawka pogrzebowa (VII wiek p.n.e.). *Fontecucchiaia, Chiusi*

Magia Etrusków

WŁADZA KOBIET

▲ Mater matuta
(druga połowa V wieku p.n.e.).
Florencja, Muzeum Archeologiczne

W cywilizacji Etrusków kobiety integrowały i dzieliły świat polityki, umacniały dynastie, decydowały o relacjach miedzy klanami. Dla Rzymian zachowanie takie było niedopuszczalne i piętnowali je, uznając za dowód niskiej moralności. Greccy historycy natomiast krytykowali etruskie kobiety za ich dezynwolturę, luksus i sposób ubierania. W Grecji bowiem kobiety podporządkowane były swoim mężom i spędzały większość czasu w domu. Kobiety w Etrurii uczestniczyły natomiast w wydarzeniach publicznych, brały udział w bankietach, na równi z mężczyznami popijając wino. W rzeczywistości przywileje te, uznane za tak bardzo skandaliczne, należały tylko do arystokratek. One też odgrywały ważną role w rodzinnych ogniskach: zarządzały domem i nadzorowały prace niewolnic. Ich władza wynikała z faktu, że dziedziczyły majątki po mężach poległych na wojnie, zarządzały nimi, zapewniały kontynuację rodów i ich prestiż. Rzeczą naturalną zatem była emancypacja i niezależność kobiet.



► Płyta nagrobna
(pierwsza połowa V wieku p.n.e.).
Cerveteri, Muzum Claudia Ruspoli

WYRAFINOWANA SZTUKA

Etruskowie byli wspaniałymi artystami i rzemieślnikami. Od początku istnienia stworzonej przez siebie cywilizacji, trudnili się obróbką cennych metali i zdobnictwem. Zróżnicowanie społeczne w ciągu VIII i VII wieku, i powstanie bogatej arystokracji, doprowadziło do wielkiego rozkwitu złotnictwa i wyrobów zdobniczych. Rzemieślnicy wyrabiali ozdobne klamry, spiralne szpilki do podtrzymywania włosów, zapinki, kolczyki, pierścienie, bransolety, naszyjniki z zaplecionymi oczkami i wspaniałe medaliony. Wszystkie przedmioty były wysokiej klasy artystycznej. Wystarczy wspomnieć, że sztywne bransolety i grawerowane pierścienie ozdabiane skarabeuszami z twardego kamienia, są po dziś dzień cennymi dziełami sztuki. Większość klejnotów wykonywano dla kobiet, ale mężczyźni też nie stronili od ozdób. Najbardziej typowymi wyrobami ceramicznymi w bogatej twórczości artystycznej Etrusków były naczynia typu bucchero o charakterystycznej, czarnej powierzchni, uzyskiwanej dzięki specjalnemu sposobowi wypalania. Na szczególną uwagę zasługują przepięknie zdobione lustra, odnalezione niedaleko nekropolii wraz z różnymi przedmiotami o orientalnym stylu, jak złote i srebrne puchary, świeczniki, strusie jaja, perfumy, szkło i cenne tkaniny. ►

▲ Naszyjnik ze złota laminowanego z wypukłą dekoracją (druga połowa IV wieku p.n.e.). *Florencja, Muzeum Archeologiczne*

► Miseczka, z uchwytami w kształcie węża (675-650 p.n.e.). *Rzym, Muzeum Villa Giulia*

► Ozdobna zapinka (525 - 500 p.n.e.). *Szafuza, Muzeum Allerheiligen, kolekcja Ebnöther*

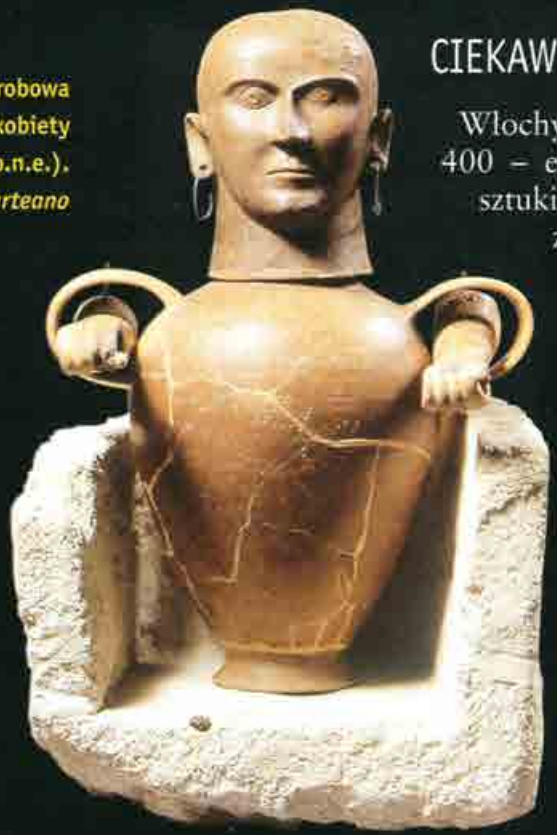
Magia Etrusków

▲ Aryballos, waza z inskrypcją (VII wiek p.n.e.). *Rzym, Muzeum Villa Giulia*

ZAGADKOWY JĘZYK

Pomimo bogactwa pozostawionych dzieł sztuki i architektury, rzadkością są dokumenty pisane, które pomogłyby poznać fonetykę i pisownię języka Etrusków. Pozostałości nekropolii i dzieł kultowych zawierają liczne napisy o charakterze dedykacji czy upamiętnienia, w których widnieją imiona osób, rodzin, bóstw, przedmiotów, klas społecznych czy też cyfry. Te bardzo krótkie teksty są mało przydatne dla odtworzenia struktury języka. Dodatkową trudnością jest fakt, że język etruski nie należy do języków indoeuropejskich i zbliża się tylko do jednego języka, którym posługiwali się mieszkańcy wyspy Lemnos, zanim zajęta została przez Greków. Nie istnieją trudności z rozszyfrowaniem pisowni, gdyż Etruskowie posługiwali się jedną z odmian alfabetu greckiego – kalchedońskiego. Na Półwysep Apeniński dotarł on za sprawą pierwszych greckich kolonizatorów, którzy osiedlili się na wyspie Ischia i Cuma. Ciekawostką jest fakt, że najstarsze zapisy mają zmienny kierunek pisowni i dopiero w późniejszym czasie utrwaliła się zasada pisania od prawej do lewej strony.

► Płyta nagrobna z inskrypcją (V wiek p.n.e.). *Rzym, Muzeum Villa Giulia*



► Urna grobowa w kształcie głowy kobiety (630- 620 p.n.e.). *Siena, Muzeum Sarteano*

CIEKAWOSTKI WYSTAWY

Włochy wystawiły najwięcej – bo ponad 400 – eksponatów. Najwyższym dziełem sztuki jest „Posąg mówcy", pochodzący z Muzeum Archeologicznego we Florencji: mierzy on ponad 180 centymetrów. Najcięższym eksponatem (1.400 kg) jest sarkofag „Necropoli dello Sperandio", wypożyczony z Narodowego Muzeum Archeologicznego w Perugii. Wśród najmniejszych przedmiotów (o powierzchni jednego centymetra kwadratowego) znajduje się cenny „Skarabeusz z wieszczbiarzem" i napisem „natis", pochodzący z Berlina. Najdłuższą podróż odbyła „Statuetka Tinia" z Getty Museum w Los Angeles.

Niektóre z 700 dzieł sztuki są całkowitą nowością nigdy dotychczas nie eksponowaną. Wśród nich znajduje się kanopa – urna z drewnianą głową, otoczoną złocistymi włosami. Jest także wóz z brązu z Wulczi, symbol władzy, znaleziony wewnątrz jednego z grobowców. A także powóz z Castel San Mariano, znaleziony w 1812 nieopodal Perugii, którym przewożono pannę młodą. Został on rozebrany na dziesiątki części, przechowywane przez wielu kolekcjonerów. W całości połączono je dopiero z okazji wystawy w Palazzo Grassi.

► Statuetka „Posąg mówcy" (koniec II - początek I wieku p.n.e.). *Florencja Muzeum Archeologiczne*

▼ Skarabeusz z wieszczbiarzem (IV wiek p.n.e.). *Berlin, Staatliche Museen, Antikensammlung*

Aleksander Surdej

Nie ma samotnych wysp

Podobno na medycynie, futbolu i polityce znają się wszyscy. Nie unikniemy więc namiętnych dyskusji na temat szans i zagrożeń, kosztów i korzyści, które wiążą się z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej, co według wszelkiego prawdopodobieństwa nastąpi w 2004 roku. Taka ogólnonarodowa burza mózgów byłaby czymś niezwykle pożądanym gdybyśmy mieli pewność, że opinie ludzi oparte będą o znajomość faktów, nie zniekształconych przez demagogię. Trudno jednak o trzeźwość i rzeczowość, gdy emocje krążą wokół kwestii narodowej suwerenności. Ten prawniczy termin oznacza, że najwyższym źródłem prawa obowiązującego w danym kraju jest parlament. Wszystkie kraje zobowiązane są do przestrzegania pewnych międzynarodowych norm prawnych: od Konwencji Praw Człowieka przez Kartę Narodów Zjednoczonych po umowy o wykorzystywaniu zasobów morskich. W praktyce suwerenność każdego państwa jest w jakimś stopniu ograniczona. Widać to jeszcze bardziej, gdy w pojęcie suwerenności włączymy kwestie gospodarcze. Dostrzeżemy wtedy, że żaden z krajów nie jest samotną wyspą, a współczesne państwa mocno łączą więzy gospodarczej współzależności.

Polska, niezależnie od tego czy wstąpi do Unii Europejskiej czy nie, jest krajem o gospodarce otwartej – krajem, który w krótkim czasie związał się z gospodarką światową, a zerwanie tych więzi, o ile w ogóle możliwe, byłoby dla nas niezwykle kosztowne.

Polska wymienia z zagranicą mniej więcej jedną czwartą (wskaźnik eksport plus import/PKB) swojego dochodu narodowego i jest to więcej niż USA (12%), lecz mniej niż Niemcy – 35% czy Holandia.

Już dzisiaj Polska faktycznie należy do europejskiego obszaru wolnego handlu – nie istnieją cła, za wyjątkiem artykułów rolnych, na towary eksportowane do i importowane z krajów UE. Już dzisiaj 2/3 obrotów handlowych Polski to wymiana z krajami UE.

Jeśli zwrócimy uwagę, że Unia Europejska jest organizacją państw, które stworzyły ramy dla rosnącej gospodarczej współzależności – to w przynależności do niej dostrzeżemy szansę na aktywny udział w określaniu charakteru tych ram. Jeśli uświadomimy sobie, że wysuwany przez marginalne ugrupowania w niektórych krajach europejskich postulat budowy wspólnego państwa, jest niczym więcej niż snem na jawie, mrzonką bez szans, to w UE dostrzeżemy organizację pozwalającą czerpać korzyści z powiększenia skali gospodarowania i z gospodarczej otwartości. Gospodarka pozostanie podstawową płaszczyzną współpracy krajów Unii Europejskiej i to się nie zmieni pod groźbą rozpadu tej organizacji.

Przez najbliższe lata w Brukseli nie będzie się mówić o powszechnych wyborach prezydenta UE, lecz o tym, jak utrzymać obecną sprawność instytucji UE, które będą musiały pracować nie z 15, lecz być może z 27 krajami w 2012 roku. Chociaż rozszerzenie prawie podwoi liczbę krajów członkowskich, to pod pewnymi względami nie jest ono największym w dziejach UE. Planowane przyjęcie wszystkich 12 kandydujących krajów zwiększy liczbę ludności o 29% (rozszerzenie w 1973 roku o Danię, Irlandię i Wielką Brytanię wiązało się ze wzrostem ludności o 32%). W wyniku wstąpienia całej

dwunastki, obszar UE powiększy się o 34% (w 1973 roku powiększył się o 48%). Wielkim problemem jest natomiast luka w poziomie rozwoju pomiędzy obecnymi krajami członkowskimi, a krajami kandydującymi. O ile rozszerzenie z 1973 wiązało się ze spadkiem średniego dochodu na mieszkańca UE o 3%, a powiększenie w początku lat 1980-tych o Hiszpanię, Portugalię i Grecję, spowodowało obniżenie średniego dochodu o 6%, to planowane rozszerzenie o 12 kandydujących krajów przyniesie spadek średniego dochodu na mieszkańca UE aż o 15%.

Od swego początku UE znacząco pomagała biedniejszym państwom. Przez długie lata Grecja, Portugalia, Irlandia i Hiszpania otrzymywały wsparcie rzędu 3-4% dochodu narodowego – środki przekazywane przez podatnika w bogatszej części Europy, dostarczane głównie przez Niemcy. Teraz sytuacja się zmieniła: podatnicy z krajów UE nie są już skłonni dopłacać do biedniejszych europejskich kuzynów, z budżetem 1,27% łącznego dochodu wszystkich krajów członkowskich UE nie będzie w stanie hojnie obdarowywać wszystkie kandydujące kraje.

Pomocy unijnej nie należy bagatelizować. Tylko w 2000 roku UE postawiła do dyspozycji Polski sumę 950 milionów euro (około 3,6 miliarda złotych), a w następnych latach suma ta może znacząco wzrosnąć. Nie wolno jednak ulegać kolejnym mitom, zgodnie z którymi członkostwo w UE zdejmie z Polaków i polskiego rządu, konieczność ponoszenia wysiłków dla rozwoju kraju. Członkostwo w UE daje gospodarczą szansę: wykorzystały ją Hiszpania i Irlandia. Niczego jednak nie gwarantuje, o czym najlepiej świadczy przykład Grecji.

Zanim jednak Polacy wezmą udział w wyborach do Parlamentu Europejskiego, w owym symbolicznym akcie europejskiego obywatelstwa, polskich negocjatorów czekają długie rozmowy o trzech głównych kwestiach, które blokują drogę ku członkostwu Polski w UE. Tak się składa, że jeden z tych problemów jest problemem dla obu stron, dwa zaś są wynikiem próby obrony jednostronnych interesów. Wspólny problem nazywa się „rolnictwo". Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej grozi załamaniem wspólnej polityki rolnej w dotychczasowej formie, gdyż wraz z ewentualnym wstąpieniem Polski, liczba rolników zwiększyłaby się dwukrotnie, co pociągnęłoby za sobą znaczny wzrost wydatków na wspólną politykę rolną. Budżet UE tego nie wytrzyma, więc albo wspólna polityka rolna zostanie radykalnie zmieniona, albo Polską nie zostanie nią objęta jeszcze przez długie lata po wstąpieniu.

Problem UE nazywa się „rynek pracy" i wiąże się z postulatami Austrii i Niemiec odroczenia daty uzyskania przez obywateli krajów nowoprzyjętych prawa do pracy na terenie całej UE. Problem Polski nazywa się „ochrona własności ziemi" i wiąże się zarówno z troską o ekonomiczne bezpieczeństwo mieszkańców wsi, jak i kwestiami narodowej tożsamości. Obie strony czeka więc żmudne targowanie się, które choć wygląda na gorszące widowisko, w istocie jest jedyną drogą obrony i dochodzenia narodowych interesów.

Opr. Jacek Albiński

Multimedialna estetyka

Starsi Czytelnicy pamiętają zapewne bardzo popularne kiedyś pocztówki dźwiękowe. Wyglądały jak kartki z życzeniami, ale pokryte były grubą warstwą laminatu z rowkami, jak na płytach analogowych. Na odwrocie pisało się życzenia i wysyłało, a adresat kładł kartonik na gramofon i słuchał dedykowanego mu utworu. Dzisiaj też można coś takiego wysłać, a nawet samemu wybrać utwór i nagrać go. A szafy grające, do których wrzucało się monetę i wybierało jeden z kilkudziesięciu singli?

Stosownie dobrane życzenia elektroniczne potrafią być miłe i zabawne. Sukces jaki odnoszą w Internecie, jest zasługą wywoływanego przez nie efektu rozbawienia oraz prostoty ich wyboru i wysyłki. Jedną z najczęściej odwiedzanych stron internetowych oferujących cyfrowe kartki animowane jest Blue Mountain Arts, www.bluemountain.com, (ponad 12 milionów osób według danych MediaMetrix, firmy badającej liczebność żeglujących po Internecie). Jest całkiem bezpłatna i dysponuje ponad tysiącem animacji na każdą okazję. Aby wysłać kartkę należy wybrać spośród wielu, najbardziej odpowiednią, wypełnić dane oraz dołączyć tekst informacji. Przed wysłaniem można kartkę obejrzeć w całej okazałości. W Internecie znajduje się już wiele tego rodzaju stron, których wykaz można znaleźć na stronie www.electronicpostcards.net. Zaletą strony Blue Mountain jest brak konieczności uzyskiwania autoryzacji przy dostępie i przenoszeniu zbioru do własnego komputera. Jeżeli nie podobają się nam proponowane rysunki można sięgnąć do www.egreetings. com, gdzie znajdują się wizerunki komiksowe, należy jednak cierpliwie wypełnić formularz danymi osobowymi. Kto nie lubi rysunków i woli naturalne obrazy, na przykład dzieła sztuki czy zdjęcia plenerowe może skorzystać ze strony Corbis (www.corbis.com), gdzie znajdują się tysiące zdjęć cyfrowych o wysokiej rozdzielczości. Niestety, kartka zaczerpnięta z tej strony wygląda jak reklama, gdyż nazwa „Corbis" widnieje na niej wyraźnie. Na stronie www.e-cards.com znajdują się także kartki z nowojorskiego Muzeum Sztuki Współczesnej. Jeżeli chcemy samodzielnie stworzyć multimedialną kartkę z wizerunkami, muzyką, tekstem i tłem, korzystamy np. z www.postcards.org lub 123greetings.com. Ta ostatnia strona pozwala nawet na wcześniejsze zamówienie wysyłki kartki na dany dzień. Dla zapominalskich.

Internetowa fala dźwięku zalewa już prawie cały świat, a na jej grzbiecie płynie trzydziestosiedmioletni Rob Glaser, zwany nowym Billem Gatesem, który dzięki Internetowi i nieomylnej intuicji został miliarderem. Jest założycielem firmy RealNetworks, która odkryła świat muzyki online i stworzyła wielką wirtualną szafę grającą. Po ukończeniu ekonomii i informatyki w Yale, stał się „microserf'em" (microserf to nieco zjadliwe określenie pracowników Microsoft'u – ang. serf: chłop pańszczyźniany, niewolnik), pracującym przez dziesięć lat dla Billa Gatesa. Później, kiedy Gates się wahał i nie bardzo wierzył w przyszłość Internetu, Glaser zwolnił się z firmy i rozpoczął własną działalność, zakładając spółkę, która wynalazła Real Player (www.real.com), standardowy pro-

gram do przekazu plików audio i video w Internecie i szybko zdobywając 80% rynku. Glaser wiele uwagi poświęca tworzeniu i doskonaleniu tylko „dobrej" technologii, a taką właśnie jest fala dźwiękowa online, która pozwala swobodnie realizować własne talenty bez poddawania się presji firm fonograficznych, ale już zaczyna się nazywać Glasera drugim po Billym Gatesie monopolistą sieci, ponieważ dziś, aby korzystać z multimedialnych możliwości Internetu (audio i video), trzeba kupić jego oprogramowanie.

Dużym krokiem w przyszłość było wynalezienie RealJukebox (www. real.com/realjukebox), nowego software'u, który przy wykorzystaniu technologii Mp3 przekształca Internet w wirtualną szafę grającą (www. mp3.com). Ten format kompresji pozwala szybko i sprawnie zapisać pliki audio z zachowaniem ich doskonałej jakości, oraz zgromadzić na jednej płycie kompaktowej muzykę, która normalnie mieści się na dwunastu albumach. Nic więc dziwnego, że koszty dystrybucji muzyki on line w porównaniu z tradycyjną, spadają o około 90%, co przyprawia potentatów fonograficznych o zimne dreszcze.

Wystarczy szafę zaprogramować poprzez sieć i przewidzieć odpłatność za każdy skopiowany utwór. Jeżeli weźmiemy pod uwagę, że wielkość obrotów ze sprzedaży muzyki w sieci szacowana jest na 87 milionów dolarów, (które według tych samych szacunków w roku 2005 wzrosną do 4 miliardów), to jukebox Glasera okazuje się prawdziwą kopalnią złota. Po pierwszych oznakach paniki wśród największych firm fonograficznych, wywołanej pojawieniem się szafy grającej (jukebox, to po nagielsku szafa grająca), zaczęło się oswajanie nowego konkurenta ale i tak w poszczególnych krajach do dyspozycji muzyków i niezależnych firm nagraniowych powstają specjalne portale muzyczne. Zainteresowanym przedstawiamy kilka stron, które warto odwiedzić: www.rioport.com, (z pierwszym walkmanem do odsłuchiwania zbiorów Mp3), mp3.lycos.com (kontrowersyjna wyszukiwarka z tysiącami zbiorów mp3 do nieodpłatnego kopiowania, także pirackiego), www. iuma.com, (archiwum muzyki underground), www. liquidaudio.com i www. winamp.com, (inny software), www.broadcast.com, www.sonicnet.com, www.download.com.

Do real jukebox'a nie wrzuca się monet. Dzisiaj to już nominały banknotów. ■

Tekst i zdjęcia: Elżbieta i Andrzej Lisowscy

Na dachu Europy

Słynny Złoty Dach w kamienicy Cesarza Maksymiliana I w Innsbrucku, a jednocześnie charakterystyczna tyrolska wędzonka i dziesiątki gwar, z niemieckim mających niewiele wspólnego. I znakomicie utrzymane olimpijskie trasy zjazdowe w okolicach Igls, czy atmosfera lubianego przez Polaków kurortu Mayrhofen w Zillertal.

Różne światy austriackiego Tyrolu. Światy, w których ważną rolę odgrywają lodowce. Austria ma osiem całorocznych regionów narciarskich. Pięć z nich leży w granicach Tyrolu.

Mieszały się tu wpływy Włoch, Francji i Niemiec, pozostawiając ślady w sztuce kulinarnej, sposobie życia mieszkańców, w muzyce, malarstwie i architekturze. Zawsze jednak rytm życia wyznaczały góry. Jedna trzecia leżących w granicach Austrii Alp należy przecież do Tyrolu.

Około 1000 kolejek linowych i wyciągów, 180 szkółek narciarskich, 4500 km tras dla narciarstwa biegowego, 1000 km zimowych szlaków pieszych (odśnieżanych!), 130 przedszkoli narciarskich, ponad 150 miejscowości z torami do curligu, ponad 150 lodowisk...

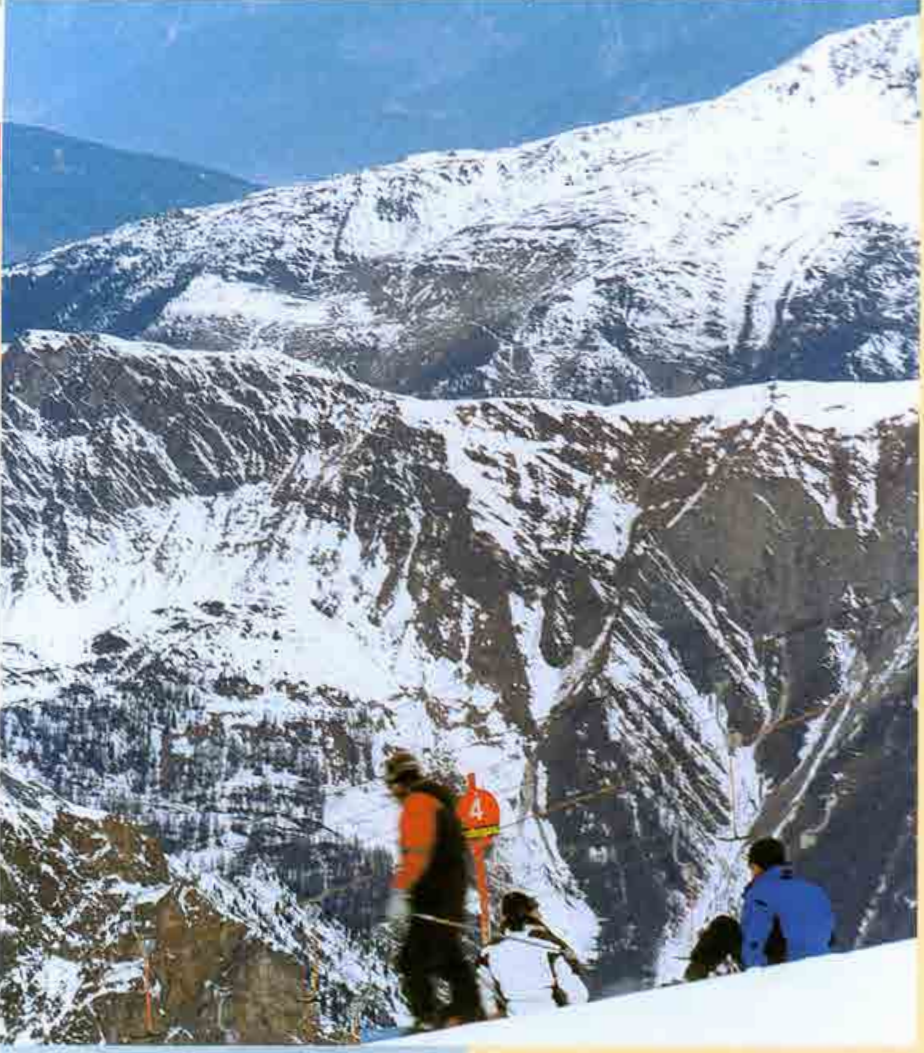
Polacy coraz chętniej odkrywają tutaj (poza tradycyjnie już „polską" Doliną Rzeki Ziller) także Dolinę Pitztal. To u jej wlotu znaleziono osadę ludzką sprzed prawie 4 tysięcy lat. Wydrążone w skałach domy przyciągają także turystów do pobliskiego Imst. Największą atrakcją tych okolic jest jednak leżący w bliskim sąsiedztwie najwyższej góry Tyrolu (Wildspitze – 3 771 m n. p. m.) lodowiec Pitztaler – teren treningowy licznych narodowych reprezentacji narciarskich Austrii – na który dowozi miłośników sportów zimowych najszybsza, podziemna, górska kolejka świata.

Najszybsza na świecie kolejka kursująca wewnątrz góry, tzw. Pitz-express, pokonuje różnicę wysokości 1120 metrów w niespełna osiem minut. Można w niej poczuć się jak w metrze. Ale tutaj wagoniki pędzą w górę niemal po pionowym torze. Okazuje się, że po niedawnym wypadku starszej kolejki w Kaprun (Salzburgerland) nie odnotowano tutaj spadku liczby pasażerów.

Prawie 4-kilometrowy tunel łączy stację Mittelberg (1 740 metrów n. p. m.) z założonym w grudniu 1983 roku ośrodkiem narciarskim na lodowcu Mittelbergfemer (2 800 metrów n. p. m.). Stamtąd można dostać się szybko – wagonikiem zawieszonym na linie („Pitz Panoramabahn") – na Hinterer Brunnenkogel, do najwyżej położonej w Austrii stacji kolejki gondolowej. I zjechać na nartach z wysokości 3 440 metrów n. p. m.

Choć chwilę warto jednak zatrzymać się na górze. Można poczuć się jak na dachu Europy. Widać dobrze Alpy włoskie i najważniejsze wierzchołki całego Tyrolu. Z bliskim, majestatycznym Wildspitze o dwóch wierzchołkach. To właśnie z tego miejsca sfotografowano i sfilmowano panoramę Alp Tyrolskich, która od września do listopada ubiegłego roku rzucała się w oczy na zawieszonym na frontonie Dworca Centralnego w Warszawie gigantycznym bilboardzie (360-stopniowa panorama, 75 metrów długości i 5 metrów szerokości).

Można tutaj zjeżdżać na nartach z najwyżej położonej w Austrii stacji kolejki gondolowej (zjazd o długości 7 km), ale można też skorzystać z wyciągów orczykowych zaczynających się obok górnej stacji kolejki podziemnej – na wysokości 2 840 metrów. Stamtąd prowadzi m. in. długi orczyk na wysokość 3 252 metry. Krótszy nadaje się nawet do nauki dla debiutantów. W sumie jest na



tym lodowcu 79 km dobrze przygotowanych tras zjazdowych: 14 km to trasy trudne, 22 km – średnie, 43 km – łatwe.

Oczywiście w tej stacji narciarskiej działa restauracja, wypożyczalnia sprzętu narciarskiego i do snowboardingu. Maluchy mają swój śniegowy plac zabaw, a wszystkim – zwłaszcza rodzinom z dziećmi – ułatwia poruszanie się ruchomy chodnik...

Patrząc z podestu na wysokości 3 440 metrów na ostrą północną ścianę Wildspitze (3 771 m n. p. m.) nie chce się wierzyć, że towarzyszący naszej ekipie TV Kraków Georg Hechenblaikner (z Tirol Werbung – narodowego biura promocji Tyrolu) zjechał stamtąd dwa dni temu (nie po raz pierwszy) aż na sam dół, do miejscowości St Leonhard (1 370 metrów n. p. m.). Podchodzenie pod górę, na którą nie prowadzi żaden wyciąg, trwało kilka godzin. Ale Georg śmieje się, że to dlatego, że towarzyszył mu niedoświadczony austriacki dziennikarz. Przyjemność towarzysząca zjazdowi z najwyższej góry Tyrolu trwała kilkadziesiąt minut. Przy dobrej pogodzie okoliczne szczyty, granie, stoki przypominają sztuczną makietę, ale wystarczy małe załamanie pogody, by Alpy budziły respekt.

„Tyrol – mówi – to największy region turystyczny Austrii. Rocznie przyjeżdża do nas 8 mln gości. Sprzyja nam stabilne, istniejące już od 100 lat, prawo turystyczne. Dysponujemy chyba największą w Europie liczbą stron internetowych. Mamy ich ponad milion. Miesięcznie odnotowujemy tą drogą od 6 do 10 tysięcy zapytań".

Wciąż największą liczbę turystów stanowią u nas Niemcy, Holendrzy i Austriacy. Polacy zajmują jednak już poważne szóste, siódme miejsce.

Punktem wypadowym na lodowiec Pitztal jest – licząca 40 km długości – dolina o tej samej nazwie. Leży ona w Alpach Oetztalskich, pomiędzy doliną Oetztal oraz doliną Kaunertal. Do głównej miejscowości Doliny Pitztal – St. Leonhard – otoczonej licznymi trzytysięcznikami – można dojechać z odległego o ok. 90 km Innsbrucka autostradą A 12, wyjazd Imst-Pitztal. W samą dolinę wjeżdża się skręcając z drogi B 171 koło Imst.

Warto jednak, choć na chwilę, zatrzymać się w stolicy regionu, w liczącym 10 tysięcy mieszkańców Imst. Można bowiem tutaj podziwiać wspaniałe przykłady tyrolskiej architektury drewnianej (choć pożar w 1822 roku zniszczył wiele domów, to jednak niektóre z nich do dziś przetrwały w niezmienionej postaci) oraz wydrążone w skałach domy. Jak w całym Tyrolu, tak i tutaj narodziny dziecka ogłaszane są na malowanym na ścianie domu bocianem z zawiniątkiem w dziobie. Jeśli w domu wychowują się już dzieci, ich liczba odpowiada liczbie towarzyszących tamtemu bocianowi innych bocianów. ■

Lek. med. Arkadiusz Żurowski

Jak radzić sobie ze stresem

Prawie każdy z nas zauważa, że w ostatnich latach świat przyspieszył. Wciąż skarżymy się na brak czasu, na niedostrzegalne wręcz umykanie dni i miesięcy. I znów minął kolejny rok... Zawrotne tempo naszych czasów sprawia, że coraz mniej mamy chwil na odpoczynek lub zastanowienie. Z brakiem czasu na pełny wypoczynek, z intensywną, wciąż bardziej pochłaniającą nas pracą, pojawia się wróg numer jeden współczesnego człowieka – STRES. To, że jesteśmy wciąż zmęczeni, często rozdrażnieni, że łatwo wpadamy w złość, mamy kłopoty z koncentracją czy ze snem, często jest prowokowane przez brak w naszym organizmie MAGNEZU.

W organizmie dorosłej osoby zawartość magnezu wynosi około 25 gramów. Pierwiastek ten w większości znajduje się w kościach, mięśniach szkieletowych oraz innych tkankach. Jedynie 1% magnezu znajduje się w osoczu krwi, z czego około 30% w postaci związanej z białkami krwi, a 70% w postaci zjonizowanej. Prawidłowe stężenie magnezu w osoczu krwi wynosi 0,75- 1,25 mmol/l. Dobowe spożycie magnezu wynosi przeciętnie około 30 mmol, z czego do organizmu wchłania z przewodu pokarmowego 20-25%.

Magnez bierze udział w tworzeniu i budowaniu tkanki kostnej. Jest on także bardzo ważnym składnikiem wielu enzymów odpowiedzialnych za powstawanie białek i kwasów nukleinowych. O niedoborze magnezu mówimy wtedy, gdy jego stężenie w osoczu krwi spada poniżej 0,7mmol/l. Niedobory magnezu mogą być spowodowane: niedostatkiem w pożywieniu, zbyt małym wchłanianiem z przewodu pokarmowego, nadmierną utratą, przewlekłym stresem.

Początkowo przy zbyt niskim poziomie magnezu w organizmie człowieka, dochodzi do:

- zaburzeń pobudliwości nerwowo-mięśniowej (występują drżenia mięśni, drżenia kończyn, języka, osłabienia mięśni szkieletowych i parestezji);
- rozwoju schorzeń układu krążenia: nasilenia miażdżycy naczyń krwionośnych z powodu zwiększonej syntezy cholesterolu i zwiększenia agregacji płytek krwi, co może prowadzić do rozwoju nadciśnienia tętniczego i choroby niedokrwiennej serca
- oraz do zwiększenia skurczu naczyń wieńcowych wywołujących zawał mięśnia sercowego.

W późniejszym okresie dochodzi do:

- rozwoju schorzeń krwi – pojawia się anemia na skutek skrócenia czasu przeżywalności krwinek czerwonych,
- rozwoju kamicy nerkowej, gdyż magnez ma działanie zmniejszające wytrącanie się złogów,
- zaburzeń ze strony układu pokarmowego pod postacią nudności i jadłowstrętu,
- pojawienia się zaburzeń neurologicznych: apatii, depresji, zawrotów głowy, a w konsekwencji – przewlekłego zmęczenia.

W badaniach laboratoryjnych, oprócz zmniejszonego stężenia magnezu, możemy odnotować zmniejszenie stężenia potasu i wapnia, co zwykle nasila niepożądane objawy, zwłaszcza z układu krążenia.

Człowiek, u którego występuje niedobór magnezu, jest nie tylko zagrożony rozwojem wymienionych wcześniej chorób, ale też jest bardziej podatny na stres. Przy niedoborze magnezu występuje uczucie przewlekłego zmęczenia, apatia i objawy depresyjne, osłabienie mięśni i kończyn, większa drażliwość, wy-

buchowość i chwiejność emocjonalna. Organizm człowieka nie radzi sobie z tym w sytuacji permanentnego stresu. Co więcej: stres wywołuje i nasila niedobór magnezu. Dochodzi więc do „błędnego koła": niedobór magnezu zmniejsza odporność na stres, który z kolei nasila niedobory magnezu. Stres powoduje zmniejszenie wydzielania hormonów oszczędzających magnez i podwyższenie stężenia hormonów powodujących nadmierne wydzielanie magnezu przez nerki. Niedobory magnezu i stres powodują z kolei spadek reaktywności immunologicznej i wywołują zmniejszoną odporność na zakażenia.

W jaki sposób zapobiegać stanom niedoboru magnezu prowadzącym do rozwoju stresu? Należy:

- spożywać dużo produktów bogatych w magnez, takich jak: ryby, mleko, orzechy, zielone jarzyny,
- unikać alkoholu powodującego nadmierną utratę magnezu,
- stosować doustne preparaty magnezu, zwłaszcza z witaminą B6, która zwiększa o około 30% wchłanianie magnezu do krwiobiegu z jelita cienkiego i zmniejsza jego utratę przez nerki.

Trzeba pamiętać: większe niż przeciętne dawki magnezu należy stosować u osób cierpiących z powodu uporczywych biegunek, biorących przewlekle leki przeczyszczające, leczonych z powodu nadciśnienia lekami odwadniającymi. U osób leczonych z powodu nadciśnienia tętniczego, choroby niedokrwiennej, cukrzycy, chorób nerek i marskości wątroby, należy stosować preparaty magnezu doustnie.

Pamiętajmy: jeśli żyjemy w ciągłym napięciu i pośpiechu, spędzamy wiele godzin w pracy, nie mamy czasu na odpoczynek i regenerację sił, a zaczynają się pojawiać uczucie rozdrażnienia i zmęczenia, zaburzenia koncentracji i snu, apatia i objawy depresji, dołączają się drżenia mięśni i kończyn – to mamy do czynienia prawdopodobnie z objawami zaznaczającej się hipomagnezemii. Chcąc poradzić sobie ze stresem i jego następstwami, uzupełnijmy braki magnezu – jednego z ważniejszych pierwiastków, bez którego trudno mówić o prawidłowym funkcjonowaniu organizmu człowieka. ■

fot. Jan Zych

Gabinet Psychoterapeutyczny

mgr Jolanta Andruchowicz
psycholog, licencjonowany psychoterapeuta

leczenie nerwic, depresji,
interwencja kryzysowa
– dorośli, dzieci –

rejestracja wyłącznie telefonicznie
pon. – piątek:
7.00 – 8.30 i 19.00 – 21.00
tel. (033) 810 74 29

Jerzy Bąk, rys. Janusz Stefaniak

Programowanie umysłu

Wyobraźmy sobie przez chwilę, że nasz mózg i umysł stanowią coś w rodzaju systemu biokomputerowego. Mózg niech będzie twardym dyskiem, czyli właściwym komputerem, a umysł programem, który się do tego komputera wkłada. Każdy komputer wykonuje tylko te polecenia, które ma w programie.

W języku angielskim popularny jest skrót: „G. I. G. O" od słów: „Garbage In – Garbage Out", co w wolnym tłumaczeniu oznacza: „Wkładając śmiecie – wyjmiesz śmiecie". Jeżeli do komputera włożymy śmiecie, czyli niewłaściwy program, to spowoduje on niewłaściwe jego funkcjonowanie.

W naszym biokomputerze znajdują się programy zawierające indywidualny system przekonań, nasze nastawienie do życia, pojęcia, samoocenę i nasze poglądy na świat. Pochodzą one z pozytywnych lub negatywnych interpretacji naszych przeżyć. Psychologowie twierdzą, że większość najgłębszych i najważniejszych programów pochodzi z okresu między poczęciem i wiekiem czterech do pięciu lat. W okresie wczesnego dzieciństwa mózg dziecka nie jest jeszcze w pełni dojrzały i operuje w niższych zakresach częstotliwości, mając – w porównaniu z dorosłymi – zwiększoną liczbę niezwykle korzystnych częstotliwości alfa. Jest to, być może, jedna z przyczyn powodujących, że dzieci uczą się wszystkiego szybko i bez wysiłku oraz, że mają tak wspaniałą wyobraźnię.

W wieku dziecięcym nasze myślenie, logiczne i analityczne, nie jest jeszcze rozwinięte. Dlatego też małe dzieci interpretują wszystko dosłownie.

Weźmy sytuację, w której półtoraroczny Adaś, po przypadkowym rozlaniu szklanki mleka, ucieszony widokiem ogromnej, białej kałuży, zaczyna wodzić rączką po rozlanej powierzchni – rysując paluszkami w mleku różne esy-floresy. W tym wieku taki przypadek może być dla niego czymś w rodzaju przeżycia artystycznego, tworzeniem czegoś nowego.

Do pokoju wchodzi jednak mama, która ma przed oczami podłogę zalaną mlekiem i usmarowane dziecko, babrzące rączką w tej kałuży. Rozgniewana podnosi Adasia i daje mu mocnego klapsa mówiąc:

„Niedobry, głupi chłopiec!". W wieku półtora roku, Adaś nie ma jeszcze zdolności analizowania tej emocjonalnej wypowiedzi matki, wzmocnionej jeszcze bólem w pedagogicznej części ciała. Nie potrafi więc pomyśleć:

„Tak naprawdę mama nie uważa, że jestem zupełnie głupi i zły, po prostu nie pochwala tego, że rozlałem mleko po podłodze i ubrudziłem przy tym ubranko, buzię i rączki... ". Interpretacja takiego faktu przez małego Adasia jest prawdopodobnie taka: „Mama uważa, że jestem głupi i niedobry..." lub „Tworzenie nowych, ciekawych obrazów jest głupie i niedobre...".

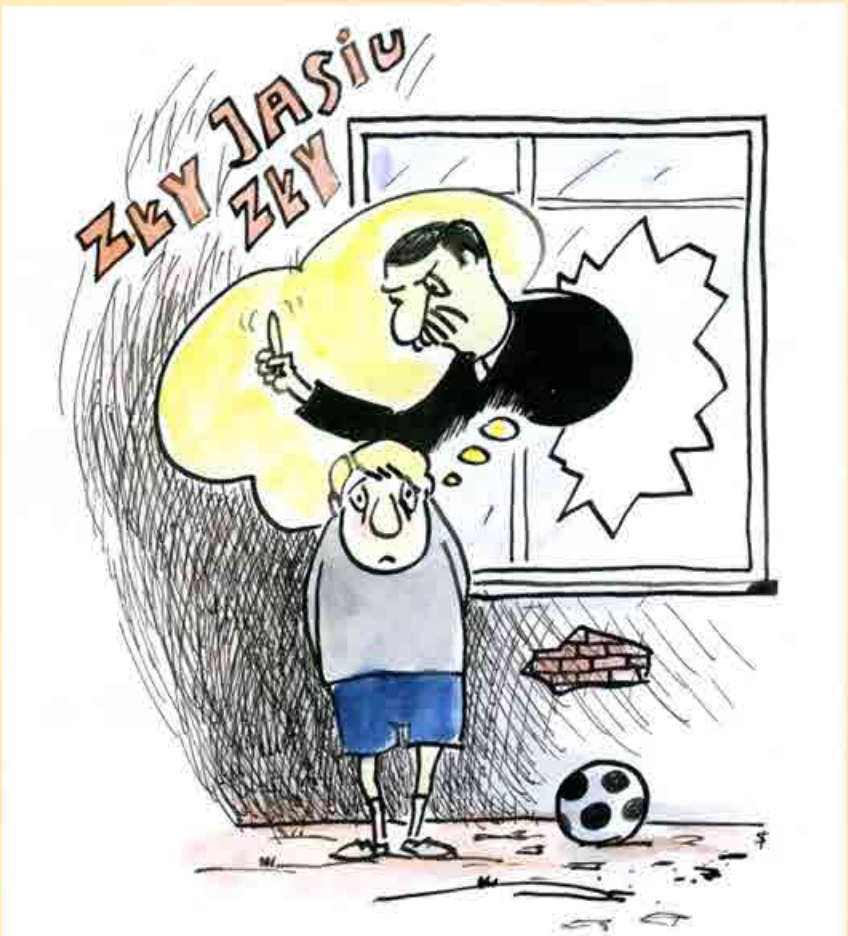
Nie oznacza to oczywiście, że każ-

de skarcenie dziecka za różne psoty, doprowadza natychmiast do powstania głęboko zakorzenionych negatywnych programów, które później rządzą naszymi emocjami i naszym dalszym życiem. Nikt nie jest jednak w stanie przewidzieć, czy podany tutaj przykład z życia Adasia, nie spowodował zahamowania rozwoju jego zdolności artystycznych, wywołania niechęci do rysunków czy do tworzenia w ogóle...

Programowanie dzieci przez rodziców odbywa się codziennie, często jest ono bardzo negatywne, a mimo to z dzieci takich wyrastają bardzo dobrzy i wartościowi ludzie. Oznacza to, że dzieci albo były w stanie przeprogramować się same, lub też zostały przeprogramowane przez nauczycieli, kolegów, otoczenie itp. Znaczy to również, że nawet głębokie negatywne programy można ewentualnie wymienić na inne, bardziej pozytywne.

Programy negatywne nie mają już na ogół żadnej wartości, gdy osiągamy wiek dojrzały, chyba że jako dorośli... ciągle jeszcze w nie wierzymy!

Programowanie, które jest zakorzenione w głębszych poziomach naszej podświadomości i związane z wolniejszymi częstotliwościami mózgu, wymaga przeprogramowania na tych samych poziomach, na których zostało zaprogramowane w dzieciństwie. Tylko wtedy możemy spodziewać się rzeczywistych zmian w naszym systemie przekonań. Dlatego dzieci tak łatwo jest przeprogramować, bo funkcjonują one z natury na zwolnionych częstotliwościach (alfa). U dorosłych jednak, aby efektywnie zmienić stare, negatywne, destrukcyjne programy, należy zastosować dynamiczne i mocne przeprogramowanie używając specyficznych technik umysłowych, włączając w to zarówno częstotliwości alfa, jak i beta.



Pierwszym krokiem przeprogramowania jest tzw. oczyszczenie myśli z negatywnych limitujących stwierdzeń, których cechami są: pasywność w życiu, myślenie o sobie jako o ofierze okoliczności, brak odpowiedzialności za swoje życie, wrażenie, że nie jesteśmy w stanie kontrolować naszych reakcji, mówienie i myślenie „nie mogę..., nie będę w stanie..." itp.

Te ograniczające i destrukcyjne stwierdzenia stwarzają w nas poczucie braku możliwości wyjścia z sytuacji, strach, zmartwienia, przekładanie decyzji na później, czy uczucie przegranej – dlatego też musimy je zamienić na stwierdzenia pozytywne: aktywność w życiu, myślenie o sobie jako o twórcy okoliczności, wzięcie pełnej odpowiedzialności za swoje życie, rozwinięcie umiejętności dostosowania się do każdej sytuacji, mówienie i myślenie „mogę..., będę w stanie..." itp.

Dalszy rozwój konstruktywnych pozytywnych stwierdzeń spowoduje przypływ energii, pewności siebie i poprowadzi nas do sukcesu. Wtedy pozytywne myślenie stanie się pozytywnym byciem, bo we wszystkich przedsięwzięciach, sukces zawsze rozpoczyna się w naszym umyśle. ■

BAGAŻNIKI
43-300 Bielsko-Biała
ul. Żywiecka 116
tel. zakl: (0-33) 810 01 68

Coś z życia

Otwarliśmy nasze łamy dla amatorów fotografii. To nie muszą być od razu ambitne fotoreportaże z wyprawy na Biegun Południowy, w Himalaje czy do źródeł Amazonki. Poruszajmy się po obszarach, które mamy w zasięgu ręki. Tematyka jest dowolna i to autor decyduje o tym, które ze zrobionych przez siebie zdjęć uzna za najciekawsze, i jakie utrwalone na fotografiach momenty, chciałby zachować w swej pamięci najdłużej. Wystarczy te zdjęcia zapakować do koperty i wysłać na adres naszej redakcji. Resztę zostawcie już nam.

Z fotografii nadesłanych przez p. **Władysława Miszkiewicza** z Fiata Auto Poland, wybraliśmy cztery rodzajowe. Dwie pierwsze przedstawiają sprzedawczynię masek w Kijowie oraz obrzędy ślubne w miejscowości Nachod w Czechach. Poniżej zdjęcia grupy uczestników wycieczki po Małej Fatrze oraz gęsi witających w Rycerce uczestników Rajdu Pracowników FAP.

Czekamy na kolejnych autorów.

Nigdy nie wiem, jak odnieść się do siebie i swojej „twórczości". Krytycznie? Pozytywnie? Uważam jednak, że wiele z tych wierszy sama najchętniej bym spaliła, choć z drugiej strony żal, więc leżą sobie w szufladzie. Pisałam je (przynajmniej znaczną większość) kilka lat temu, dlatego też gdy czytam niektóre z nich, uśmiecham się, są takie „niedoskonałe". Ostatnio moją pasją stała się fantastyka. Muza poetycka rzadziej przysiada na moim ramieniu. Cóż, po prostu chyba nie ma ochoty konkurować ze światem pełnym elfów, magii i potworów.

Katarzyna Urbańczyk
Uczennica IV kl. LO im L. Kruczkowskiego w Tychach.

Płomień

Kiedy kolejny raz nadchodzi
szary kres naszej miłości.
Zauważam nasz wspólny świat,
który płonie i rozpada się na tysiące
drobnych kawałków.
Słowa wypowiedziane ulatniają się
z dymem, chowając w swych
kieszeniach zapłakany sens.
I największy płomień znów
ogarnia moją duszę.
Ona też chciałaby odlecieć, lecz nie może.
Związałeś ją swoimi kłamstwami.
Nawet miliony moich słonych łez,
nie potrafią jej ugasić.

Natura

Jedno ciało stanowię z zielenią.
Jedną duszę w nocy otula chłodny cień.
I miłość z ptakami taką samą.
Spokojny błękit nieba, jak brat rozchyla
nade mną rozwichrzony dzień.
Tu mogę przeżyć całe swoje życie.
Tu każdy mój sen i marzenie, to kolorowa
rzeczywistość.
I tylko w wieczory spotykam się
z wierszem.
Na wielkiej polanie śpiewam z wiatrem
piosenkę i zapalam srebrny
księżyc bym mogła czytać zapisy
błyszczących gwiazd.

Znalazłam

Na strychu myśli znalazłam dziś klucz
do zamkniętej od dawna
szuflady mojej duszy.
Otworzyłam! Zobaczyłam pęk,
zakurzonych wspomnień.
I zmyłam kurz niewinną łzą wzruszenia.
A teraz znowu ją zamknę.

Zaproszenie

Nie domknęłam dzisiaj,
drzwi do mojego życia.
Zostały uchylone. Teraz czekam.
Z niepokojem spoglądam,
czy przez nie wejdziesz.

Przyjaźń

Jak wiele znaczy dla mnie przyjaźń?
Okryła się dla mnie płaszczem tajemnicy
I nie chce pokazać swoich oczu, bym nie
mogła zobaczyć fałszu.
Nie potrafię zauważyć
kiedy perfidnie kłamie.
Próbuje nauczyć się szczerości i zrozumienia! Ale nie dla mnie.
Gra moim losem i moimi uczuciami.
Nie chce docenić mojej osobowości.
I choć nieraz próbuję wpisać w przyjaźń
do księgi zapomnienia
Ja wiem, że nie mogę żyć,
choćby bez jej niklego cienia.

Dzień

Przez moje okno dochodzi promyk słońca.
W moim pokoju drży zachrypły głos dnia.
Otwierają się drzwi i widzę jego twarz
przemęczoną lecz szczęśliwą.
Na plecach w worku chowa
nasze problemy.
Zawsze gdy na niego spoglądam
wygląda inaczej.
Jego bratem jest słońce,
a naturą zmienność.
Siwe włosy na jego głowie
to nasza ukryta pod czapką codzienność.
Co robi dzień gdy przychodzi noc?
Choć go pytam, on nigdy mi nie odpowie.

Maluch w galerii

We wrześniu ubiegłego roku Fiat Auto Poland i Gazeta Wyborcza ogłosiły konkurs na najlepsze zdjęcie archiwalne Fiata 126p. Jury złożone z przedstawicieli Fiat Auto Poland, Fiat Polska i Gazety oceniło ponad 655 zdjęć, wybranych przez dealerów Fiata, do których uczestnicy konkursu dostarczyli fotografie. W grudniu ub. r. ogłoszono listę 203 autorów najlepszych zdjęć. Trzy najciekawsze nagrodzono maluchami z ostatniej limitowanej serii „Happy End", pozostali otrzymali aparaty fotograficzne Kodak. Przedstawiamy trzy najlepsze prace.

1. „Gdy drożeje paliwo",
   autor: Marek Kacprzak z Drobina;
2. „xxx",
   autor: Piotr Mejer ze Stanowa;
3. „xxx",
   autor: Joanna Kozek z Krzeszowic.

Ceny

126

	CHARAKTERYSTYKA					CENA
	kod	pojemność cylindrów cm³/ moc KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	nadwozie	cena (pln)
650 elx TOWN (STD)	126.026.6	650/24	105	6,0	2-drzwiowy	12.150,00
650 elx TOWN (SX)	126.626.6	650/24	105	6,0	2-drzwiowy	13.680,00

029 - Szyba tylna ogrzewana zł 44,10 • 174 - Szyby tylne boczne uchylne zamiast stałych zł 52,20 • 191 - Pasy bezpieczeństwa siedzeń przednich bezwładnościowe zamontowane zamiast pasów statycznych (kpl=2 szt.) zł 236,70 • 187/748 - Fartuchy przeciwbłotne kół przednich i tylnych (kpl.) zł 29,70 • 653 - Zagłówki siedzeń przednich + fotele przed. rozkładane zł 259,20

wersje dla niepełnosprawnych

650 elx TOWN (STD)	126.027.6	650/24	105	6,0	2-drzwiowy	13.095,00
650 elx TOWN (SX)	126.627.6	650/24	105	6,0	2-drzwiowy	14.490,00

029 - Szyba tylna ogrzewana zł 40,50 • 174 - Szyby tylne boczne uchylne zamiast stałych zł 47,70 • 191 - Pasy bezpieczeństwa siedzeń przednich bezwładnościowe zamontowane zamiast pasów statycznych (kpl=2 szt.) zł 208,80 • 187/748 - Fartuchy przeciwbłotne kół przednich i tylnych (kpl.) zł 27,00 • 653 - Zagłówki siedzeń przednich + fotele przed. rozkładane zł 224,10

SEICENTO

1108 S	187.050.0	1108/54	145	5,8	3- drzwiowy	24.795,00
899 YOUNG	187.180.0	899/39	138	6,1	3- drzwiowy	21.510,00
899 trofeo		899/39	138	6,1	3-drzwiowy	22.680,00*
899 FUN/OLYMPIA	187.180.0	899/39	138	6,1	3- drzwiowy	22.725,00**
1108 SPORTING	187.450.0	1108/54	150	6,2	3- drzwiowy	30.015,00
1108 HOBBY	187.750.0	1108/54	145	5,8	3- drzwiowy	26.640,00

** cena podana łącznie z pakietem Trofeo - opcja 556. ** cena podana łącznie z pakietem Fun - opcja 879*

• 003 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją lewej nogi dla wers. 180 zł 3.330,00* • 003/636 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją prawej nogi dla wers. 180 zł 4.059,00* • 003/634/635 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją obu nóg dla wersji 180 zł 7.038,00* • 09 - ABS zł 2.727,00 • 025 - Klimatyzacja zł 3.321,00 • 028 - Elektryczny podnośnik szyb zł 369,00 • 030 - Szyby atermiczne zł 207,00 • 082 Przyst. pod radio zł 238,50 • 097 - Lampy przeciwmgielne zł 360,00 • 174 - Szyby boczne odchylane zł 148,50 • 195 - Siedzenie tylne dzielone zł 270,00 • 197 - Fartuchy przeciwbłotne kół tylnych zł 90,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 630,00 • 211 - Tapicerka ze skóry zł 2.610,00 • 213 - Autoalarm zł 1.170,00 • 228 - Elektryczna blokada drzwi zł 405,00 • 313 - Autoradio zł 1.080,00 • 380 - Dach otwierany ręcznie zł 801,00 • 399 - Dach otwierany elektrycznie - długi zł 1.755,00 • 431 - Koła ze stopu + opony poszerzone zł 1.215,00 • 457 - Zderzaki w kolorze nadwozia zł 459,00 • 500 - Poduszka powietrzna kierowcy zł 1.170,00 • 502 - Poduszka powietrzna pasażera zł 1.170,00 • 751 - Pakiet Linia ABARTH zł 2.241,00 • 833 - Przystosowanie do telefonu zł 247,50

** ceny dotyczą wers. 187.110.0*

UNO

1,0 ie S FIRE	158.905.2	1000/46	140	6,3	5-drzwiowy	23.760,00
899	158.930.2	899/39	135	6,3	3-drzwiowy	20.520,00
899	158.950.2	899/39	135	6,3	5-drzwiowy	21.960,00

• 003 - Urządz. dla osób z dysfunkcją lewej nogi zł 3.330,00 • 101 - Wycieraczka szyby tylnej zł 166,50* • 210 - Lakier metal. zł 594,00 • 428 - Elektr. podn. szyb bocznych + elektr. blokada drzwi zł 922,50 • 003/636 - Urządz. dla osób z dysfunkcją prawej nogi zł 4.059,00 • 003/634/635 - Urządz. dla osób z dysfun. obu nóg zł 7.038,00 • 808 - Wyposażenie inwalidzkie zł 3.591,00

**dotyczy Uno 158.930.2 i 158.950.2*

PRODUKOWANYCH PRZEZ FIAT AUTO POLAND S.A. obowiązujący od 01 stycznia 2001 r.
Ceny z upustami dla pracowników spółek Grupy Fiat w Polsce. Ważne w chwili oddania dwumiesięcznika do druku
Poniższe ceny dotyczą modeli w wykonaniu standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży.
Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty wg cennika opcji.

	CHARAKTERYSTYKA					CENA
	kod	pojemność cylindrów cm³ / moc KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	nadwozie	cena (pln)
PUNTO						
1,2	188.030.0	1242/60	155	5,7	3-drzwiowy	29.970,00
1,2	188.050.0	1242/60	155	5,7	5-drzwiowy	31.140,00
1,9 D	188.031.0	1910/60	155	5,7	3-drzwiowy	34.650,00
1,9 D	188.051.0	1910/60	155	5,7	5-drzwiowy	35.820,00
1,2 SX	188.130.0	1242/60	155	5,7	3-drzwiowy	32.760,00
1,2 SX	188.150.0	1242/60	155	5,7	5-drzwiowy	33.930,00
1,2 ELX	188.230.0	1242/60	155	5,7	3-drzwiowy	33.750,00
1,9 JTD	188.237.0	1910/80	170	4,9	3-drzwiowy	42.660,00
1,9 JTD	188.257.0	1910/80	170	4,9	5-drzwiowy	43.830,00
1,2 ELX	188.250.0	1242/60	155	5,7	5-drzwiowy	34.920,00
1,2 16V ELX	188.233.0	1242/80	172	6,0	3-drzwiowy	37.710,00
1,2 16V ELX SPEEDGEAR	188.235.0	1242/80	165	6,5	5-drzwiowy	43.830,00
1,2 16V ELX	188.253.0	1242/80	172	6,0	5-drzwiowy	38.880,00
1,2 16V ELX SPEEDGEAR	188.255.0	1242/80	165	6,5	5-drzwiowy	45.000,00
1,2 16V HLX	188.333.0	1242/80	172	6,0	3-drzwiowy	41.040,00
1,2 16V HLX	188.353.0	1242/80	172	6,0	5-drzwiowy	42.210,00
SPORTING	188.639.0	1242/80	165	6,7	3-drzwiowy	42.660,00
HGT	188.738.0	1747/130	205	8,3	3-drzwiowy	52.650,00

• 003 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją lewej nogi dla wers. 180 zł 3.330,00 • 003/636 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją prawej nogi dla wers. 180 zł 4.059,00 • 003/634/635 - Urządzenie dla osób z dysfunkcją obu nóg dla wersji 180 zł 7.038,00 • 008 - Sterowanie zdalne otwieraniem/zamykaniem zł 369,00 • 009 - ABS zł 1.890,00 • 025 - Klimatyzacja zł 3.060,00 • 063 - Regulowany układ kierowniczy + reg. siedzenia kierow. mechanicznie zł 414,00 • 097 - Dodatkowe reflektory przeciwmgielne zł 459,00 • 112 - Wspomaganie elektryczne kierownicy zł 1.440,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 1.035,00 • 213 - Autoalarm zł 1.350,00 • 313 - Autoradio Blaupunkt HiFi zł 1.368,00 • 386 - Wbudowany nawigator zł 5.310,00 • 400 - Dach otwierany elektrycznie zł 1.890,00 • 414 - Autoradio Blaupunkt zł 855,00 • 428 - Elektryczne podnoszenie szyb bocznych drzwi przednich + zamek centralny zł 900,00 • 431 - Felgi aluminiowe + poszerzone opony zł 1.440,00 • 502 - Poduszka powietrzna pasażera zł 990,00 • 505 - Poduszka powietrzna boczna zł 990,00 • 565 - Zmieniarka CD zł 1.080,00 • 724 - Pack Sporting zł 1.800,00 • 833 - Przystosowanie do montażu telefonu zł 315,00 • 923 - Spoiler zł 450,00 • 927 - Listwy ochronne drzwi zł 234,00

MULTIPLA						
SX	186.210.0	1581/103	170	8,6	5-drzwiowy	59.310,00
JTD 110 SX	186.230.0	1910/105	170	6,4	5-drzwiowy	65.070,00

• 125 - Światła p. mgielne + sprysk. reflekt. zł 945,00 • 205 - Autonomiczny ogrzewacz Webesto zł 2.745,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 1.260,00 • 213 - Autoalarm zł 1.305,00 • 313 - Radio + Pakiet Radio zł 1.485,00 • 386 - Nawigacja satelitarna 8.325,00 • 413 - Pakiet Audio (6 głośników + przyst. pod tel. kom.) zł 720,00 • 431 - Felgi aluminiowe + poszerzone opony zł 1.530,00 • 465 - Lodówka zł 369,00 • 505 - Poduszka powietrzna boczna zł 1.080,00 • 508 - Czujnik odległości biegu wstecznego zł 468,00 • 564 - Radio ze zmieniaczem CD - Pakit audio zł 3.600,00 • 576 - Podwójny otwierany dach zł 3.780,00 • 671 - Pakiet wielofunkc. (schowek pod siedzeniem przedn. prawym + kieszenie w oparciach siedz. + siedz. przesuwane) zł 360,00 • 673 - Pakiet bagażnika (półka tylna + wtyczka 12V) zł 270,00

ULYSSE						
2,0 E	121.291.0	1998/135	186	10,3	5-drzwiowy	90.450,00
2,0 JTD EL	121.298.0	1997/136	186	9,2	5-drzwiowy	96.210,00

• 102 - Sprysk. reflektorów zł 1.008,00 • 130 - Zasłona oddziel. przestrzeń bagaż. zł 819,00 • 134 - Przednie siedzenia podgrzew. zł 1.827 • 210 - Lakier matalizowany zł 2.007,00 • 211 - Tapicerka skórzana zł 6.390,00 • 214 - Przystos. do montażu tel. kom. zł 549,00 • 221 - Szyby tylne elektr. podnoszone i uchylne zł 819,00 • 224 - Alarm z blokadą zł 1.458,00 • 416 - Cruise Control zł 918,00 • 451 - Autoradio zł 1.458,00 • 459 - Komputer pokładowy zł 549,00 • 565 - Zmieniarka CD zł 1.827,00 • 576 - Podwójny otwierany dach zł 4.572,00 • 717 - Autoradio „High" z CD zł 1.827,00 • 762 - Siatka przytrzymująca bagaże zł 90,00

SIENA

	CHARAKTERYSTYKA					CENA
	kod	pojemność cylindrów cm³ / moc KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	nadwozie	cena (pln)
75 1,2 EL	**178.674.1**	**1242/73**	**166**	**7,2**	**4-drzwiowy**	**28.440,00***
75 1,2 EL	**178.674.1**	**1242/73**	**166**	**7,2**	**4-drzwiowy**	**29.430,00**
75 1,2 HL	**178.694.1**	**1242/73**	**166**	**7,2**	**4-drzwiowy**	**32.670,00**
100 1,6 HL	**178.656.1**	**1580/101**	**186**	**7,5**	**4-drzwiowy**	**36.720,00**

** cena dla wersji bez poduszki powietrznej kierowcy w standardzie*

PALIO WEEKEND

PALIO WEEKEND 75 1,2 EL	**178.974.1**	**1242/73**	**166**	**7,2**	**5-drzwiowy**	**32.130,00**
PALIO WEEKEND 75 1,2 HL	**178.994.1**	**1243/73**	**166**	**7,2**	**5-drzwiowy**	**35.460,00**
PALIO WEEKEND 1,6 HL	**178.935.1**	**1580/101**	**186**	**7,5**	**5-drzwiowy**	**39.600,00**

• 003 - Urządz. dla osób z dysfunkcją lewej nogi zł 3.321,00 • 003/636 - Urządz. dla osób z dysfunkcją prawej nogi zł 4.059,00 • 003/634/635 - Urządz. dla osób z dysfunkcją obu nóg zł 7.038,00 • 009 - ABS zł 3.141,00 • 011 - Kierownica regulowana zł 288,00 • 014 - Wspomaganie kierownicy zł 1.287,00 • 025 - Klimatyzacja zł 4.095,00 • 082 - Przystos. pod radio zł 567,00 • 097 - Światła p.mgielne zł 585,00 • 102 - Spryskiwacz reflektorów zł 288,00 • 108 - Koła ze stopu zł 801,00 • 117 - Bagażnik dachowy (relingi dachowe) zł 342,00 • 195 - Siedzenie tylne dzielone zł 540,00 • 210 - Lakier metalizowany dla Siena zł 819,00 • 210 - Lakier metalizowany dla Palio zł 1.108,00 • 218 - Elektr. lusterka boczne zł 585,00 • 334 - Elem. deski rozdziel. z imitacji drzewa zł 495,00 • 428 - Elektr. podnoszenie szyb przednich drzwi + centr. zamek zł 954,00 • 500 - Poduszka pow. kierowcy + napinacze pasów bezp. zł 1.287,00 • 502 - Poduszka pow. pasażera zł 1.287,00 • 507 - Wbudowane radio (6 głośników) zł 1.377,00 • 626 - Siedzenie kierowcy regul. mech. zł 108,00

BRAVO

80 16V SX	**182.613.1**	**1242/80**	**170**	**6,8**	**3-drzwiowy**	**40.500,00**
100 16V GT	**182.626.1**	**1581/103**	**184**	**7,5**	**3-drzwiowy**	**43.650,00**
115 16V GT	**182.628.1**	**1747/113**	**193**	**8,3**	**3-drzwiowy**	**49.410,00**
JTD 100 SX	**182.619.1**	**1910/100**	**184**	**5,4**	**3-drzwiowy**	**47.430,00**

BRAVA

80 16V SX	**182.713.1**	**1242/80**	**170**	**6,9**	**5-drzwiowy**	**40.140,00**
100 16V SX	**182.716.1**	**1581/103**	**180**	**7,6**	**5-drzwiowy**	**43.020,00**
100 16V HSX	**182.756.1**	**1581/103**	**180**	**7,6**	**5-drzwiowy**	**46.440,00**
115 16V ELX	**182.768.1**	**1747/113**	**190**	**8,3**	**5-drzwiowy**	**49.050,00**
JTD 100 SX	**182.719.1**	**1910/100**	**182**	**5,5**	**5-drzwiowy**	**47.430,00**

• 008 - Sterowanie zdalne otwier./zam. drzwi zł 396,00 • 025 - Klimatyzacja zł 4.194,00 • 097 - Światła przeciwmgielne zł 612,00 • 108 - Felgi aluminiowe zł 918,00 • 195 - Siedzenie tylne dzielone zł 675,00 • 205 - Autonomiczny ogrzewacz Webesto zł 918,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 1.260,00 • 211 - Tapicerka ze skóry zł 6.390,00 • 213 - Autoalarm zł 1.440,00 • 320 - Kierownica pokryta skórą zł 504,00 • 367 Lustrka elektr. sterow. i podgrzew., światła p. mgielne, sprysk. reflekt. i siedzenia przed. pogrzew. zł 1.926,00 • 400 - Dach otwierany elektrycznie zł 2.313,00 • 414 - Autoradio „Hight" zł 945,00 • 431 - Felgi aluminiowe + poszerzone opony zł 1.503,00 • 505 - Air Bag boczny zł 1.035,00 • 696 - Podwójne lusterka elektr. regulowane + światła przeciwmgielne zł 972,00 • 705 - Wycieraczka refl. + siedz. przed. ogrzew. zł 963,00 • 833 - Przystosowanie do montażu telefonu zł 324,00 • 564 - Radio High z CD zł 1.845,00 • 782 - Akumulator o zwiekszonej mocy zł 90,00 • 543 - Trzeci zagłówek zł 360,00

		CHARAKTERYSTYKA					CENA
		kod	pojemność cylindrów cm³/ moc KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	nadwozie	cena (plo)
MAREA							
	100 16V SX	**185.122.1**	**1596/103**	**187**	**8,1**	**4-drzwiowy**	**52.380,00**
	100 16V SX	**185.300.1**	**1596/103**	**187**	**8,1**	**4-drzwiowy**	**46.350,00***
	100 16V ELX	**185.310.1**	**1596/103**	**187**	**8,1**	**4-drzwiowy**	**52.650,00**
	115 16V ELX	**185.133.1**	**1747/113**	**195**	**8,4**	**4-drzwiowy**	**58.050,00**
	Berlina 150 20V HLX	**185.144.1**	**1998/150**	**208**	**9,8**	**4-drzwiowy**	**63.180,00**
	Berlina JTD 110 SX	**185.328.1**	**1910/110**	**188**	**5,4**	**4-drzwiowy**	**57.150,00**
	Weekend 100 16V SX	**185.621.1**	**1596/103**	**185**	**8,2**	**5-drzwiowy**	**54.720,00***
	Weekend 100 16V SX	**185.900.1**	**1596/103**	**185**	**8,2**	**5-drzwiowy**	**49.050,00**
	Weekend 100 16V ELX	**185.910.1**	**1596/103**	**185**	**8,2**	**5-drzwiowy**	**55.350,00**
	Weekend 115 16V ELX	**185.633.1**	**1747/113**	**193**	**8,6**	**5-drzwiowy**	**60.750,00**
	Weekend 150 20V HLX	**185.644.1**	**1998/150**	**206**	**9,9**	**5-drzwiowy**	**65.880,00**
	Weekend JTD 110 SX	**185.828.1**	**1910/110**	**186**	**5,5**	**5-drzwiowy**	**59.850,00**
	Weekend JTD 110 ELX	**185.914.1**	**1910/110**	**186**	**5,5**	**5-drzwiowy**	**62.550,00**

** cena dla wersji bez opcji 025 i 505 w standardzie*

• 008 - Sterowanie zdalne otwier./zam. drzwi zł 396,00 • 023 - Szyby elektr. podnoszone tylne zł 648,00 • 025 - Klimatyzacja automatyczna zł 2.007,00* • 025 - Klimatyzacja automatyczna zł 4.185,00** • 038 - Sterowanie otwieraniem szyb z miejsca kierowcy zł 567,00 • 097 - Reflektory przeciwmgielne zł 630,00 • 125 - Światła przeciwmgielne + spryskiwacz reflektorów zł 1.071,00 • 205 - Autonomiczny ogrzewacz Webesto zł 918,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 1.260,00 • 211 - Tapicerka ze skóry zł 6.390,00 • 213 - Autoalarm zł 1.440,00 • 386 - Nawigacja satelitarna zł 8.316,00 • 400 - Dach otwierany elektrycznie zł 2.466,00 • 414 - Autoradio extra serie zł 1.359,00 • 431 - Felgi aluminiowe i poszerzone opony zł 1.503,00 • 452 - Ogrzewane siedzenia przednie zł 549,00 • 656 - Pakiet dla niepalących zł 0,00 • 833 Przystosowanie do montażu telefonu zł 324.00 • 505 - Poduszka powietrzna boczna 1.035,00 • 564 - Radio High z CD zł 2.259,00

** cena specjalna dla samochodu Marea/Marea Week. JTD 105 SX*

*** cena specjalna dla samochodu Marea/Marea Week. 100 SX*

SEICENTO VAN							
	110 SPI VAN	**287.940.0**	**1108/54**	**145**	**5,6**	**3-drzwiowy**	**21.780,00**
	110 MPI VAN	**287.970.1**	**1108/54**	**145**	**5,6**	**3-drzwiowy**	**22.140,00**

• 025 - Klimatyzacja zł 3.321,00 • 028 - Elektryczny podnośnik szyb zł 369,00 • 030 - Szyby atermiczne zł 207,00 • 082 Przyst. pod radio zł 238,50 • 097 - Lampy przeciwmgielne zł 360,00 • 101 - Wycieraczka szyby tylnej zł 171,00 • 112 - Wspomaganie elektr. kierownicy 1.368,00 • 123 - Fiat code (do wers. 940) zł 243,00 • 213 - Autoalarm zł 1.170,00 • 228 - Elektryczna blokada drzwi zł 405,00 • 281 - Napinacze pasów bezwł. zł 117,00 • 313 - Autoradio zł 1.080,00 • 500 - Poduszka powietrzna kierowcy zł 1.170,00 • 502 - Poduszka powietrzna pasażera zł 1.170,00

PUNTO VAN							
	VAN 1,2 Bx	**288.830.0**	**1242/60**	**155**	**5,7**		**30.150,00**
	VAN 1,9 D	**288.831.0**	**1910/60**	**155**	**5,7**		**36.450,00**

• 009 - ABS zł 1.890,00 • 025 - Klimatyzacja zł 3.060,00 • 063 - Regulowany układ kierownicy + reg. siedz. kierow. mechanicznie zł 414,00 • 097 - Dodatkowe reflektory przeciwmgielne zł 459,00 • 104 - Wspomaganie elektr. kierownicy zł 549,00 • 112 - Wspomaganie elektr. kierownicy 1.440,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 1.035,00 • 213 - Autoalarm zł 1.350,00 • 414 - Radio samochodowe zł 855,00 • 428 - Elektryczny podnośnik szyb + centr. zamek zł 900,00 • 502 - Poduszka powietrzna pasażera zł 990,00 • 505 - Poduszka powietrzna boczna zł 990,00 • 526 - Zaślepka okien bocznych zł 369,00 • 927 - Listwy ochronne drzwi zł 234,00

SCUDO							
	FURGONE 1,9 D EL	**222.230.0**	**1905/69**	**138**	**8,0**	**10q furgone**	**58.950,00**

• 008 - Zdalne sterowanie otw./zam. drzwi zł 387,00 • 009 - ABS zł 4.500,00 • 025 - Klimatyzacja zł 4.050,00 • 028 - Elektr. podnośnik szyb przednich zł 639,00 • 029 - Szyba tylna ogrzewana zł 477,00 • 030 - Szyby atermiczne zł 603,00 • 041 - Elektryczny podnośnik szyb + lusterka boczne elektryczne i podnoszone zł 1.125,00 • 102 - Spryskiwacz reflektorów zł 504,00 • 186 - Trzecie miejsce w kabinie zł 414,00 • 199 - Wyjmowana ścianka dzieląca zł 495,00 • 210 - Lakier metalizowany zł 603,00 • 428 - Elektr. podnośnik szyb + centralny zamek zł 1.215,00 • 452 - Przednie siedzenia podgrzewane zł 360,00 • 500 - Poduszka powietrzna kierowcy zł 1.440,00 • 522 - Para bocznych drzwi przesuwanych i oszklonych zł 1.260,00 • 519 - Tylne podw. drzwi oszklone zł 180,00 • 520 - Prawe drzwi boczne przesuwane i oszklone zł 180,00 • 521 - Para bocznych drzwi przesuwanych i oszklonych zł 1.440,00 • 728 - Tapicerka Extra Seria zł 432,00 • 950 - Regulowane pojedyncze siedzenie pasażera zł 189,00 • 963 - Stałe szyby boczne w przedn. części przestrz. ładunkowej zł 189,00

DUCATO

	CHARAKTERYSTYKA					CENA
	kod	pojemność cylindrów cm³ / moc KM	prędkość maksymalna km/h	zużycie paliwa w cyklu mieszanym l/100 km	nadwozie	cena (pln)
10 q 1,9 DS Furgone	230.109.1	1905/68	123	7,7		60.750,00
10 q 1,9 TD Furgone	230.149.1	1905/90	136÷130*	8,5		69.750,00
10 q 1,9 DS Kabina	230.409.1	1905/68	123	8,3		52.830,00
10 q 1,9 TD Kabina	230.449.1	1905/90	136÷130*	8,7		57.780,00
10 q 1,9 TD Panorama	230.539.1	1905/90	136÷130*	8,7		74.340,00
10 q 2,8 TDI Panorama	230.560.1	2800/122	150÷152*	8,7		81.270,00
10 q 2,8 JTD Panorama	230.566.1	2800/127	150÷152*	9,8		81.630,00
10 q 2,8 TD Furgone	230.610.1	2800/122	150÷152*	8,7		69.210,00
14 q 2,0 B2 Ambulans	231.193.1	1998/110	140÷144*	10,7		69.210,00
14 q 2,8 DS Furgone	231.610.1	2800/87	133÷129*	8,7		73.080,00
14 q 2,8 DS Furgone	231.620.1	2800/87	133÷129*	8,7		75.870,00
14 q 2,8 TDS Furgone	231.640.1	2800/122	150÷152*	8,6		79.560,00
14 q 2,8 JTD Furgone	231.646.1	2800/127	148÷152*	8,6		80.280,00
14 q 2,8 TDS Furgone	231.650.1	2800/122	148÷152*	8,6		82.440,00
14 q 2,8 JTD Furgone	231.656.1	2800/127	148÷152*	9,8		83.070,00
14 q 2,8 DS Kombi	231.702.1	2800/87	133÷129*	8,7		74.160,00
14 q 2,8 TD Kombi	231.703.1	2800/122	148÷152*	8,6		81.540,00
14 q 2,8 DS Kombi	231.704.1	2800/87	133÷129*	8,7		76.770,00
14 q 2,8 JTD Kombi	231.903.1	2800/127	148÷152*	9,8		82.620,00
Maxi 2,8 TDI Cabinato	232.450.1	2800/122	146÷152*	8,8		72.900,00
Maxi 2,8 JTD Cabinato	232.456.1	2800/127	146÷152*	10,0		73.440,00
Maxi 2,8 TDI Minibus	232.550.1	2800/122	146÷152*	8,8		100.440,00
Maxi 2,8 JTD Minibus	232.556.1	2800/127	146÷152*	10,0		100.710,00
Maxi 2,8 D Furgone	232.610.1	2800/87	131÷123*	9,0		76.770,00
Maxi 2,8 D Furgone	232.620.1	2800/87	131÷123*	9,0		79.740,00
Maxi 2,8 TDI Furgone	232.650.1	2800/122	146÷152*	9,0		85.410,00
Maxi 2,8 JTD Furgone	232.656.1	2800/127	146÷152*	10,0		86.850,00
Maxi 2,8 TDI Cabinato	232.850.1	2800/122	146÷152*	9,0		76.140,00
Maxi 2,8 JTD Cabinato	232.856.1	2800/127	146÷152*	10,0		76.590,00
Maxi 2,8 TDI Cabinato	232.930.1	2800/122	146÷152*	9,8		81.810,00
Maxi 2,8 JTD Cabinato	232.936.1	2800/127	146÷152*	10,0		82.170,00

*w zależności od wyposażenia

• 001 - Zestaw wygłuszający zł 315,00 • 016 - Antiskid zł 5.400,00 • 025 - Klimatyzacja zł 4.950,00 • 028 - Elektr. podn. szyb drzwi przed. zł 639,00 • 029 - Szyba tylna ogrzew. zł 477,00 • 030 - Szyby atermiczne zł 603,00 • 036 - Zwiększone ramię lusterek zewn. zł 180,00 • 041 - Dwa lusterka elektr. regul. z podgrzew. zł 765,00 • 057 - Zawieszenie camping car zł 675,00 • 097 - Światła p. mgielne zł 558,00 • 102 - Wycieraczki reflektorów zł 594,00 • 141 - Opony zwiększone zł 351,00 • 197 - Fartuchy p. błotne kół tylnych zł 90,00 • 200 -Dodatkowy ogrzewacz zł 675,00 • 205 - Ogrzewacz Webasto 3.915,00 • 210 - Lakier metaliz. zł 1.035,00 • 306 - Lusterko elektr. regulow. z ogrzew. i zwiększonym ramieniem zł 765,00 • 313 - Autoradio Blaupunkt 4x40 Watt, RDS zł 1.080,00 • 381 - Zabezpieczenie przestrzeni ładunkowej zł 1.215,00 • 428 - Elektr. podnoszenie szyb przednich drzwi + centralny zamek zł 1.395,00 • 453 - Siedzenie kierowcy ogrzewane zł 198,00 • 500 - Poduszka powietrzna kierowcy zł 1.575,00 • 513 - Podwójne drzwi rozsuwane zł 1.395,00 • 519 - Tylne podwójne drzwi oszklone zł 180,00 • 520 - Drzwi boczne przesuwane i oszklone zł 225,00 • 627 - Siedzenie kierowcy z regulacją wysokości + wspornik zł 495,00 • 650 - Tachometr zł 2.340,00 • 728 - Tapicerka welurowa zł 432,00 • 742 - Belka tylna, kosz na koło zapas. zł 234,00 • 747 - Fartuchy p. błotne kół przednich zł 162,00 • 800 - Skrzynia ładunk. zł 6.210,00 • 878 - Kołpaki zł 72,00 • 985 - Urządz. do ograniczenia głośności zł 405,00 • 997 - Podwyższony dach zł 3.240,00

WYBIERZ ODPOWIEDNI ROZMIAR DLA POTRZEB SWOJEJ FIRMY

S **Seicento Van**
ładowność 505 kg, 810 dm³
rata leasingowa 297 zł*

Punto Van
ładowność 510 kg, 1000 dm³
rata leasingowa 404 zł*

M

L **Scudo**
ładowność 815 kg, 4000 dm³
rata leasingowa 766 zł*

Ducato
ładowność 1540 kg,
4000 dm³
rata leasingowa 790 zł*

XL

* Raty netto - równe, denominowane do DEM; okres kesingu 60 miesięcy, pierwsza wpłata 30% wartości pojazdu, depozyt gwarancyjny 6% płatny na końcu.

www.fiat.com.pl

INFOLINIA: 0 801 19 19 19
Całkowity koszt połączenia wynosi jedną jednostkę taryfikacyjną TP S.A.

Fiat Bank Polska S.A.

JASNY UKŁAD · JASNY UKŁAD SERWIS · 24h ASSISTANCE · TOP SERVICE · Europejski Fundusz Leasingowy

FIAT LCV. PRACUJEMY DLA CIEBIE. FIAT

FIAT SEICENTO.

NAJPOPULARNIEJSZY ZAWODNIK ROKU.

Dziękujemy i gratulujemy wyboru 58 674 osobom, które kupiły Fiata Seicento w roku 2000.

W 2000 roku Fiat Seicento został numerem 1 pod względem liczby sprzedanych egzemplarzy w Polsce, znacznie dystansując konkurencyjne modele. Podobnie w innych państwach europejskich, takich jak Francja, Niemcy i Włochy, model ten cieszy się dużą popularnością i wybrało go ponad 179 000 osób.
Fiat Auto Poland i 101 polskich koncesjonariuszy Fiata dziękują każdemu kierowcy Seicento za dokonany wybór i obiecują, że będą dbali o nich przez wszystkie lata użytkowania pojazdu. Fiat Seicento podejmuje wyzwanie także w roku 2001 i wkracza weń z szerokim wachlarzem usług serwisowych oraz atrakcyjną ofertą cenową. Dlatego odwiedź najbliższego dealera Fiata i dołącz do grona kierowców Seicento.

TWORZYMY Z PASJĄ. FIAT