

ALFA 159 SPORTWAGON NOWA JAKOŚĆ KOMBI

DUCATI PARTNEREM
ALFY ROMEO

PIĘĆ GWIAZDEK
ZA BEZPIECZEŃSTWO



KOLEKCJA RETRO I O30

SALONY I STOISKA FIRMOWE: Białystok 085 664 90 07, Białko-Biała 033 498 71 03, Bydgoszcz 052 373 59 77, Częstochowa 034 368 34 47, Dobroń 034 352 91 66, Gdańsk 058 528 38 03, Gdynia 058 522 60 96, Głogów 048 279 48 05, Gorzów Wlkp. 055 723 42 85, Jarosław 016 621 04 02, Jelenia Góra 075 647 24 31, Katowice 032 256 61 97, 032 735 27 30, Kalisz 062 257 03 88, Kielce 041 334 00 06-07, Koszalin 094 347 30 75, Kraków 012 265 38 43, Lublin 081 746 59 09, Łódź 042 672 46 20, Nowy Sącz 018 443 01 22, Olsztyn 088 529 04 80, Opole 077 403 01 50, Poznań 061 871 16 22-73, Poznań-Komarniki 061 893 50 71, Poznań-Swarzędz 061 665 06 21, Radom 048 365 37 37, Rzeszów 017 800 25 88, Szczecin 091 461 34 67, Toruń 056 638 75 71, Warszawa: 022 645 66 50-51, 022 654 64 04, 022 611 34 49, Zielonka, Warszawy 022 720 46 70-71, Wrocław 071 781 03 54, 071 390 19 22, Zielona Góra 068 328 03 06.

SALONY I STOISKA AUTORYZOWANE: Bełchatów 044 632 87 22, Chojnice 052 395 12 62, Krosno 013 437 25 04, Ostrow Wlkp. 062 735 60 17, Piła 067 215 53 07, Radziejów 032 819 07 78, 032 419 08 14, Sochaczew 046 961 81 21, Stalowa Wola 015 843 28 41, Warszawa 022 638 08 77.

e-mail: bielko@bielko.pl

SALONY W USA: Chicago: 1/773 725 9700, 1/773 545 9700, Trenton: 1/609 392 3930, 1/609 392 3932.

SALONY W KANADZIE: Oakville 1/905 822 0088, Mississauga 1/905 858 1513.

Dostarczamy meble na terenie całej Europy +48 / 34 352 93 45



Nieźle ustawiony,
wchodzący w skład gabinetu
zaprasza na wspólne posiedzenia



www.kler.pl



Szanowni Państwo

Marka Alfa Romeo sukcesywnie kontynuuje swoją ofensywę. Zaprezentowanie w krótkim czasie tak różnorodnych modeli jak Alfa 159, Alfa Brera, Alfa 159 Spotwagon i niedługo Alfa Spider świadczy o sile marki. O jej wszechstronnych możliwościach – zarówno stylistycznych jak i technicznych, prezentujących najbardziej wyszukane rozwiązania w dziedzinie osiągnięć,



ekologii i bezpieczeństwa, czego najlepszym dowodem jest 5 gwiazdek w teście NCAP, przyznanych modelowi 159. To olbrzymi kapitał w zdobywaniu przez Alfę Romeo klientów ceniących, oprócz techniki i bezpieczeństwa, także elegancję i piękno. Ich właśnie firma chce przyciągać poprzez indywidualne kontakty, atrakcyjne oferty, zaproszenia i prezentacje. Jest to zadanie dla wszystkich pracowników zajmujących się sprzedażą samochodów i obsługą klientów. Nasza sieć salonów

i serwisów rozwija się (w tym numerze il Quadrifoglio prezentujemy nowy krakowski salon firmy BWR Podolski), podnosząc na coraz wyższy poziom opiekę nie tylko nad Alfami, ale również nad ich właścicielami, którzy sami siebie nazywają Alfistami. To dumne miano najlepiej świadczy o uczuciowym stosunku do marki. Jak silnym, dowiecie się Państwo czytając o internetowym klubie IKAR, łączącym Alfistów z całej Polski. Wszyscy jesteśmy – lub będziemy – Alfistami.

*Redaktor Naczelny
Sylwester Baczkowski*

nr 18, rok 5
maj 2006

il Quadrifoglio

Redaktor Naczelny
Sylwester Baczkowski

Konsultacja Fiat Auto Poland
Rafał Grzanecki

Zespół redakcyjny
Anna Borsukiewicz
Filippo Gallino
Aldona Górna
Jerzy Kozierkiewicz
Mirosława Malich

Konsultacja redakcyjna
Francesco Novo
Satiz srl Turyn

Dyrektor Artystyczny
Maciej Feodorów

Studio DTP
Satiz Poland

Reklama
Biuro Reklamy – Prasa Korporacyjna
Wydawnictwo MURATOR Sp. z o.o.
tel. 022 59 05 023, 022 59 05 024
faks 022 59 05 367
e-mail: reklama@murator.com.pl

Wydawca
Satiz Poland
ul. 11 Listopada 60/62
43-300 Bielsko-Biała
tel 0 [33] 813 27 61
fax 0 [33] 813 41 76
gallino@satiz.pl

Druk
Dimograf
ul. Legionów 83
43-300 Bielsko-Biała

Oddano do druku 27 kwietnia 2006 r.



ALFA ROMEO I DUCATI – RAZEM KU ZWYCIĘSTWU

STRONA 26

4 WYDARZENIA

6 PREZENTACJA

Alfa 159 Sportwagon – przestrzenna piękność
na nowo definiuje koncepcję auta rodzinnego

14 PRAPREMIERA

Alfa Spider kabrioletem roku 2006
Spidery to najpiękniejsze samochody
w dziejach Alfę Romeo

18 WYWIAD

Obudzić emocje
Chcemy dotrzeć do smakoszy samochodowych
– mówi Wojciech Halarewicz, Dyrektor Handlowy
Fiat Auto Poland SA

20 ELEKTRONIKA

Samochód staje się telematyczny
Platforma Blue&Me umożliwia zintegrowanie
wszystkich urządzeń elektronicznych w samochodzie

22 BEZPIECZEŃSTWO

Tak rodzi się pięciogwiazdkowe bezpieczeństwo
Systemy zabezpieczeń powstają już podczas
projektowania samochodu

26 NA TORZE

Ducati – styl i sportowe sukcesy
Słynny producent motocykli
wytwarzał niegdyś części radiowe

30 ROZMOWA

Jestem typem ściganta
O żeglowaniu, funduszach inwestycyjnych
i samochodach opowiada Maciej Grabowski

34 SPORT

Na desce z latawcem
Kitesurfing należy do najmłodszych sportów wodnych

40 HISTORIA

Talizman zwycięstwa
Quadrifoglio – symbol szczęścia – od lat widnieje
na karoseriach sportowych modeli Alfę Romeo

42 SALONY

Nowe oblicze krakowskiej Alfę
Salon firmy BRW Podolski podkreśla
ekskluzywny charakter samochodów

46 KLUBY

Sportowe serce w internecie
Klub IKAR skupia Alfistów z całej Polski

48 DEALERZY I KLUBY



MACIEJ GRABOWSKI TRIUMFATOREM PRINCESS SOPHIA TROPHY

Zwyciężył w klasie laser podczas najbardziej prestiżowych regat Pucharu Świata w sezonie żeglarskim, rozgrywanych na Majorce. Polski żeglarz, sponsorowany przez Alfę Romeo, był bezkonkurencyjny i o ponad 27 punktów wyprzedził Anglika Paula Goodisona, obecnego lidera Pucharu w tej klasie. Była ona najliczniej obsadzona w regatach. Regatom patronowała hiszpańska para książęca (skądinąd zapaleni żeglarze), a puchar zwycięzcy Maciej Grabowski otrzymał z rąk księżniczki Sophii. Był to już czwarty udany start w tym sezonie naszego zawodnika, który przygotowuje się do występu na olimpiadzie w Pekinie. Macieja Grabowskiego przedstawiamy państwu w wywiadzie na str. 30 naszego magazynu.

PIERWSZY POLSKI WYSTĘP BRERY

W stylowym patio warszawskiego Domu Dochodowego znakomitą oprawę znalazła Alfa Brera po raz pierwszy prezentowana polskiej publiczności. W pokazie uczestniczyli dziennikarze motoryzacyjni i liczni przedstawiciele świata artystycznego, wśród których wielu jest miłośnikami marki Alfa Romeo.

Wprowadzeniem w nastrój prezentacji był występ artystów Teatru Ruchu „Ocelot”. O samochodzie opowiadał prezes Zarządu Fiat Auto Poland, Enrico Pavoni. Gdy po zsunięciu zasłony ukazała się czerwona Brera, wszyscy natychmiast chcieli ją zobaczyć, dotknąć, zasiąść w jej wnętrzu. – Ten samochód ma klasę i jestem nim zachwycony – powiedział po obejrzeniu Brery znany aktor Wojciech Pszoniak. – Zdecydowanie wyróżnia się swoim wyglądem – oceniał Conrado Moreno, znany z programów TVP. Ich opinie podzielali wszyscy goście, którzy przyszli na pokaz.



ZWYCIĘSTWO ALFY NA TORZE W MONZA

Sukcesem Alfy 156 Super 2000 i Teamu N.Technology zakończył się pierwszy tegoroczny występ w Mistrzostwach Świata Samochodów Turystycznych. Zwłaszcza drugi z pary wyścigów okazał się bardzo udany. Startujący z pole position Augusto Farfus utrzymał czołową pozycję aż do mety wyścigu. 22-letni Brazylijczyk wytrzymał ataki przeciwników, w tym najgroźniejszego Alessandro Zanardiego na BMW. Drugi z zawodników teamu, Gianni Morbidelli w pierwszym wyścigu, zajął 29 miejsce. Poprawił je jednak w drugiej turze, osiągając metę na 10 pozycji. Mistrzostwa, wraz ze wzrastającą liczbą zespołów fabrycznych różnych marek, stają się coraz ciekawsze. Na torze w Monza najsilniej dopingowano oczywiście kierowców ścigających się na Alfach Romeo.



ALFA BRERA SPONSOREM AUKCJI FOTOGRAFII

W warszawskim Domu Aukcyjnym „Desy Unicum” odbyła się pierwsza aukcja fotografii artystycznej. Wśród wystawionych odbitek były dzieła współczesne, m.in. Tomka Niewiadomskiego, Zygmunta Rytki, Tomasza Tomaszewskiego, Tomka Sikory, Andrzeja Świetlika, Krzysztofa Gierałtowskiego i ponad 200 fotografii dawnych.

Rynek fotografii w Polsce dopiero powstaje, ale osoby zainteresowane tym gatunkiem sztuki należą do elity społeczno-finansowej kraju. Aby trafić do tej grupy odbiorców, Alfa Romeo zdecydowała się na sponsoring aukcji. Dzięki temu mogli się oni zapoznać z Brerą – najnowszym modelem tej marki.

W katalogu i materiałach aukcyjnych eksponowany był logotyp Alfę Brera, uczestnikom wręczono magazyn il Quadrifoglio.

Testowanie Brery zaproponowano osobom uczestniczącym w aukcji.

ALFY NA NARCIARSKICH TRASACH

Testom narciarskim Dynastar 2007, odbywającym się w Holiday Village Tatralandia na Słowacji towarzyszyły również testowe jazdy samochodowe całą gamą Alfę Romeo – modelami 147, 159, GT i Crosswagon.auta ustawione przed głównym wejściem do recepcji Tatralandii wzbudzały olbrzymie zainteresowanie turystów słowackich, czeskich i polskich.

Uczestnicy imprezy – przedstawiciele świata sportów narciarskich, sztuki i środowiska mediów – mogli na specjalnie wytyczonej trasie wypróbować walory trakcyjne aut, sprawdzić ich zawieszenia, hamulce, przyspieszenie. Największe wrażenie wywarła na wszystkich czteronapędowa Alfa Crosswagon. Specjalną atrakcją spotkania stała się prezentacja Alfę Brery. Czarny samochód z czerwoną, skórzaną tapicerką, eksponowany w zimowej scenerii, wzbudził zachwyt i ogromne emocje wśród uczestników pokazu.



BRERA W OBRAZACH DWURNIKA

Prezentacji Alfę Brera towarzyszy osiem obrazów Edwarda Dwurnika. Najnowszy model Alfę Romeo zainspirował do ich stworzenia artystę, który umieścił auta w krajobrazach miast, m.in. Chartres, Gdańska, Nowego Jorku, Torunia i Wrocławia. Dzieła artysty zdobią kolekcje malarskie polskich i zagranicznych kolekcjonerów oraz koneserów sztuki. Charakterystyczny styl obrazowania, zbliżony do prymitywisty Nikifora, przyjął Dwurnik pod wpływem jego wystawy obejrzanej w 1965 r. Zaczęły powstawać rysunki oraz obrazy z cyklu „Podróż autostopem”. Są to zwykle ujęte z lotu ptaka współczesne widoki z charakterystycznymi motywami składającymi się na „portret” miasta. W tym stylu utrzymane są też obrazy Dwurnika tworzące cykl opowieści o Alfie Brera w różnych zakątkach świata.

FILIPPO GALLINO

Minęła już epoka samochodów kombi wywodzących się z wersji sedan i mających tylko z tyłu powiększone części bagażowe. Alfa 159 Sportwagon na nowo definiuje koncepcję auta rodzinnego.

Nowoczesny samochód – tak jak jego nazwa – łączy w sobie sportowy styl i charakter z bardzo obszernym wnętrzem i przestrzenią ładunkową oraz z dużą funkcjonalnością. Nazwę Sportwagon Alfa Romeo wprowadziła już w modelu 156, jednak teraz, w nowym aucie, oba jej człony mają równie ważne znaczenie. Alfa 159 Sportwagon jest nadal bardzo „sportowa”, ale określenie „wagon” podkreśla, że mamy do czynienia z prawdziwym pojazdem rodzinnym, mającym bagażnik o pojemności 445 litrów.

NOWA JAKOŚĆ KOMBI

Modelem 159 Sportwagon marka Alfa Romeo na nowo definiuje koncepcję samochodu rodzinnego, interpretując w optymalny sposób wymogi związane z wielofunkcyjnością, a przy tym nie rezygnując ze stylu i smaku.

Auto, zawdzięczające sylwetkę słynnemu Giorgetto Giugiaro, zachwyca swoim wyglądem. Odznacza się płynnymi liniami biegnącymi bez najmniejszego załamania przez cały samochód, nie pozwalając na wychwycenie miejsca, w którym kończy się oryginalny profil sedana i zaczyna dodatkowa bryła kombi. Silna i wyrazista linia cechuje się przetłoczeniem dodającym lekkości i smukłości całemu samochodowi. Modelem 159 Sportwagon Alfa Romeo udowadnia, że minęła już epoka kombi wywodzących się z nadwozi typu sedan, do których „doklejano” powiększone bagażniki. Giugiaro i współpracujący z nim projektanci z Centro Stile Alfa Romeo stworzyli samochód, w którym najważniejszą rolę pełni przestrzeń. Została ona tak zakomponowana, by zapewnić wszystkim pasażerom pełnię wygody podczas rodzinnych podróży, również tych dalekich, na które zabiera się mnóstwo bagażu.



ALFA 159 SPORTWAGON

PRZESTRZENNA PIĘKNOŚĆ





PRZESTRZEŃ

Bagażnik nowej Alfy jest o 85 litrów pojemniejszy niż w modelu 156 Sportwagon. Ale jego zalety nie polegają tylko na zwiększonej objętości. Został on dokładnie przemyślany w swojej geometrii, by nie pozostawić zbędnej przestrzeni. Dostęp do wnętrza jest ułatwiony dzięki znajdującemu się na wysokości 80 cm progowi załadunku oraz wygodnej w obsłudze pokrywie bagażnika.

Szerokość bagażnika pozwala na układanie paczek i walizek obok siebie, co umożliwia szybkie dostanie się do ich zawartości. Powierzchnia podłogi bagażnika, obniża się o 25 cm w głąb, czyniąc powierzchnię ładunkową jeszcze większą.

Objętość bagażnika można powiększyć, składając oparcie tylnej kanapy (jest ono dzielone w sposób asymetryczny, w proporcjach 2/3:1/3). Aby je złożyć, nie trzeba zdejmować zagłówek – jest to zasługą konstrukcji oparc przednich foteli. We wnętrzu Alfey 159 Sportwagon można przewozić narty lub inne długie przedmioty. Ich ułożenie wzdłuż samochodu

umożliwia specjalny otwór zamontowany w oparciu tylnej kanapy. Inne wygodne rozwiązania to dwa zamykane schowki umieszczone w bokach komory ładunkowej i kolejne dwa w prowadnicach podtrzymujących rolowaną zasłonę przykrywającą bagażnik. Można do nich włożyć rzeczy, które powinny być ukryte przed wzrokiem ciekawskich. Zasłona została wyposażona w system szybkiego mocowania, a bagażnik wyposażono w oświetlenie z dwóch stron. Umieszczono w nim również 12-woltowe gniazdo prądowe do zasilania akcesoriów. Samochód w standardzie wyposażono w koło dojazdowe, niemniej bagażnik jest przystosowany do pomieszczenia również pełnowymiarowego koła zapasowego. Jak widać, bagażnik Alfey 159 Sportwagon nie jest tradycyjną wnęką pozwalającą zmieścić luzem wiele przedmiotów. Stanowi starannie zaprojektowaną, funkcjonalną przestrzeń, w której bagaże są przewożone w sposób zorganizowany.



POD MASKĄ

Wybór jednostek napędowych, w które została wyposażona Alfa 159 Sportwagon, powinien usatysfakcjonować polskich klientów – zarówno preferujących sportowe cechy auta, jak i tych, którzy cenią jego ekonomiczną eksploatację. Nowy model pojawia się na naszym rynku z pięcioma silnikami: trzema benzynowymi i dwoma dieslami. Wszystkie spełniają normy emisji spalin Euro 4 i standardowo są połączone z nowymi, mechanicznymi skrzyniami biegów o sześciu przełożeniach. W niektórych wersjach dostępne są również automatyczne skrzynie biegów i zrobotyzowana skrzynia biegów Selespeed – wszystkie z sześcioma przełożeniami.

Wśród benzynowych najmocniejszy jest 260-konny silnik 3.2 Q4 – sześciocylindrowy w układzie V, 24-zaworowy, połączony z integralnym napędem na 4 koła. Wyposażony w ten motor samochód potrafi dostarczyć wiele satysfakcji wszystkim, którzy szukają dynamicznej jazdy i bezpieczeństwa. Auto rozpędza się od 0 do 100 km/h w 7,2 sek. i osiąga prędkość maksymalną 237 km/h. Energii nie brakuje również innym benzynowym jednostkom napędowym. Silnik 2.2 ma moc 185 KM, a 1.9 – 160 KM. W przyszłości ich grę uzupełni również jednostka 1.8 o mocy 140 KM.





NAPĘD INTEGRALNY ALFA ROMEO Q4

W nowej Alfie 159 Sportwagon zastosowano stały napęd 4x4 z trzema mechanizmami różnicowymi, wcześniej wprowadzony już w modelu Crosswagon Q4. Jego „sercem” jest centralny, samoblokujący mechanizm typu Torsen C, który przenosi moment obrotowy, rozdzielając 57% mocy na tylne koła i 43% na przednie. W zależności od przyczepności kół do drogi rozdział momentu regulowany jest mechanicznie, w sposób ciągły. Nie pojawiają się więc w nim martwe momenty, zaś kierowca ma poczucie jazdy łatwej i przyjemnej, a przy tym bezpiecznej i zapewniającej sportowe emocje. Dzięki automatycznej kontroli każdego poślizgu, system zapewnia doskonały napęd w każdych warunkach przyczepności. Elektroniczne kontrolowanie stabilności jeszcze bardziej zwiększa osiągi oraz margines bezpieczeństwa zapewniane przez samochód. Dzięki nowatorskim rozwiązaniom technicznym Alfa Sportwagon Q4 może się poszczycić następującymi zaletami:



- stały napęd Q4 z samoblokującym mechanizmem różnicowym Torsen C zapewnia auto lepszą przyczepność do jezdni, przyjemność i bezpieczeństwo jazdy. Inne stosowane w napędach 4x4 rozwiązania techniczne, ze sprzęgłem kontrolowanym elektronicznie, nie pozwalają na optymalne zrównoważenie nadsterowności i podsterowności samochodu oraz na stopniowe dostosowywanie się do warunków drogowych;
- większy moment napędowy przekazywany na tylną oś dodatkowo wpływa na przyjemność jazdy, dzięki jeszcze lepszej sterowności samochodu. Jednocześnie gwarantuje maksymalną stabilność podczas wykonywania gwałtownych manewrów, np. przy nagłych zmianach pasa ruchu na autostradzie;
- elektroniczna kontrola stabilności, nie wymagająca od kierowcy ingerowania w rozdział momentu napędowego, pozwala mu na bezstresową, przyjemną jazdę.

Anna Borsukiewicz

SILNIKI I OSIĄGI

	Liczba cylindrów	Moc (KM)	Prędkość maksymalna (km/h)	Zużycie paliwa cykl mieszany (l/100km)
1.9 JTS	4 w rzędzie	160	210	8,8
2.2 JTS	4 w rzędzie	185	220	9,5
3.2 V6 Q4	V6	260	237	11,6
1.9 JTDM 16v	4 w rzędzie	150	208	6,1
2.4 JTDM	5 w rzędzie	200	226	7,0





Dwa turbodiesle Multijet to: 20-zaworowy, pięciocylindrowy 2.4 JTDM o mocy 200 KM oraz czterocylindrowy 1.9 mający moc 150 KM. Jednostki wysokoprężne common rail odznaczają się cichą pracą we wszystkich warunkach, nawet, gdy są zimne. Zużywają niewiele paliwa, zostały też standardowo wyposażone w filtry cząstek stałych.

WARTO SPRAWDZIĆ

Uruchamiamy silnik, zapinamy pasy i... zaczyna się prawdziwa przyjemność. Sportwagon prowadzi się znakomicie. Jego układ kierowniczy reaguje precyzyjnie i natychmiastowo na polecenia kierowcy – zarówno na wąskich, krętych drogach jak i szerszych łukach, na łagodnych zakrętach i w niespodziewanych sytuacjach. Wydaje się, że to bardziej myśli, niż ręce sterują ruchami kół. Uzyskanie tego efektu podczas jazdy samochodem wymaga od konstruktorów auta nie lada umiejętności. Zaczniemy od zawieszeń. Przednie jest czterowahaczowe, a z tyłu typu multilink. Znakomicie amortyzują one nierówności drogi, zapewniają precyzję reakcji układu kierowniczego, doskonałą przyczepność do jezdni i stabilność przy manewrach, nawet wykonywanych z dużą prędkością. Konstruktorzy modelu 159, opracowując system zawieszenia, wprowadzili wiele rozwiązań technicznych wykorzystujących sportowe doświadczenia marki. Prowadzenie auta, zwłaszcza w ciężkich warunkach, ułatwiają wyrafinowane układy elektroniczne, których działanie ma bezpośredni wpływ na bezpieczeństwo jazdy. Należą do nich system ABS wraz z EBD (system zapobiegający blokowaniu kół, z wbudowanym elektronicznym rozdzielaczem siły

hamowania), VDC służący do kontroli stabilności samochodu w krytycznych sytuacjach i ASR zapobiegający uślizgowi kół podczas przyspieszania. Warto też wspomnieć o jeszcze jednym z urządzeń zastosowanych w nowym modelu. To Hill Holder, który przyhamowuje koła podczas ruszania pod górę, uniemożliwiając cofnięcie się samochodu.

LEPIEJ NIE SPRAWDZAĆ

Konstruktorzy Alfę 159 zrobili wszystko, by zapewnić bezpieczeństwo użytkownikom swych pojazdów – nawet w najtrudniejszych sytuacjach. Nadwozie, również w wersji Sportwagon, zostało zaprojektowane tak, by część pasażerska tworzyła „kapsułę bezpieczeństwa”. Zbudowano je, stosując zgrzewanie laserowe, z innowacyjnych materiałów – stali o wysokiej wytrzymałości i blach o zmiennej grubości. Otrzymano bardzo mocną konstrukcję, gwarantującą doskonałą sztywność skrętną, która pośrednio wpływa na świetną przyczepność do drogi i komfort jazdy. Wewnątrz samochodu zastosowano najlepsze systemy bezpieczeństwa, m.in. fotele zapobiegające „nurkowaniu” i wyposażone w aktywne zagłówki przybliżające się do karków pasażerów (co chroni kręgi szyjne). Alfa 159 Sportwagon może mieć aż do ośmiu poduszek powietrznych – wśród nich również chroniące kolana i kurtyny powietrzne, które rozciągają się na całej powierzchni szyby. Skuteczność tych urządzeń i systemów sprawdzali specjaliści podczas licznych testów zderzeniowych oraz symulacji komputerowych. Potwierdziło ją również pięć gwiazdek w klasyfikacji EuroNCAP, które zdobyła Alfa 159 w wersji sedan.

ALFA SPIDER

KABRIOLETEM ROKU 2006

Ubiegające się o ten tytuł samochody musiały zostać zaprezentowane po raz pierwszy na tegorocznym Salonie Genewskim, a ich ceny nie mogły przekroczyć 60 tysięcy franków szwajcarskich. Nagrodę z rąk Luca Arganda, prezesa

Międzynarodowego Salonu Samochodowego w Genewie, odebrał Antonio Baravalle, odpowiedzialny za markę Alfa Romeo. – Ten tytuł ma duże znaczenie – powiedział Baravalle – ponieważ potwierdza obrany przez naszą firmę kierunek kontynuowania obecności w segmencie samochodów typu spider. Jest on od zawsze bardzo ważny dla marki Alfa Romeo. Z nim utożsamiane są najpiękniejsze pojazdy w historii motoryzacji: od Giulietty Spider z lat pięćdziesiątych, poprzez Duetto z 1966 r., po modele z lat dziewięćdziesiątych.

W tradycji Alfę Romeo spidery zajmują miejsce szczególne, albowiem zawsze uznawane były za najbardziej swobodne i pełne uczuć wyobrażenie samochodu. W tym duchu zrodził się również nowy model, będący naturalną ewolucją wcześniejszych wersji spiderów Alfę Romeo, które od lat przysparzają wspaniałych emocji, gwarantują maksymalną przyjemność jazdy i łączą wymarzoną linię nadwozia z osiąganymi mocnymi, elastycznymi silnikami.

Nowy Spider, wywodzący się z wspaniałego coupé Alfa Brera, podkreśla swą odmienność częścią tylną, rezygnując z dwóch miejsc dla pasażerów na rzecz schowka pod karoserią, mieszczącego składany dach. Zgodnie ze zwyczajem został on wykonany z tkaniny, ale jego otwieraniem i zamykaniem steruje mechanizm elektryczny. Wybór materiału nie wynika wyłącznie z przywiązania do tradycji. Takie poszycie jest lżejsze niż blaszane, dzięki czemu zmniejsza się całkowita masa pojazdu. Ponadto środek bezwładności auta znajduje się niżej, a tym samym zyskuje ono na stabilności.





Prestiżowy tytuł „Cabrio of the Year 2006”
przyznało Alfie Spider jury „Comité Cabriolet”,
składające się z 23 dziennikarzy prasy specjalistycznej z 12 państw.



Nowy Spider jest eleganckim dwuosobowym samochodem o imponujących wymiarach (4396 mm długości, 1830 mm szerokości i 1367 mm wysokości) i stosunkowo pojemnym bagażniku. Jego nadwozie zachwyca wyrafinowaną linią. Przód auta, podobnie jak w Alfie Brera, z charakterystyczną tarczą wlotu powietrza, stanowiącą punkt wyjścia dla płynnych linii, które biegną wzdłuż maski i obrysowują reflektory, robi imponujące, „mocarne” wrażenie. Widziany z boku Spider, dzięki wydłużonej masce silnika, skróconemu rozstawowi osi oraz zwartej i nieco cofniętej kabinie, wydaje się dość smukły. Jego sportowy temperament i dynamiczność podkreślają wydłużone światła tylne i cztery końcówki układu wydechowego. Ukłonem w stronę tradycji Alfę Romeo jest lekki, otwierany dach, a przede wszystkim stylizacja tylnej części auta, nawiązująca bezpośrednio do sławnej Giulietty Spider. Wnętrze nowej Alfę zapewnia wyrafinowany komfort – zarówno dzięki użyciu najwyższej jakości materiałów wykończeniowych jak i zastosowaniu zaawansowanych technologicznie urządzeń: od automatycznej klimatyzacji dwustrefowej do przycisków

sterujących systemem audio umieszczonych na kierownicy, od układu dynamicznej kontroli trakcji pojazdu VDC do tempomatu cruise control. Samochód jest dostępny w dwóch wersjach wyposażenia. Klient będzie mógł wybierać między dwoma silnikami benzynowymi JTS – 2.2 o mocy 185 KM i 3.2 V6 mającym moc 260 KM. Obie jednostki napędowe łączą się z mechaniczną, 6-stopniową skrzynią biegów. Dla silnika 3.2 V6 260 KM przewidziano też skrzynię automatyczną. Takie zestawy gwarantują Alfie Spider sportowy temperament. Doskonale zachowanie się na drodze to zasługa zawieszenia: przednie jest czterowahaczowe, a z tyłu typu multilink. Dodatkowe osiągi zapewnia zintegrowany napęd Q4, który będzie dostępny w autach z silnikami 3.2 V6. Również pod względem bezpieczeństwa nowy Spider spełnia najbardziej wyszukane normy. Auto zostało wyposażone w najbardziej zaawansowane urządzenia elektroniczne do kontroli dynamicznego zachowania się samochodu na drodze, zarówno podczas przyspieszania jak i hamowania.



GIULIETTA I JEJ NASTĘPCY

1955 – Giulietta Spider Zaprojektowana przez Pininfarinę, dysponowała silnikiem 1300 cm³ o mocy 65 KM z napędem na tylną oś. Ten sam napęd zastosowano potem w Duetto (ale z silnikiem 1600 cm³).

1966 – Duetto Nazwa została wybrana w drodze konkursu, a rozślawił ją – podobnie jak muzyczną twórczość Paula Simona i Arta Garfunkela – film „Absolwent” z Dustinem Hoffmanem w roli głównej.

1969-1970 – Coda tronca Miękki, zaokrąglony tył, któremu Duetto zawdzięczało przydomek „osso di seppia” (ość mątwy), teraz jest ścięty.

1983 – Spider 1.6 i 2.0 Wzmocnione zderzaki i aerodynamiczny spojler z tworzywa sztucznego, umieszczony z tyłu.

1990 – Spider 1.6, 2.0i Ostatnia z wersji udanego projektu Duetto.

1995 – Spider 2.0i i 3.0i Nazwa ta sama, ale samochód zupełnie inny: napęd na przednie koła i nowy silnik V6.

2006 – Alfa Spider Kolejny owoc współpracy Giugiaro z Pininfariną.



OBUDZIĆ EMOCJE

Z Wojciechem Halarewiczem, Dyrektorem Handlowym Fiat Auto Poland SA rozmawia Jerzy Kozierkiewicz

Wizerunek Alfę Romeo w Polsce w znacznej mierze zbudowany został przez model 156. Czy Alfa 159 ma szansę odnieść podobny sukces?

Nie powinno się niczego porównywać – ani rynku, ani klientów, a przede wszystkim modeli. W Polsce jest obecnie zupełnie inna sytuacja. Kilka lat temu roczna sprzedaż wynosiła ponad pół miliona aut, teraz ledwie przekracza dwieście tysięcy. Inni są także klienci – bardziej wymagający, z większym doświadczeniem i oczekujący od nas wyższego poziomu obsługi. Jednak największa różnica jest pomiędzy samymi modelami. Alfa 159 to auto innej generacji, technologicznie dojrzałe, na wysokim poziomie jakościowym. I oczywiście nie ustępujące urodą swojej poprzedniczce, a wszystko to dzięki sile pasji drzemącej od lat w marce Alfa Romeo.

Ale w jaki sposób chcecie przekonać o tych zaletach przyszłych użytkowników?

Alfa 159 została wprowadzona na światowe rynki bez pośpiechu, z dużą troską o dopracowanie szczegółów konstrukcyjnych, produkcyjnych. To model wyrafinowany, adresowany do grupy smakoszy samochodowych. Chcemy do tych osób dotrzeć bezpośrednio, nawiązać indywidualny kontakt. Zrobimy to wspólnie z naszymi dealerami, a pomogą nam w tym pokazy mody, wernisaże, spotkania z klientami. Najskuteczniejszym bowiem sposobem przekonania do nowego modelu jest zaproszenie klienta do samochodu i umożliwienie mu jazdy. W testach porównawczych model reprezentuje tę samą jakość i poziom techniczny co bezpośredni konkurenci. Ale zdecydowanie wygrywa z nimi w kategorii designu. Nawet najwięksi malkontenci nie podważają piękna linii Alfę Romeo. I z tego chcemy uczynić nasz poważny oręż w walce o klientów.

Brera i Spider to najnowsze perły w kolekcji Alfę, ale u nas niszowe modele. Jaki są plany wylansowania tych modeli?

Spider i Brera to modele dla ludzi uwielbiających prawdziwe piękno. Także dla tych, którzy przy zakupie często kierują się potrzebą serca, a nie tylko rozsądkiem. Niezmiernie ważną rolę spełniają w takich sytuacjach emocje. I chcemy je wykorzystać, a pobudzimy poprzez stworzenie klientowi bliskiego kontaktu z samochodem. Atmosfera miejsca, wrażenia wizualne, dotyk, możliwość jazdy – wszystko ma wpływ na podjęcie decyzji. Obydwa modele zaliczają się do aut luksusowych. W promocji wykorzystamy także ich międzynarodowe sukcesy, m.in. tytuł „Cabrio of the Year 2006” dla Alfę Spider. A zainteresowanie, jak na niszowe modele, jest duże. Nie zdradzę tajemnicy firmy, jeżeli powiem, że sprzedaż Alfę Brera przerosła nasze oczekiwania.

W tej fascynacji nowościami zapomnieliśmy trochę o modelu 147?

Ja nie zapominałem. Alfa 147 nie straciła na świeżości designu. Nadal jest atrakcyjnym autem o dynamicznej i agresywnej linii. Problemem, z jakim się borykaliśmy przy sprzedaży, to „mit niedostępności”. Chcąc go obalić, stworzyliśmy wersję Impression w bardzo atrakcyjnych cenach. Model ma jeszcze duży potencjał handlowy, na który liczymy w najbliższych latach. „147” jest idealnym samochodem do rozpoczęcia przygody z Alfę Romeo.

Czy macie receptę na większe przywiązanie klientów do marki?

Dysponujemy obecnie nową, na wyższym poziomie technicznym i jakościowym, gamą samochodów. Mówiliśmy wcześniej o „147”, „159”, Brerze i Spiderze. A mamy w ofercie jeszcze GT, Crosswagon Q4 i najnowszą – Alfę 159 Sportwagon. Przywiązanie klientów do marki nierozdzielnie wiąże się z wielkością sprzedaży. Dlatego też nasze plany sprzedaży są integralną częścią długofalowego programu na rzecz budowania wizerunku marki i zadowolenia klientów. Składa się na to całe spektrum działań: wzrost indywidualnych kontaktów z klientami, atrakcyjne oferty na kolejny samochód specjalnie dopasowany do potrzeb danej osoby, jakość usług na wszystkich szczeblach



obsługi, dostępność części, dyspozycyjność firmy i ciepły stosunek do każdego użytkownika Alfę. Chcemy, aby każdy Alfista czuł nad sobą taki parasol opiekuńczy firmy.

Te działania wymuszają większą aktywność sieci dealerskiej.

Czy jest na to przygotowana?

Podchodzimy do sieci sprzedaży bardzo selektywnie. Jeżeli ktoś nie spełnia stawianych standardów, nie utożsamia się z marką, nie trzymamy na siłę. Od dealerów oczekujemy bowiem nie tylko fachowości, ale także obudzenia emocji związanych z Alfą Romeo. Obecna sieć salonów sprzedaży i autoryzowanych stacji obsługi w wystarczającym stopniu pokrywa terytorium kraju.

Na nowy wizerunek marki pracują wszyscy z nią związani.

A czym niżej w strukturze całej naszej organizacji, tym większa odpowiedzialność. Opinię o produkcie kształtują bowiem ludzie na co dzień bezpośrednio kontaktujący się z klientami – pracownicy salonów i serwisów.

Mówiłem o potrzebie indywidualnego dotarcia do klienta i stworzenia mu specjalnej atmosfery. Konsekwencja tego kroku musi być potem kontynuowana na poziomie dealera przez cały czas obsługi zakupionego samochodu.

Jest Pan pierwszym Polakiem na stanowisku dyrektora handlowego. Czy to dowód wzrostu zaufania włoskiej dyirekcji do nas?

Przede wszystkim Włosi są realistami. Znajomość krajowego rynku, mentalności ludzi, siły nabywczej to poważne atuty w prowadzeniu biznesu. Najbardziej międzynarodowy koncern, jeżeli chce osiągnąć sukces handlowy, musi dostosować się do lokalnych warunków. A kto ma je lepiej znać, niż człowiek pochodzący z tego kraju.

Nasze związki z Włochami są długie i oni cenią Polaków za solidność i indywidualne myślenie. We włoskich strukturach firmy pracuje wielu naszych rodaków. Innym dowodem wiary w nasze możliwości jest stale rozwijająca się fabryka w Tychach.

Kilka lat pracował Pan we Włoszech. Co z tamtych obyczajów warto wdrożyć w polskiej sieci Alfę?

Uśmiech, ekspresyjność, otwartość, spontaniczność. Są one gwarancją sukcesu. Nam tych cech brakuje w codziennej pracy. Umiemy być tacy, tylko musimy w sobie to odblokować.

Oczekuję też większej kreatywności, indywidualności i wrażliwości na piękno. Wszak Alfa jest niepowtarzalnym dziełem sztuki. I chcemy to uświadomić wszystkim

– szczególnie tym, którzy jeszcze nie mają Alfę Romeo.

FOT. ROBERT BRYKAŁA

BLUE&ME™

SAMOCHÓD STAJE SIĘ TELEMATYCZNY

Samochód, ze zwykłego środka transportu, przemienia się w narzędzie komunikacji, informacji i rozrywki, łącząc możliwości komputera, zestawu hi-fi i telefonu komórkowego. Dzięki porozumieniu o współpracy zawartemu z Microsoftem, Alfa Romeo wie dzisiaj prym w tej dziedzinie.

Pierwszy efekt porozumienia z informatycznym kolosem z Seattle został zaprezentowany na Salonie Samochodowym w Genewie. Nazywa się Blue&Me i jest platformą informatyczną opartą na systemie operacyjnym Windows Mobile, która umożliwia zintegrowanie wszystkich urządzeń elektronicznych w samochodzie. Pozwala ponadto na korzystanie z telefonu w prosty i bezpieczny sposób, również podczas prowadzenia auta. Oferowana w modelach 159, Sportwagon, Spider i Brera, platforma Blue&Me wkrótce będzie dostępna w całej gamie Alfa Romeo. Cena zapowiada się wyjątkowo korzystnie: od około 1200 zł. Nowe urządzenie, opracowane w zakresie hardware przez Magneti Marelli, jest umieszczone w desce rozdzielczej samochodu. Wejście USB pozwala na podłączanie do niego palmtopów, odtwarzaczy MP3, pendrive i wszelkich zewnętrznych nośników pamięci. Na przykład po to, by ściągać lub odtwarzać pliki muzyczne czy też zdjęcia i filmy, które można oglądać na ekranie nawigacji.

Ponadto urządzenie rozpoznaje aż pięć telefonów komórkowych, z którymi łączy się automatycznie za pomocą połączenia bezprzewodowego Bluetooth. Możemy więc zostawić telefon w kieszeni lub w torbie i rozmawiać przez system głośnomówiący, dostępny w samochodzie. Gdy ktoś do nas dzwoni, system odpowiada automatycznie, redukując głośność zestawu hi-fi i korzystając z jego głośników.

Aby zatelefonować, nie trzeba dotykać aparatu. Wystarczy wymówić numer lub nazwisko osoby (jeśli jest zapisane w pamięci urządzenia), a o reszcie pomyśli system rozpoznawania głosu. Jeśli przychodzi do nas SMS, urządzenie może go odczytać. A zatem osoba siedząca za kierownicą nie jest odrywana od jazdy. Blue&Me to system „otwarty”. Oznacza to oczywiście, że jest kompatybilny z aparatami komórkowymi Bluetooth dostępnymi obecnie w sprzedaży i może być aktualizowany o nowe standardy, by dostosować się do telefonów i urządzeń elektronicznych, które pojawią się w przyszłości.



TELEFON KOMÓRKOWY



Platforma Blue&Me, owoc współpracy z Microsoftem, pozwala na zintegrowanie telefonu komórkowego i samochodowego zestawu hi-fi z wszelkimi urządzeniami informatycznymi i uprzyjemniającymi podróż, jakie są obecnie na rynku. A także z tymi, które pojawią się w przyszłości.



ODTWARZACZ MP3



PALMTOP



SYSTEM NAWIGACYJNY



URZĄDZENIA HI-FI



PAMIĘĆ USB

STEFANIA CASTANO

TAK RODZI SIĘ PIĘCIOGWIAZDKOWE BEZPIECZEŃSTWO

Alfa 159 zdobyła maksymalną liczbę punktów w surowych testach zderzeniowych EuroNCAP. Jest to efekt wieloletniego zaangażowania firmy w zapewnienie bezpieczeństwa kierowcom i pasażerom samochodów.

Alfa 159 to najbezpieczniejsze auto w grupie sedanów. To opinia specjalistów z EuroNCAP, ujednoliconego, europejskiego programu crash-testów, którym poddawane są samochody wszystkich producentów. W klasyfikacji końcowej, opracowanej po uwzględnieniu potencjalnych urazów ponoszonych przez pasażerów przy zderzeniu czołowym i bocznym, Alfa 159 uzyskała maksymalną punktację: pięć gwiazdek. Kolejne cztery zdobyła w teście na bezpieczeństwo dzieci. To też znakomity rezultat – do tej pory żaden samochód nie uzyskał lepszego.

Sukces Alfę 159 jest nagrodą za wysiłki sięgające swymi początkami lat sześćdziesiątych XX wieku. Kiedy w 1976 roku powstał Ośrodek Bezpieczeństwa w Orbassano (Turyn), firma już od 15 lat posiadała laboratorium do badań nad testami zderzeniowymi. Dzisiaj jego infrastruktura należy do najbardziej zaawansowanych na świecie. To właśnie tutaj, wśród samochodów i manekinów używanych do testów, spróbujemy opowiedzieć o tym, jak powstaje bezpieczeństwo na miarę pięciu gwiazdek.

– Odległe są już czasy, gdy symulacje wypadków robiono na pasie lotniczym aeroklubu, za pomocą radia powodując zderzenie dwóch samochodów sterowanych z helikoptera – opowiada Filippo D'Aprile, szef Vehicle&Concept Integration.

– Od tamtej pory wykonaliśmy około 15 tysięcy crash-testów. Teraz te próby są przeprowadzane według precyzyjnych zasad, z zastosowaniem antropomorficznych, czyli podobnych do człowieka manekinów, wyposażonych w specjalne czujniki, które pozwalają ocenić skutki zderzenia.

W latach osiemdziesiątych celem testów zderzeniowych było zagwarantowanie w aucie strefy bezpieczeństwa zapobiegającej zgnieceniu kabiny i przesunięciu kierownicy do tyłu. W ciągu ostatnich dziesięciu lat testy stają się coraz bardziej surowe. Nie ma już uderzeń o ścianę, lecz o barierę, która symuluje wytrzymałość na deformację drugiego samochodu.

Ponadto, przeprowadza się zderzenia nie tylko czołowe, lecz również od strony kierowcy i z boku.

Równie zaawansowane są także manekiny, które podczas testów coraz wierniej odzwierciedlają człowieka. Celem badań jest przecież poszukiwanie optymalnej zgodności między próbami laboratoryjnymi a prawdziwymi wypadkami.

– Obserwacja sytuacji na drogach pozwala producentom samochodów określać najpilniejsze zadania – wyjaśnia Enrico Becchio, prowadzący Ośrodek Bezpieczeństwa od 2004 roku.

– W latach osiemdziesiątych najważniejszą sprawą było opracowanie ochrony niewrażliwych części ciała osób podróżujących samochodem, czyli głowy i klatki piersiowej. Kiedy pasy bezpieczeństwa i poduszki powietrzne zmniejszyły



ryzyko ich urazów, zajęto się ochroną nóg. Zawsze, gdy testy potwierdzą, że cel postawiony w ochronie został osiągnięty, powstają i zaczynają obowiązywać nowe standardy bezpieczeństwa. One z kolei wymuszają poszukiwania jeszcze lepszych rozwiązań. Stosowanie niezawodnych materiałów, wykorzystywanie technik konstrukcyjnych, które jeszcze niedawno były na etapie eksperymentów, pozwala opracowywać coraz bardziej wyrafinowane systemy ochrony pasażerów. Warto przypomnieć sobie, jak wiele w tej dziedzinie zmieniło się w ciągu ostatnich 20 lat. Powstały i upowszechniły się różnego rodzaju poduszki powietrzne, pasy bezpieczeństwa otrzymały napinacze, opracowano konstrukcję zagłówków, które minimalizują niebezpieczeństwo złamania kręgow szyjnych. Szkielety nadwozi samochodów zaczęły pochłaniać energię zderzenia, a do ich budowy zaczęto stosować stal o wysokiej wytrzymałości i najnowsze technologie łączenia elementów. W drzwiach pojawiły się belki wzmacniające. Efektem tych i innych, niewymienionych tu zmian, jest olbrzymi przeskok jakościowy w standardach bezpieczeństwa biernego w stosunku do samochodów poprzedniej generacji.

– Sukces Alfę 159 w EuroNCAP – wyjaśnia Filippo D'Aprile – jest przede wszystkim zasługą dobrego projektu. Konstrukcje naszych najnowszych modeli powstały z myślą o bezpieczeństwie



z zastosowaniem najnowocześniejszych technologii projektowych i konstrukcyjnych. Na przykład użycie specjalnych stali i blach o zmiennej grubości, zastosowanie lasera i zwiększenie liczby spawów w węzłach konstrukcyjnych pozwala na osiągnięcie wysokiej wytrzymałości nadwozia bez jego obciążania.

Kiedy w Alfie Romeo powstaje projekt nowego samochodu, na samym początku określone są wymagania bezpieczeństwa i wyznacza się osobę odpowiedzialną, która ma obowiązek zagwarantować ich osiągnięcie, śledząc cały proces: projekt, rozwój, produkcję.

Bezpieczeństwo bierne na dobrym poziomie nie zależy od liczby poduszek powietrznych w samochodzie. Powstaje dzięki idealnemu zintegrowaniu wszystkich systemów pojazdu. Dlatego fundamentalną kwestią jest stosowanie coraz bardziej niezawodnych modeli symulacyjnych. Komputer umożliwia bowiem dopracowanie do doskonałości konstrukcji nadwozia oraz symulowanie niewiarygodnej ilości wirtualnych crash-testów, zanim jeszcze zostanie wykonany prototyp nowego samochodu. Można poddać analizie również niewielkie części jego struktury, robiąc niezwykle wyrafinowane mikrobadańia. Kiedy więc z wirtualnych testów przechodzi się do prawdziwych, duża część poprawek jest już wprowadzona.



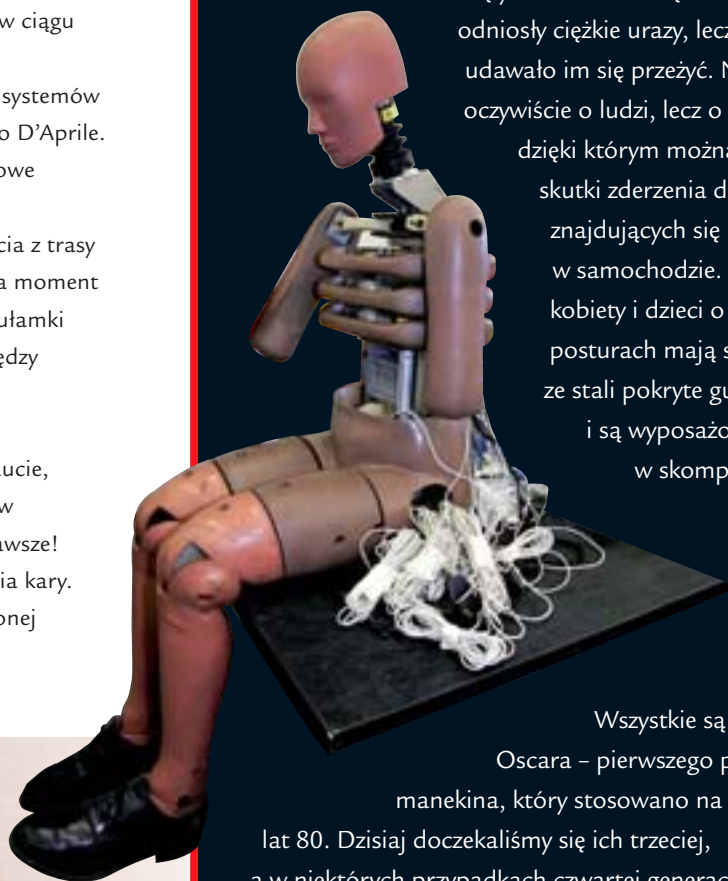
W ostatnim dziesięcioleciu, między innymi dzięki zachęce ze strony EuroNCAP, bezpieczeństwo podróżowania stało się jednym z najważniejszych celów firm motoryzacyjnych. Inwestowanie w bezpieczeństwo oznacza również większą sprzedaż. Klienci bowiem przykładają do tego aspektu dużo większą uwagę, niż kiedyś, i są bardziej wymagający. Jakich innowacji powinniśmy się zatem spodziewać w ciągu najbliższych dziesięciu lat?

– Przede wszystkim przyszedł czas na zintegrowanie systemów bezpieczeństwa biernego i aktywnego – mówi Filippo D’Aprile.
– W samochodach będą instalowane na przykład nowe urządzenia typu „pre-crash”. To system czujników, który przewiduje możliwość wypadku lub wypadnięcia z trasy i uruchamia poduszki powietrzne, napinacze, itp. na moment przedtem, zanim nastąpi zderzenie, zyskując cenne ułamki sekund. Musimy poprawić również komunikację między drogą i pojazdem. Reasumując, przyszłość polega na elektronice.

Niezależnie jednak od systemów zastosowanych w aucie, podstawowym zabezpieczeniem jest zapinanie pasów bezpieczeństwa i stosowanie fotelików dla dzieci. Zawsze! Rezygnacja z tego oznacza nie tylko ryzyko zapłacenia kary. To przede wszystkim zmarnowanie całej pracy włożonej w to, by samochód był jak najbezpieczniejszy.

TYSIĄC ŻYWOTÓW POTOMKÓW OSCARA

Wzięły udział w dziesiątkach wypadków, odniosły ciężkie urazy, lecz zawsze udawało im się przeżyć. Nie chodzi oczywiście o ludzi, lecz o manekiny, dzięki którym można ocenić skutki zderzenia dla osób znajdujących się w samochodzie. Mężczyźni, kobiety i dzieci o różnych posturach mają szkielety ze stali pokryte gumą i są wyposażone w skomplikowane czujniki.



Wszystkie są prawnukami Oscara – pierwszego prymitywnego manekina, który stosowano na początku

lat 80. Dziś doczekaliśmy się ich trzeciej, a w niektórych przypadkach czwartej generacji. Manekiny „Hybrid III” zostały zaprojektowane, by badać siły, które pojawiają się podczas zderzeń czołowych, a „EuroSID II” podczas zderzeń bocznych. Wszyscy producenci samochodów stosują takie same manekiny – gwarantuje to powtarzalność wyników testów oraz ich porównanie.

Ośrodek Bezpieczeństwa w Orbassano dysponuje całą rodziną manekinów. Po każdym crash-teście są dokładnie badane, a ich „zdrowie” – czyli odpowiadanie określonym normom, sprawdza się podczas tzw. kalibrowania, przeprowadzanego co sześć miesięcy w części mechanicznej i raz w roku pod względem elektroniki. Sala kalibracji w Orbassano jest najnowocześniejsza i najlepiej wyposażona na świecie.



DUCATI – STYL I SPORTOWE SUKCESY

FILIPPO GALLINO

Alfa Romeo i Ducati Corse, dwie kultowe włoskie marki, współpracują ze sobą, by promować na świecie włoski styl i technologię.

Na torach wyścigowych Ducati może się poszczycić całą serią zwycięstw w Mistrzostwach Świata Superbike, a w 2003 roku firma wróciła z sukcesami również do Mistrzostw Świata MotoGP.

Osiągnięcia w sporcie Ducati przenosi od ponad 50 lat na swoje maszyny przeznaczone dla zwykłych motocyklistów. Modele konstruowane i produkowane dla nich zapisały się w historii motoryzacji. Nazwy takie jak Diana, Darmah, Pantah, Scrambler i Paso stały się symbolami nieporównywalnych osiągnięć i niestarzejącego się włoskiego stylu.

Współczesne klasyczne modele, takie jak Monster i Multistrada, stały się punktami odniesienia w swojej kategorii.

A 999 – mistrz świata klasy Superbike – to majstersztyk stylu i godny następcą modeli 916.

Ducati zbudowało w świecie motocykli markę szczącą się tradycją i renomą. Stworzyło też wielką międzynarodową wspólnotę miłośników marki.





RADIOWE POCZĄTKI

Na początku swej działalności firma Ducati nie miała nic wspólnego z motoryzacją i produkcją jednośladów. Gdy w 1926 roku rodzina Ducati założyła w Bolonii Società Radio Brevetti Ducati, zamierzała wytwarzać podzespoły dla rodzącego się przemysłu radiowego. Pierwszy jej produkt, kondensator Manens do aparatów radiowych, odniósł olbrzymi sukces na całym świecie. Jednak pod koniec II wojny światowej zakład w Borgo Panigale został całkowicie zniszczony. Bracia Ducati nie poddali się i zdecydowali na produkcję wyrobu, który mógł znaleźć klientów w ciężkich powojennych czasach. We wrześniu 1946 roku pojawił się Cucciolo – mały silnik montowany do rowerów. Cieszył się on ogromnym powodzeniem, co spowodowało, że w firmie zaczęto pracować nad rozwojem konstrukcji. W krótkim czasie Cucciolo stał się prawdziwym motocyklem w miniaturze.

W 1952 roku powstał futurystyczny skuter Cruiser z silnikiem o pojemności 175 cm³, wyposażony w automatyczną skrzynię biegów. Cztery lata później w gamie Ducati pojawił się silnik tej samej pojemności z czterema biegami, przeznaczony do modeli Turismo, Special i Sport, które osiągały prędkości 110, 120 i 135 km/h. W 1958 roku wynaleziono system desmodromiczny (rodzaj rozrządu). Z tego projektu w 1960 roku zrodził się słynny dwucylindrowy model o pojemności 250 cm³, zamówiony w Ducati przez światowej sławy angielskiego kierowcę wyścigowego Mike'a Hailwooda, któremu zależało na pojeździe o najwyższych osiągnięciach, mogącym mu zapewnić zwycięstwa.



CORAZ SZYBCIEJ

W 1964 roku do prestiżowej serii jednocylinrowych motocykli dostępnych na rynku dołączyły również modele 250 cm³ typu Diana, Monza Aurea, a później G. P., osiągający prędkość bliską 150 km/h, co w tamtych czasach stanowiło naprawdę wyjątkowy wyczyn. Z tego modelu wywodzą się wszystkie jednocylinrowe Ducati, aż do bardzo znanych Scramblerów o pojemnościach 250, 350 i 450 cm³.

W 1964 roku wraz z motocyklem Mach 250, który przekroczył próg 150 km/h, Ducati zdobywa serca sportowców.

A w 1968 roku oczarowuje ich fantastycznymi osiągnięciami (ponad 170 km/h) modelu 450 Mark 3D – pierwszego seryjnego Ducati wyposażonego w rozrząd desmodromiczny.

Koniec lat sześćdziesiątych zbiegł się z boomem na duże motocykle. 23 kwietnia 1972 roku Ducati powróciło na wyścigi, biorąc udział w zawodach 200 Mil w Imola, z premierowym dwucylindrowym modelem 750, wyposażonym w rozrząd desmodromiczny, prowadzonym najpierw przez Paula Smarta, a potem Bruno Spaggiariego. Z wyścigowej 750 wywodzi się wyjątkowy sportowy model 750 Super Sport.

NAGI MOTOR

W 1983 roku Ducati kupili Claudio i Gianfranco Castiglioni – dwaj miłośnicy motocykli i wyścigów. Zaczął się nowy etap w historii firmy. W 1993 roku powstał Monster, niezwykle wprost

Ducati, którego konstrukcję ograniczono do niezbędnego minimum. Zyskał nazwę nagiego motoru i szybko stał się kultowym modelem, interpretując w fascynujący sposób nową koncepcję motocykla klasy „naked bike”.

Sportowy trend Supersport trwał nadal, a w 1994 roku powstał model 916, powodując kolejną rewolucję na rynku, tym razem wśród motocykli sportowych z wysokimi osiągnięciami. 916 zdobył tytuł „Motocykl roku”, nadany mu przez najbardziej prestiżowe czasopisma na świecie.

Pomimo innowacji w wyrobach i sukcesów na wyścigach, w 1995 roku Ducati wpadło w głęboki kryzys finansowy. Pechowe inicjatywy innych firm należących do Grupy Castiglioni spowodowały, że kontrola nad Ducati przeszła w 1996 roku do Texas Pacific Group. Amerykański fundusz inwestycyjny wniósł do Ducatii środki niezbędne do rozwoju, wprowadził też grupę nowych menedżerów.

SUKCES NOWEGO TYSIĄCLECIA

Dobra współpraca nowego zarządu z pracującymi w Ducati inżynierami odpowiedzialnymi za rozwój wyrobów spowodowała, że udało się uzdrowić firmę i w szybkim czasie osiągnąć rekordową sprzedaż oraz zyski. Wielkim sukcesem okazał się Monster Dark, w latach 1998 i 1999 najlepiej sprzedający się motocykl we Włoszech.



Rok 2000 zapoczątkował kolejne sukcesy w dziejach Ducati. Już w ciągu pierwszych kilku tygodni złożono ponad dwa tysiące zamówień na nowy motocykl zaprojektowany przez Pierre'a Terblanche. Model 999, następca niezapomnianego 996, w kilka miesięcy po wejściu na rynek, otrzymał jedno z najbardziej prestiżowych wyróżnień w świecie motocykli. Został uznany za „Motocykl Roku” przez angielskie czasopismo Motorcycle News. Ponadto, po trzech latach intensywnego rozwoju i oczekiwania ze strony motocyklistów całego świata, na drogach pojawiło się Ducati Multistrada. W ten sposób powstała nowa generacja motocykli sportowych. Jeśli chodzi o wyścigi, po seryjnych zwycięstwach w Mistrzostwach Świata Superbike, w 2003 roku Ducati Corse powróciło na tory Mistrzostw Świata GP z nowym motocyklem Desmosedici. Kierowcami fabrycznymi zostali Troy Bayliss i Loris Capirossi. Wyniki przewyższają najśmielsze oczekiwania: jedno zwycięstwo, dwa drugie miejsca, sześć trzecich miejsc, trzy pole positions i drugie miejsce w ogólnej klasyfikacji producentów. Reszta to historia naszych dni.

ALFA ROMEO I DUCATI RAZEM KU ZWYCIĘSTWU

Promowanie na całym świecie włoskiego stylu i technologii – takie zadanie postawiły przed sobą Alfa Romeo i Ducati. Na początku roku postanowiły przypieczętować współpracę łączącą firmy już w poprzednich latach. Obejmuje ona lansowanie wizerunku obu marek i działalność marketingową, ma przyczynić się do promowania na światowych torach zwycięskiego wizerunku motoryzacyjnych produktów „made in Italy”. – Razem będziemy obecni na torach Mistrzostw Świata MotoGP i Mistrzostw Świata Superbike – mówi Antonio Baravalle, szef Marki i Sprzedaży Alfa Romeo. – Ducati Corse może liczyć na najnowszą Alfę 159 w wersji sedan i Sportwagon. Samochody te stanowią flotę stajni w Borgo Panigale. Ich obecność na torach wyścigowych przyczynia się do promowania włoskiego stylu, który przecież jest nierozłącznie związany z markami Alfa Romeo i Ducati.

Federico Minoli



– Ducati i Alfa są znowu razem, by robić rzeczy wielkie. Alfa Romeo to wielka marka w przemyśle włoskim, partner z którego jesteśmy wyjątkowo dumni. Wierzę, że współpraca ta może zapewnić jeszcze większe sukcesy obu markom, rozślawiając włoską technologię na całym świecie – powiedział o porozumieniu obu firm Federico Minoli, prezes i dyrektor generalny Ducati Motor Holding.

Francesca Rech

JESTEM TYPEM ŚCIGANTA

Młody, piękny, bogaty.....

Zacznijmy od początku. Przede wszystkim nie taki młody. Mam już 28 lat. Co prawda, czuję się dużo młodziej, ale z drugiej strony jestem przerażony jak czas szybko upływa. Zbliżam się do tej pierwszej, przełomowej granicy – 30 lat. Piękny? Nie będę się na ten temat wypowiadał. Bogaty? Duchowo, owszem, tak (śmiech). Tak naprawdę jednak, to życiowo jestem spełniony, zajmuję się tym, co kocham i co sprawia mi niesamowitą frajdę, czyli żeglarsstwem. Wszystko dobrze się układa, choć w sporcie bywa różnie: są wzloty i upadki.

Co robisz? Pracujesz, studiujesz, czy tylko żeglujesz....

W tym momencie tylko pływam. Skończyłem studia – finanse i bankowość. Ich ukończenie było dla mnie trochę sportowym wyzwaniem. Po pierwszym roku miałem 2 lata przerwy, bo przygotowywałem się do olimpiady w Sydney. Postanowiłem jednak studia skończyć z tym rocznikiem, z którym je zacząłem. Zmobilizowałem się i... 4 lata zrobiłem w ciągu 2 lat. Rozpocząłem później drugi fakultet – informatykę, ale na razie dałem sobie spokój z nauką. Nie chcę w tym momencie robić niczego, co by mnie odciągało od sportowego życia.

Oglądasz świat od tej ładniejszej strony. Zauważasz to, czy nie masz czasu na jego kontemplację i patrzysz na niego tylko zza burty łódki?

Staram się zobaczyć coś więcej. Byłem w wielu atrakcyjnych miejscach na świecie i, gdy tylko czas na to pozwala, zwiedzam, poznaję lokalne klimaty, ludzi. Np. wyjazd – nagroda za Mistrzostwa Europy w 2001 roku – do Nowej Zelandii był super. Byłem tam również jako dziennikarz – miałem relacjonować Puchar Ameryki. To było bardzo ciekawe doświadczenie zawodowe, poznałem wspaniałych ludzi. Bardziej niż miejsca fascynują mnie zresztą ludzie i mam nadzieję, że kiedyś znajdę czas, żeby spotykać się z nimi towarzysko.

A masz jakieś inne pasje, zainteresowania?

Przede wszystkim jednak sportowe, i to te, które towarzyszą pływaniu. Uczę się windsurfingu, uwielbiam narty, choć nie bardzo znajduję na nie czas.

Masz jeszcze zupełnie inne hobby: polski rynek kapitałowy i fundusze inwestycyjne. Zarobiłeś przynajmniej na tej pasji?

Zacząłem się od tego, że miałem kiedyś sponsora – firmę, która zajmowała się funduszami inwestycyjnymi. To był początek lat dziewięćdziesiątych i ten sektor rynku finansowego dopiero raczkował. Zainteresowałem się tą problematyką, pisałem pracę magisterską na ten temat.

Jeżeli chodzi o inwestycje, na ogół wybierałem bezpieczniejszy portfel, bo nie jestem typem ryzykanta i w operacjach finansowych staram się zachowywać bezpiecznie. Chciałem kiedyś robić interesy, ale nie udało się, finansowo również, i od tej pory unikam zajęć, które odciągają mnie od żeglarsstwa.

Sport olimpijski stoi obecnie na tak wysokim poziomie, że aby osiągnąć sukces nie można zajmować się czymś innym.

Porozmawiajmy o pieniądzach. Skąd możni sponsorzy? Łatwo było ich znaleźć?

Żeglarsstwo jest drogim sportem i tylko w Polsce porywają się na niego ludzie, którzy są biedni. Właściwie wśród sponsorów na pierwszym miejscu powinienem umieścić moich rodziców. Przez długi czas byli moim głównym sponsorem. Początki, kilkanaście lat temu, były łatwe. Za niewielkie opłaty wysyłało się dzieciaka do klubu i jakoś to wszystko się kręciło, kluby miały pieniądze, finansowały obozy i wyjazdy. Teraz jest inaczej. Mam sponsorów, lecz nigdy nie jest tak, aby budżet domykał się w 100 procentach. Ale nie jest też źle. W żeglarsztwie łatwo jest znaleźć sponsorów, którzy wspierają zawodnika produktami. Mam np. firmę, która mnie ubiera, mam firmę która dostarcza mi drobny osprzęt, no i Alfę Romeo, która mnie wspiera. Jeżdżę na zawody samochodem tej marki. Alfa świetnie się z żeglarsstwem łączy, ma takiego sportowego ducha... Cieszę, że udało mi się nawiązać współpracę z firmami, które są blisko moich pasji i zainteresowań.

Czyli interesujesz się również motoryzacją?

O, tak. Fanem motoryzacji jestem od zawsze, a miłośnikiem Alfę Romeo od bardzo wielu lat. Moja fascynacja tymi autami



Z Maciejem Grabowskim o żeglowaniu,
funduszach inwestycyjnych, sponsorach
i samochodach rozmawia
Anna Lubertowicz-Sztorc



FOT. T. IGNATOWICZ



zaczęła się na początku lat dziewięćdziesiątych – do tej pory pamiętam piękną, czerwoną Alfę Romeo 164, którą mieli znajomi. Ja miałem czerwoną Alfę Romeo 147. Teraz jeździ nią mój brat. Te samochody są ponadczasowe... Jestem mało odporny na uroki auta. Zdarzało mi się wsiadać w moją 147-kę, jechać przed siebie i cieszyć się z mijanych kilometrów.

Czym jeździ fan motoryzacji?

Samochód jest dla mnie bardzo ważny, bo spędzam w nim wiele czasu. Jeżdżę Alfą Romeo 156 Sportwagon, kolor srebrny, silnik 2.4 turbodiesel. W podróż zabieram ze sobą bardzo dużo rzeczy i czasem samemu trudno mi uwierzyć, że do tego auta aż tyle się zmieści. Ostatnio miałem okazję jeździć Brerą z silnikiem 3.2 z napędem na cztery koła – niesamowity sprzęt. Gdybym miał jakieś pieniądze, to zainwestowałbym właśnie w takie auto. Marzy mi się również Alfa Romeo 159 kombi. To ładny i praktyczny samochód. Zanim jeszcze pojawiła się na rynku, poszukiwałem jej szpiegowskich zdjęć. Samochód marzeń? Alfa Romeo Spider. I mówię to bez kokieterii.

Czy sprzęt, łódka są tak samo ważne jak człowiek, jego talent i umiejętności?

W przypadku klasy laser, w której startuję, sprzęt nie jest aż tak ważny. Jest jeden producent tego typu łódek, więc szanse zawodników są wyrównane.

Tak więc wpływ zawodnika na wynik jest znaczący.

Laser to najtańsza z łódek klasy olimpijskiej. Kosztuje około 6 tysięcy euro. Takie łódki zazwyczaj kupuje się raz do roku

lub dwie w ciągu sezonu, plus sporo żagli, masztów.

Najwięcej wydaję na wyjazdy, konsultacje z trenerami, ich wynajęcie. Dobrzy są bardzo drodzy. Ja sam, żeby jakoś łątać dziury w budżecie, wynajmuję się jako trener. Pomagałem np. olimpijskiemu teamowi kanadyjskiemu.

Tak sobie radzą czołowi żeglarze w mojej klasie. Im dłużej utrzymuję się na światowym topie, tym większe mam możliwości. Szukanie sponsorów i organizowanie sobie budżetu to też fajna przygoda, również zawodowa.

Największy sukces, najbardziej znaczące sportowe przeżycie...

Dla mnie niesamowitym przeżyciem, ukoronowaniem wszystkich trudów, wyrzeczeń i przygotowań była olimpiada w Sydney. Ogromne emocje towarzyszyły mi w momencie wejścia na stadion podczas ceremonii otwarcia. Obecność 100 tysięcy kibiców, którzy po części przyszli również dla mnie, sprawiła, że poczułem się wspaniale, naprawdę wyjątkowo. W tym momencie uświadomiłem sobie, że chciałbym przeżywać takie uczucia jeszcze kilkakrotnie. Wtedy też zrozumiałem, dlaczego tak ważny dla sportowca jest udział w olimpiadzie. Szkoda mi tych sportowców, którzy mimo to, że startowali na igrzyskach, nie brali udziału w ceremonii otwarcia. Również wygrane przeze mnie Mistrzostwa Europy w 2001 roku to ważny dla mnie sukces. Do tej pory lubię patrzeć na wyniki z tamtej imprezy i przypominać sobie jak żeglowałem. Najwięcej satysfakcji daje jednak czasem gorszy wynik, ale taki, który trudno było osiągnąć, wywalczyć. Czasem mam więcej satysfakcji z 10 lub 11 miejsca niż z medalu.



FOT. T. IGNATOWICZ

Przygotowujesz się do olimpiady w Pekinie. Czy Twój start podczas tej imprezy jest już pewny?

Jeszcze nie. Mam – co prawda – znacznie lepsze wyniki niż pozostali polscy zawodnicy, ale to, czy wystartuję w Pekinie zadecyduje się w przyszłym roku. Będę starał się wygrać kwalifikacje, mam na to realne szanse, ale w sporcie bywa różnie...

Co dodaje zawodnikowi skrzydeł – sukces, rywale, miłość?

Jestem typem ściganta. Mnie napędza i podnieca rywalizacja. Na nartach też staram się jechać szybciej i lepiej niż inni. W żeglarswie, tym, co motywuje mnie do wysiłku, jest świadomość, że są obok ludzie lepsi ode mnie. W czasie zawodów jestem w stanie wyrzesać z siebie niesamowite pokłady siły i energii. I jest to coś wspaniałego...

Nie odnosisz wrażenia, że żeglarsko jest traktowane w mediach po macoszemu? Dlaczego tak się dzieje?

W żeglarskim trudno o spektakularne akcje, takie jak np. w piłce nożnej. Dla nieznających tego sportu ludzi jest to dyscyplina dość trudna. Samych olimpijskich kategorii jest 11. Aby o tym sporcie opowiadać, potrzebny jest dobry komentator i cierpliwy widz.

O czym marzy żeglarz na sportowej emeryturze?

Miałem okazję pływać na trochę większych łódkach, niż moja. Chciałbym kiedyś sprawdzić się w oceanicznych regatach. Na razie jednak myślę o medalach i o walce o nie. To jest ta motywacja, która każe mi trenować, startować, walczyć.

Czego życzy się żeglarzom?

Stopy wody pod kilem, połamanie masztów, no i pomyślnych wiatrów...

MACIEJ GRABOWSKI

Urodzony 2 marca 1978 roku w Gdyni. Klub SEJK Pogoń Szczecin. Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, kierunek Finanse i Bankowość. Student II roku kierunku Informatyki i Ekonometrii na Wydziale Zarządzania UG. Kawaler. Żeglowanie rozpoczął na łódce klasy Optimist w wieku 8 lat w klubie MZKS Arka Gdynia. Od 1993 roku jest w olimpijskiej klasie laser, w której to startuje do dzisiaj. We wszystkich zawodach zaliczanych do Pucharu Świata plasuje się zawsze w pierwszej piątce. Jest 18-krotnym medalistą mistrzostw Polski. Ma na koncie tytuł mistrza świata studentów, mistrza Europy z 2001 roku, oraz 2 brązowe medale mistrzostw Europy. Dwukrotnie startował w igrzyskach olimpijskich: w Sydney zajął siódmą pozycję, a w Atenach był jedenasty.



FOT. SATIZ POLAND

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA (TYLKO NIEKTÓRE):

Najlepszy sportowiec Gdyni 2000 i 2001
Sportowiec Roku w plebiscycie internautów, 2001
Nagroda dziekana Wydziału Zarządzania za zdobycie mistrzostwa Europy w klasie laser, 2001
Nagroda ministra edukacji narodowej za zdobycie złotego medalu Letniej Uniwersjady, 1999
Nagroda prezydenta miasta Gdyni za zdobycie tytułu „Sportowe Objawienie Miasta Gdyni”, 1999
Nagroda prezydenta miasta Gdyni za Wybitne Osiągnięcia w Dziedzinie Sportu za rok 1998

TOMASZ LIBICH

NA DESCE Z LATAWCEM

„Niesamowite”, „zapierające dech w piersiach”, „szokujące” – tak o kitesurfingu mówią wszyscy ci, którym choć raz dane było zasmakować tego morskiego szaleństwa.



Za wynalazcę kitesurfingu uważany jest Holender, Gijsbertus Adrianus Panhuizen. Choć pływanie na desce z latawcem należy do najmłodszych sportów wodnych, rozwija się niezwykle dynamicznie. W Polsce każdego roku przybywa mu kilkuset nowych entuzjastów.

Co najbardziej w kitesurfingu pociąga ludzi? – Bez wątpienia jest to niesamowita frajda, a możliwość uniesienia się nad wodą zostawia niezapomniane wrażenia – mówi Bartosz Kosmider, właściciel agencji reklamowej z Warszawy. – Jeszcze dwa lata temu uparcie twierdziłem, że najlepszym sportem na świecie jest snowboard, a na lato paragliding. Dopiero kiedy po raz pierwszy zobaczyłem kite w powietrzu, stwierdziłem „To jest to!”. Oto bowiem ujawniło się przede mną... połączenie snowboardu z paraglidingiem. Była to prawdziwa miłość od pierwszego wejrzenia. Największa zaleta kitesurfingu? Ogromna radość jaką daje ten sport, szybkość postępów w nauce pływania oraz cała otoczką, czyli ludzie, plaża, słońce...

ZACZYNAMY

Czy uprawianie kitesurfingu jest trudne? Eksperti twierdzą, że choć najbardziej skomplikowane ewolucje wymagają rzeczywiście mistrzowskiej wprawy, to podstawowe umiejętności pozwalające na samodzielne pływanie można nabyć już po kilku godzinach nauki, a po paru dniach swobodnie pływać pod wiatr i wykonywać proste skoki.

Naturalnie czas potrzebny do opanowania podstawowych technik kitesurfingu jest różny i zależy od wielu czynników, takich jak warunki pogodowe, miejsce nauki, doświadczenie instruktora, własne predyspozycje i motywacja.

Warto podkreślić, iż dobra kondycja fizyczna na pewno znacznie pomaga w nauce, jednakże kitesurfing z powodzeniem uprawiać mogą także osoby, które na co dzień nie mają czasu na sport.

Najlepiej stawiać swe pierwsze kroki w tym sporcie w którejś z licznych szkółek kitesurfingowych. Pozwala to zaoszczędzić czas, pieniądze (ćwiczy się na wypożyczonym sprzęcie) i przez cały okres nauki zachować poczucie bezpieczeństwa.

A poza tym, to doskonała okazja do poznania innych ludzi, zafascynowanych zarówno amatorskim, jak i bardziej profesjonalnym uprawianiem tego sportu.

Kurs dla początkujących, który trwa około czterech godzin, to koszt rzędu 400 zł. W tej cenie otrzymać możemy podstawowe szkolenie z zakresu teorii, sterowania latawcem i bezpieczeństwa oraz postawić pierwsze kroki na wodzie.



GDZIE LATAĆ

Minimalna prędkość wiatru potrzebna do uprawiania kitesurfingu to około pięciu węzłów. Ażeby jednak nie tracić wysokości względem wiatru, lepiej pływać przy prędkości optymalnej – to jest około 8-10 węzłów.

Zdaniem ekspertów, w Polsce najlepsze warunki do nauki i uprawiania kitesurfingu można znaleźć nad Bałtykiem, w rejonie Zatoki Puckiej. O atrakcyjności tej lokalizacji decyduje płytka woda oraz dobre wiatry. Dzięki temu najłatwiej stawiać tu pierwsze kroki. Prócz tego, największe w kraju skupienie szkółek kitesurfingowych znaleźć można na Mierzei Helskiej.

Należy jednak pamiętać, że lepiej jest unikać miejsc zatłoczonych przez innych adeptów, ponieważ z reguły maleje tam bezpieczeństwo nauki.

Nie jest to zresztą sport do uprawiania wyłącznie na morzu.

Jak najbardziej nadają się do tego również jeziora – ważne jednak, by teren w pobliżu nie był zbyt zadrzewiony, może to bowiem powodować zawirowania wiatru i w efekcie utrudniać panowanie nad latawcem.

Warto też wiedzieć, że gdy skończy się sezon letni, wystarczy zamienić deskę surfingową na snowboardową lub narty (ewentualnie łyżwy) i w zimie możemy uprawiać „snowkiting”.





GROMADZIMY SPRZĘT

W sporcie tym wszystko zmienia się niezwykle szybko.

Dlatego informacje dziś aktualne i przydatne po kilku miesiącach mogą być zdezaktualizowane. Dotyczy to na przykład wyboru odpowiedniego sprzętu, działania systemów bezpieczeństwa, czy nawet kwestii związanych z samym pływaniem, jak start latawca z wody. Obecnie rozróżniamy cztery podstawowe typy desek – twintip, directional, mutant i wakeboard. Różnią się one między innymi długością. Krótkie z reguły lepiej sprawdzają się przy mocnym wietrze, a długie lepiej są przystosowane do pływania w warunkach słabego wiatru oraz znacznie ułatwiają stawianie pierwszych kroków w tej dyscyplinie sportu.

Do najpopularniejszych kite'ów należą dmuchane latawce czterolinkowe. Standardowa długość linek to 27 metrów. Tu ciekawostka: wśród kitesurferów funkcjonuje pojęcie „chicken-loop”. Powstało z pojawieniem się latawców czterolinkowych (wcześniej powszechnie używano dwulinkowych, które nie posiadały regulacji mocy). Tymczasem latawce czterolinkowe, dzięki chicken-loopowi wprowadziły możliwość natychmiastowego zmniejszenia mocy latawca i przez pewien czas uważane były za sprzęt dla tchórzy (z ang. chicken-out – wystraszyć się).

Dostrzegając modę na uprawianie tego sportu, projektanci prześcigają się w kreacji coraz to lepszych rozwiązań technicznych, a producenci oferują każdego roku kilkanaście nowych modeli desek oraz latawców.

Jednocześnie bardzo szybko rozwija się również rynek wtórny i handel sprzętem używanym.

Ze względu na rosnącą konkurencję lekko używany latawiec można już kupić w cenie około 3 tys. zł (nowy w granicach 3000-6000 zł) – wszystko zależy od rozmiaru i producenta. Deska w dobrym stanie technicznym, mająca na swoim koncie nie więcej niż jeden sezon, to koszt rzędu 1 tys. zł (nowa 1200-3000 zł). Można oczywiście znaleźć i starsze, bardziej zużyte modele latawca, płacąc za nie od 1000 do 2000 zł, ale zwykle należy się wówczas liczyć ze znaczną utratą osiągnięć, a niekiedy także bezpieczeństwa.

OSTROŻNIE Z UŻYWANYM SPRZĘTEM

Od stanu technicznego sprzętu zależy nasze bezpieczeństwo, dlatego zawsze należy zwracać nań uwagę. Na rynku wtórnym często pojawiają się na przykład niewiadomego pochodzenia latawce sprowadzane z zagranicy, używane wcześniej do testów, prototypy, albo też sprzęt, który ma za sobą mordercze godziny eksploatacji w szkołkach kitesurfingowych.

FOT. FORUM

FOT. Ł. NAZDRACZEW





Bardzo często przyciągają uwagę początkujących, ponieważ zwykle nie są oni w stanie odróżnić dobrej oferty od sprzętu kończącego już swój żywot, którego ktoś chce się szybko pozbyć. Warto więc zasięgać opinii fachowców, tym bardziej, że ceny latawców i desek, nawet używanych, są wysokie – a ich żywotność może już być znacznie ograniczona.

CERTYFIKAT IKO

Decydując się na wybór szkółki kitesurfingowej, warto zwrócić uwagę na to, czy może się ona wylegitymować certyfikatem International Kiteboarding Organization.

IKO uznawana jest obecnie za najlepszą międzynarodową organizację, spod której skrzydeł wychodzą instruktorzy. Jednocześnie stoi ona na straży odpowiednich standardów jakości i bezpieczeństwa w kitesurfingu.

Na zakończenie nauki w szkółce IKO kursant dostaje legitymację potwierdzającą poziom zaawansowania, która między innymi pozwoli na bezproblemowe wypożyczenie sprzętu również za granicą.

KILKA DAT Z HISTORII KITESURFINGU

- 1826** George Pocock żagiel w swoim jachcie zastępuje latawcem – to pierwszy udokumentowany przypadek.
- 1999** Moda na kitesurfing dociera do Polski.
- 2001** Na zawodach dominują tzw. deski kierunkowe, najpopularniejsze triki to „deadman” i „360”.
- 2003** Gama najpopularniejszych trików powiększa się o coraz bardziej skomplikowane: kiteloopy, downloopy, handle passy.
- 2004** Aaron Hadlow ze znaczną przewagą punktów pokonuje Gianima Aragno i Rubena Lentena w ogólnej klasyfikacji zawodów PKRA.
Ania Grzebińska wśród kobiet i Łukasz Koński w rywalizacji mężczyzn wygrywają w pierwszej edycji Pucharu Polski.



NAJPOPULARNIEJSZE TRICKI

Backloop – obrót o 360° w prawą stronę na prawym halsie (lub w lewą na lewym) z deską uniesioną w górę.

Backspin – obrót o 360° ciałem bez podnoszenia deski.

Blind – płynięcie tyłem deski do przodu. W tym celu należy odwrócić deskę o 180° w odwrotną stronę niż do switcha.

Board-Off – zdjęcie deski podczas skoku i ponowne jej założenie.

Downloop – kiteloop podczas gdy kitesurfer znajduje się wyżej niż kite.

Frontloop – trik analogiczny do backloopa z rotacją w odwrotną stronę, przez przednie ramię.

Frontspin – obrót ciałem o 360° w lewo na prawym halsie (lub w prawo na lewym halsie).

F16 – railey 360 z downloopenem.

Grab – złapanie deski podczas lotu.

Handle Pass – przełożenie drążka za plecami podczas skoku. Jeden z trudniejszych trików w kitesurfingu.

Heart Attack – board-off z ciałem ułożonym jak do dead-mana, trzymając ręką w dół deskę.

Judo Air – wyjęcie jednej nogi z footstrapu i wyprostowanie jej podczas skoku.

TALIZMAN ZWYCIĘSTWA

MARINO BUSSI

RL duetu Sivocchi-Guatta w akcji
podczas Targa Florio w 1923 r.



Quadrifoglio – czterolistna koniczynka, powszechnie uznana za symbol szczęścia – od lat widnieje na karoseriach modeli Alfy Romeo o najlepszych osiągnięciach sportowych.

Jak narodziła się ta tradycja? Trzeba sięgnąć do słynnych wyścigów i rajdów samochodowych w latach dwudziestych ubiegłego wieku. Uczestniczyły w nich, ze zmiennym szczęściem, również Alfę Romeo. Wystartowały też w 1923 r. w słynnym wyścigu Targa Florio na Sycylii, a na masce każdego z czterech samochodów modelu RL widniał biały romb z zieloną czterolistną koniczynką.

KONICZYNKA PRZYNOSI SZCZĘŚCIE...

W zawodach triumfował Ugo Sivocchi, tuż za nim metę minął Antonio Ascari, a na czwartym miejscu uplasował się Conte Masetti. Pecha miał tylko Enzo Ferrari, młody kierowca Alfę, którego do wycofania z wyścigu zmusiły kłopoty z silnikiem. Ale i tak zwycięstwo oraz aż trzy Alfę na czołowych miejscach prestiżowego wyścigu było fantastycznym sukcesem. W zespole uznano, że była to również zasługa czterolistnej koniczynki. Postanowiono, że od tej pory wszystkie samochody wyścigowe Alfę Romeo będą wyróżniane tym szczęśliwym emblematem.

O jego skuteczności przekonano się zresztą niedługo i to w sposób tragiczny. 9 września, w kilka miesięcy po swym wielkim triumfie w Targa Florio, zginął jego zwycięzca. Ugo Sivocchi testował inny model Alfę Romeo – P1 – którym miał startować w Grand Prix Włoch na torze w Monzy. Przed feralną próbą na masce auta nie zdążyła się pojawić czterolistna koniczynka.

Śmierć Sivacciego spowodowała, że Nicola Romeo, właściciel firmy Alfa Romeo, wycofał swój zespół z zawodów. Nie wystartował też więcej pechowy model P1. Natomiast podczas kolejnych zawodów bardzo pilnowano, by na samochodach umieszczano symbol Quadrifoglio (romby z ich tła zmieniono potem na trójkąty). Kierowcy uznali go za talizman i zaczęto go utożsamiać z Alfą Romeo. Dlatego zielony emblemat widniał odtąd na wszystkich najważniejszych wersjach sportowych i wyścigowych samochodów mediolańskiego producenta, od mistrzowskich P2, 158, 159, 33TT12 i 33SC12 po legendarne 6C 1500, 1750, 8C 2300, 2600, P3, GTA, SZ i współczesne modele Turismo. Szczęśliwy znaczek Quadrifoglio nie towarzyszył jednak wyłącznie zawodom samochodowym. Wraz z symbolem Alfę Romeo pojawiał się również na niebie i na wodzie. W 1931 r. podczas lotniczych mistrzostw Włoch startował samolot z silnikiem Alfę Romeo i rysunkiem koniczynki na dziobie (a był to okres, gdy silniki lotnicze Alfę nie miały sobie równych na całym świecie). W latach pięćdziesiątych zielony symbol zdobył również kadłuby łodzi Ezio Selvy i Mario Vergi, rządzących niepodzielnie w sportach motorowodnych.



P3 (1932), niekwestionowana królowa lat 30.

DLA GÓRNEJ PÓŁKI

Symbol koniczynki przez dziesięciolecia zdobył tylko wyścigowe wersje pojazdów. W 1963 r. po raz pierwszy zaszczytu posiadania znaczka dostąpiło auto „szosowe” – słynna Giulia Berlina 1.6 TI. Jej śladem poszły kolejne modele: w 1967 r. 33 Coupé Stradale, w 1968 r. Giulia Coupé 1300 GTA Junior, a w 1976 r. Alfasud Sprint 1.3, 1.5 Veloce, Pus i Trofeo. Na początku lat osiemdziesiątych powstały dwa rodzaje Quadrifoglio: Oro (czyli złoty) dla samochodów „z górnej półki” i Verde (zielony) dla modeli sportowych i z najlepszymi osiągnięciami. I tak w 1982 r. na rynku pojawiły się Alfasud 1.5 Quadrifoglio Oro i TI Quadrifoglio Verde, a także Alfetta 2.0i Quadrifoglio Oro. Rok później firma wypuściła Alfę 6 2.5i Quadrifoglio Oro oraz auta serii 33 w wersjach Oro i Verde, a w kolejnych latach – Alfę 90 2.5i Quadrifoglio Oro i Alfę 75 2.5i Quadrifoglio Verde. Tradycję „przyznawania” znaczka Quadrifoglio wyróżniającym się modelem Alfę Romeo kontynuowano w kolejnych latach – otrzymały je m. in. Alfa Spider 2.0 oraz Alfa 33, następnie modele 145 i 164 ze zintegrowanym napędem. Najnowszym autem mogącym się pochwalić tym wyróżnieniem jest Alfa 156, model Crosswagon. Na tylnej części jej karoserii widać oznaczenie Q4.

Czwórka oznacza cztery napędzane koła.

Litera Q to właśnie skrót od Quadrifoglio.



GTA 1300 Junior

... I UTRWALA WIZERUNEK

W latach sześćdziesiątych czterolistna koniczynka była już na tyle rozpoznawalna, że Alfa Romeo zaczęła jej używać do utrwalenia swojego wizerunku i promocji marki. W październiku 1966 r. wyszedł we Włoszech pierwszy numer magazynu „il Quadrifoglio”, przeznaczonego dla klientów i koncesjonariuszy Alfę Romeo. Czasopismo miało dość burzliwe losy – zawieszono w 1973 r. w związku z trudnościami ekonomicznymi, powróciło na rynek w 1983 r. Zawieszono ponownie w 2002 r., ukazuje się w wersji online na oficjalnej witrynie Alfę Romeo. Jedynym zagranicznym „dzieckiem” magazynu jest polska edycja „il Quadrifoglio”, świadcząca o tym, jak wielkim uznaniem cieszy się w naszym kraju marka Alfa Romeo. Pierwszy numer ukazał się w lutym 2001 r. Pismo, po rocznej przerwie (w 2003 r.), z coraz atrakcyjniejszą szatą graficzną, wciąż towarzyszy polskim Alfistom.

Począwszy od lat siedemdziesiątych sportowy znaczek Alfę Romeo zaczął trafiać na odzież, torby, okulary, pióra, breloczki, itp. Gadżety z czterolistną koniczynką chętnie kupują klienci i miłośnicy marki.

DWIE SPLECIONE LEGENDY

Quadrifoglio – czterolistna koniczynka i Cavallino – konik. Te dwa symbole mają ścisły związek z Alfą Romeo. Pierwszy wywodzi się od zwycięstwa Ugo Sivocciego. Drugi wiąże się z Enzo Ferrarim, który zanim stworzył własną markę, był kierowcą Alfę Romeo. To właśnie trzylitrową Alfę RL triumfował Ferrari 17 czerwca 1923 r. na torze Savio w Rawennie. Wśród tłumu widzów byli na trybunach państwo Baracca, rodzice Francesca – asa lotnictwa włoskiego z czasów I wojny światowej, który, zanim zginął w 1918 r., stracił 25 wrogich samolotów. Aby wyrazić swój podziw dla kierowcy, podarowali Ferrarimu emblemat przedstawiający wierzgającego czarnego konia, jaki ich syn miał wymalowany na kadłubie swojej maszyny. Cavallino na stałe związał się z Ferrarim i jego samochodami.



Ten wyjątkowy salon zachwyci od progu.
Dostosowany do wysokich standardów
Alfy Romeo przyciąga klientów i buduje
zaufanie do tej światowej marki.



ALDONA GÓRNA, FOT. SATIZ POLAND

NOWE OBLICZE KRAKOWSKIEJ ALFY



Mieszczący się przy Alei 29 Listopada krakowski salon BWR Podolscy został otwarty w 2005 roku. Zarząd i pracownicy podkreślają, że droga do tego sukcesu była długa.

W prezentacji firmy BWR Podolscy nie sposób pominąć jej historii. Rozpoczyna się ona w 1980 roku, kiedy to powstał zakład mechaniki pojazdowej, który w pięć lat później uzyskał autoryzację Fiata. W 1991 roku firma poszerzyła swoją działalność o sprzedaż samochodów marki Fiat i w konsekwencji o współpracę z producentami Piaggio oraz Iveco.

Mając tak zabezpieczone kapitały, właściciele zaczęli myśleć o budowie nowej siedziby spółki. W 1996 roku pozyskali kolejnego inwestora (POL-MOT Holding S.A.) i zakupili działkę o powierzchni 1,2 ha. Budowa nowoczesnego obiektu została ukończona w 2000 roku, a pięć lat później nastąpiło uroczyste otwarcie światowej klasy salonu Alfa Romeo.

Jego wizytówką jest wystrój, podkreślający ekskluzywny charakter samochodów. Z zewnątrz salon BWR Podolscy wita klientów przeszklonymi powierzchniami, oprawionymi w srebrne ramy.

Są one zwieńczone fryzmem w tym samym kolorze, ozdobionym logotypami marki Alfa Romeo.

Wnętrze? Przestronne i przytulne zaprasza do podziwiania dzieł sztuki – najnowszych modeli Alfa. Na wprost od wejścia znajduje się, jak przystało na standardy marki, dobrze wyeksponowany punkt informacyjny. Tam też czekają profesjonalni prezenterzy, gotowi do wprowadzenia klientów w szeroki świat miłośników Alfa.

Odwiedzający mogą liczyć na pełne zaangażowanie ze strony sprzedawców, odpoczynek na wygodnych czerwonych sofach i tły znakomitej kawy. To wszystko sprawia, że krakowski salon nie jest tylko miejscem sprzedaży samochodów, ale przytulnym i rodzinnym zakątkiem dla miłośników marki.

Od początku istnienia firmy BWR Podolscy jej ideą jest zagwarantowanie rzetelnej realizacji zawieranych umów i stałe dążenie do doskonalenia standardu obsługi klientów.

Priorytetowym celem zarządu i pracowników jest uzyskanie takiego poziomu jakości, aby wszyscy klienci byli zadowoleni z kontaktów z firmą, zarówno podczas zakupu, jak i użytkowania samochodu. Piękny obiekt, utrzymany na najwyższym poziomie, domowa atmosfera i profesjonalna obsługa klientów to najlepszy przepis na sukces firmy.



DBAMY O CIEBIE!

Wacław Podolski, prezes firmy BRW PODOLSCY

Nasza firma jest drugim w Polsce salonem z Grupy Fiat, który zajmuje się sprzedażą tylko i wyłącznie samochodów jednej marki – Alfę Romeo. Odczuwamy duże zainteresowanie tą marką, czemu trudno się dziwić: każdy kolejny model jest wyjątkowy i niepowtarzalny. Piękna, włoska stylistyka przyciąga przede wszystkim hobbystów, którzy nie kryją wieloletniego przywiązania do znakomitego smaku i ekskluzywnego stylu tych samochodów. Staramy się docierać do nowych klientów, prowadzimy aktywny call-marketing i na bieżąco uzupełniamy naszą stronę internetową nowymi informacjami. Nie organizujemy tzw. Drzwi Otwartych, ponieważ de facto drzwi naszego salonu są otwarte przez cały czas dla wszystkich. Od momentu powstania salonu praktycznie co miesiąc odbywa się premiera nowego modelu Alfę Romeo, a to dla potencjalnych klientów najlepsza zachęta do odwiedzin.

Licząc na to, że struktura działania naszej firmy pozwoli na utrzymanie wysokiego standardu świadczonych przez nas usług i dotrzymamy naszej pierwotnej dewizy w stosunku do nabywców, która brzmi: Dbamy o Ciebie!

TEAM PODOLSCY

Rodzina Podolskich od lat szczyty sukcesami sportowymi na rajdach samochodowych. Urodzeni miłośnicy szybkich pojazdów: Wacław, Robert i Rafał od dawna biorą udział w wyścigach płaskich i górskich, wielokrotnie zdobywając medale oraz tytuły mistrzowskie.

Wacław Podolski, prezes firmy starty rozpoczął w 1972 roku, ale więcej czasu poświęcił na działalność w Polskim Związku Motorowym i automobilklubach (Kielecki, Krakowski, Krośnieński), niż na same zawody. Stąd i tytułów brak, choć jest wiele odznaczeń za działalność społeczną. Był managerem zespołu. Startował w wyścigach płaskich i górskich.



Rafał Podolski największe swoje sukcesy odnosił w 1998 roku, kiedy to zdobył tytuły: mistrza Polski w wyścigach płaskich – Grupa E- formuły, mistrza Polski w wyścigach górskich – klasa generalna, wicemistrza Europy Środkowej w wyścigach górskich – Grupa E- formuły. 2000 rok przyniósł mu 10 miejsce w pucharze Alfę Romeo.

Robert Podolski debiutował na torze w 1992 roku podczas Grand Prix Fiata 126, kilkakrotnie zdobył tytuł mistrza Polski w wyścigach górskich, zajął również 19 miejsce w pucharze Alfę Romeo.

Wacław Podolski



ANNA BORSUKIEWICZ, FOT. STANISŁAW RUDOWSKI

SPORTOWE SERCE W INTERNECIE

Internetowy Klub Alfa Romeo, w skrócie IKAR. Wśród organizacji skupiających miłośników samochodów Alfa Romeo ta jest chyba najoryginalniejsza.

Zarówno dlatego, że nie ma siedziby, a jedynie adres internetowy: www.cuoresportivo.pl (po włosku sportowe serce) jak i ze względu na swą wielkość. Spis klubowiczów liczy aż 4250 osób – mieszkańców dużych miast i niewielkich miejscowości w Polsce. Swymi „mackami” IKAR sięga również do wielu państw europejskich, a nawet Chicago.

– Nigdy nie weryfikowaliśmy liczby klubowiczów, choć wielu po zapisaniu się nie przejawiało aktywności – mówi Grzegorz Grątkowski, jeden z ikarowców. – Nie zamierzamy jednak wykluczać nikogo, kto jest biernym członkiem.

Listę dyskusyjną subskrybuje 611 osób, na większych zlotach obecnych jest ok. 120, w rajdach startuje 30-40 załóg. W większości są właścicielami samochodów Alfa Romeo, choć ikarowcem można zostać nawet nie mając auta. Wszystkich łączy jednak fascynacja marką Alfa Romeo i tym, co z nią związane, ale również zainteresowania ogólniejsze: śródziemnomorskim temperamentem, myślą techniczną i niepowtarzalną wyobraźnią, które stworzyły jedyną w swoim rodzaju estetykę pojazdów z Italii. „O wszystkich aspektach i odcieniach tego świata dyskutujemy co wieczór całymi godzinami i na pewno będziemy tak robić przez wiele lat” – piszą ikarowcy w zaproszeniu do swego klubu.

KOCHAM CIĘ...

I rzeczywiście dyskutują. A nawet wyznają miłość... Oczywiście Alfie. „Kocham ten samochód tak, jak kocha się słońce i gwiazdy”. „Gdyby była kobietą, byłby to związek mojego życia. Moja Alfa porusza serce i umysł, sięga w głąb duszy i kieszeni”. „Pewnie, że ma swoje dolegliwości, ale przecież w przeciwnym razie to nie byłaby Alfa”. „Oto samochód, którego od dawna pragnąłem. Oto mój krzys wieku średniego w całej pełni...”

To tylko kilka z opinii umieszczonych na stronie www.cuoresportivo.pl. Jej lektura wciąga. Zarówno tych, którzy, poszukując ogłoszeń o sprzedaży samochodów Alfa Romeo, o częściach zamiennych i warsztatach, bo są tu również informacje o rabatach na podzespoły i usługi. Znajdą też rady użytkowników różnych modeli, także tych starszych, dotyczące eksploatacji, napraw czy kupna używanego auta. Jednym z ostatnich przedsięwzięć na stronie klubu jest dział FAQ, czyli często zadawane pytania (skrót od frequently asked questions) – inaczej mówiąc, zbiór praktycznych porad eksploatacyjno-serwisowych. Klubowa strona jest również kopalnią wiedzy na temat Alfę Romeo – historii marki i firmy, jej modeli, ludzi z nią związanych, osiągnięć sportowych.





DZIECI IKAR-A

Na Dolnym Śląsku powstał Ik@r Wrocław, dysponujący własnym adresem www.wroclaw.cuoresportivo.pl.

W Wielkopolsce działa Pyra Team

(www.pyrateam.cuoresportivo.pl), organizujący liczne spotkania i wyjazdy, m.in. do Piły, na imprezy sportowe o nazwie Piła Oesik.

Krakowscy alfiści-internauci zjednoczyli się pod nietypową nazwą Fanta Team, określoną na ich stronie jako „rajdowo-wyścigowo-kulinarna”.

I rzeczywiście, pod adresem www.fanta-team.org można znaleźć opisy tras dla Alfistów, porady techniczne i przepisy kulinarne. Warszawiacy, zjednoczeni w Squadra di Varsavia, dysponują stroną www.varsavia.cuoresportivo.pl, gdzie także są uwagi na wszelkie tematy związane z Alfą Romeo oraz zaproszenia na ciekawe imprezy. Wielbiciele modelu 147 dyskutują na www.forum147.com. Wszystkich bowiem łączy miłość do cuore sportivo.

MOŻNA SIĘ SPOTKAĆ

Najważniejszą rolą strony www.cuoresportivo.pl jest jednak jednoczenie i organizowanie członków klubu IKAR. Nie został on zarejestrowany jako podmiot prawny. – Zarówno z braku takiej potrzeby, jak i ze społecznego charakteru, decyzji o niepobieraniu składek ani prowadzeniu księgowości oraz z obawy, że sformalizowanie klubu może prowadzić do sporów i podziałów – wyjaśnia Grzegorz Grątkowski. – Staramy się postępować wedle statutu klubu, którego wykonawcą są sami klubowicze i powołany przez nich zarząd klubu – dodaje inny ikarowiec, Stanisław Rudowski. Przez sześć lat istnienia IKAR przestał być tylko wirtualnym miejscem spotkań ludzi. Znajomości przerodziły się często w bliskie przyjaźnie. Sprawily to imprezy – zloty i spotkania, podczas których można publicznie pochwalić się ukochaną Alfą, zobaczyć inne, wymienić uwagi na ich temat. Można też sprawdzić swoje umiejętności podczas sportowych prób i przededefiniować w kolumnie Alf przed mieszkańcami miasta goszczącego zlot. Były już nimi Warszawa, Sopot, Leszno, Poznań, Rzeszów, Kraków, Kazimierz Dolny i Zamość. Zwłaszcza on zajmuje w sercach alfistów z Ikara miejsce szczególne – może ze względu na klimat miasta zaprojektowanego przez włoskiego architekta Bernardo Morando?



DEALERZY ALFA ROMEO W POLSCE

DOLNOŚLĄSKIE

ADF AUTO

Wrocław 53-015 Karkonoska 45
tel. 0-71 3343019, 3343000
sprzedawca certyfikowany:
Tomasz Alechnowicz

KUJAWSKO-POMORSKIE

PHU AUTEX

Halina i Andrzej Gajewscy
Bydgoszcz 85-737 Łęczyska 6
tel. 0-52 3601452, 3601400
sprzedawca certyfikowany:
Roman Kucharski

MAŁOPOLSKIE

POLINAR

Kraków 31-564 Ofiar Dąbia 14
tel. 0-12 4142477 w. 35, 4141122

BWR Podolscy

Kraków 30-435 Al. 29-Listopada 170
tel. 0-12 4150202

MAZOWIECKIE

BOŁTOWICZ

Warszawa 02-786 Rosoła 55
tel. 0-22 6492605, 6493050
sprzedawca certyfikowany:
Janusz Sasim

CARSERWIS

Warszawa 02-134 1-go Sierpnia 10
tel. 0-22 5737183, fax 0-22 8462135
sprzedawca certyfikowany:
Marek Babiński

DUKIEWICZ

Warszawa 04-190 Jubilerska 6
0-22 5151120, 5151100
sprzedawca certyfikowany:
Tomasz Zielak

PHUP AUTOSERVIS

Mława 06-500 Płocka 91
tel. 0-23 6544213, 6548006
sprzedawca certyfikowany:
Michał Radzki

PODKARPACKIE

AUTO-RES

Rzeszów 35-959 Rejtana 65
tel. 0-17 8676142
sprzedawca certyfikowany:
Piotr Baran

PODLASKIE

KONRYS

Konstanty Świerbiński
& Ryszard St. Kukielka
Białystok 15-703 Branickiego 19
tel. 0-85 7324500

POMORSKIE

CENTRUM MOTORYZACYJNE

AUTO-PLUS

Gdańsk 80-416 Gen. Hallera 132
tel. 0-58 3447271, 3410509
sprzedawca certyfikowany:
Tomasz Hekert

AUTO-DIUG

Iwona Diug
Ślupsk 76-200 Poznańska 74
tel. 0-59 8424033

ŚLĄSKIE

CENTRUM SPRZEDAŻY FIAT AUTO POLAND

Bielsko-Biała 43-300 Katowicka 24
tel. 0-33 8134442, 8134440

PHU Bilex Sp. z o.o.

Częstochowa 42-200 Drogowców 33/35
tel. 0-34 3664300

GANINEX Adam Gazda Adam Gazda

Katowice 40-203 Roździeńskiego 170
tel. 0-32 2036600, 2101000
sprzedawca certyfikowany:
Magdalena Pianowska, Jerzy Polok

ZUH EUROMOT

Żory 44-240 Kościuszki 79
tel. 0-32 4341579, 4347031
sprzedawca certyfikowany:
Arkadiusz Schmidt

WIELKOPOLSKIE

PM POL-CAR

Poznań 61-057 Gorzysława 9
tel. 0-61 8732110, 8732147
sprzedawca certyfikowany:
Grzegorz Dykczak, Mariusz Matyjaszek

KLUBY ALFA ROMEO W POLSCE I WE WŁOSZECH

POLSKA

MIA GIULIA ALFA ROMEO KLUB WROCŁAW

ul. Karkonoska 45, 53-015 Wrocław
Tel. 48-71-339 93 33

TI AMO ALFA CLUB

ul. Puszkina 50, 92-516 Łódź
Tel. 48-42-649 22 23

CLUB ALFA ROMEO POLONIA

ul. Gorzysława 9, 61-057 Poznań
Tel. 48-061-873 11 33

INTERNETOWY KLUB ALFY ROMEO „IKAR”

www.cuoresportivo.pl

WŁOCHY

REGISTRO ITALIANO

ALFA ROMEO (RIAR)

przy Alfa Romeo
Centro Direz.le - 20020 Arese (MI)

SCUDERIA DEL PORTELLO

przy Alfa Romeo
Centro Direzionale - 20020 Arese (MI)
internet: www.scuderiadelportello.org
e-mail: into@scuderiadelportello.org

AMICI DELL'ALFA ROMEO

„CARLO CHITI”

Via Lucio Cornelio Silla 156/d
20153 Milano - Tel. 02/3580090

DUETTO CLUB ITALIA

V.le Edoardo Jenner 136 - 00151
Roma tel. 06-53270512
fax 06-53277623
internet: www.duettoclub.it
e-mail: duetto@duettoclub.it

AlfaSPECIAL ITALIA A.S.

HISTORIC OWNERS TEAM

Via Elvira Miniscalchi 31 - 37139 Verona
Tel. 0337/481525-5582935,
Fax 045/8548049-8520906
Tel/Fax Sez.- Lombardia 02/2440071

ALFA BLUE TEAM

Via Donizetti, 24 - 20122 Milano
Tel. 02-5461155 - Fax 02/55181329

CLUB ALFA ROMEO SPIDER (CARS)

Via Concia 2A - 18100 Novara
Tel. 0321-692501

REGISTRO INTERNAZIONALE

TOURING SUPERLEGGERA

Via Milano, 130
21042 Caronno Pertusella (VA)
Tel. 02/9650767

ALESSANDRIA ALFA ROMEO CLUB

Via Vincenzo Capriolo 10
15100 Alessandria - Tel. 0131/218679

CLUB ALFA ROMEO

AUTO STORICHE GROSSETO

Via Canada 38 - 58100 Grosseto
Tel. 0564-454017

ALBACAR CLUB ALFA ROMEO

MONTICHIARI

Via O. Romero 43
25018 Montichiari (BS)
Tel. 030-9961399

ALFA CLUB BERLINE

Cas. Post. N. 6 - 37060 Sona (VR)
Tel. 0338/9128644

CLUB ALFA ROMEO STORICHE

Tel. 0368/3531971

CLUB ALFETTA GTV E ALFA 75

Via Lago di Albano 26
06034 Foligno (PG) - Tel. 0742-320642

GIULIETTA CLUB

Via Ferrarese 65 - 40128 Bologna
Tel. 0337-576625 / 051-564500
Fax 051/390986

CLUB ALFA ROMEO ROVIGO

C/O Hotel Cristallo
Viale Porta Adige 1 - 45100 Rovigo
Tel. 0425/30701 - Fax 0425/31083

ALFA ROMEO RACING CLUB

BITONTO

Via Giuseppe Laudisi 10
70032 Bitonto (BA) - Tel. 080-9511129

CLUB ALFA ROMEO GT BERTONE

Viale delle Terme 19
98050 Terme Vigliatore (ME)
Tel. 090-9781750

REGISTRO ALFA 90°

Via Postale 150
44033 Berra (FE)

ALFA 6-REGISTRO

INTERNAZIONALE PROGETTO 119

Via V.Monti 51 - 20123 Milano
Fax 02/48196299

ALFA CHALLENGE TEAM-VERONA

SEDE CENTRALE

P.zza Zara 9 - 37135 Verona
Fax 045/6020147

GIULIA CLUB ITALIA

Via Massarenti 51 - 40049 Medicina (BO)
Tel. 0360/871452 - Tel. 0338/7653724

ALFISSIMA OWNERS CLUB

Via Rocca Pendice 13
35031 Abano terme (PD)
Tel. 0348/2336415

CLUB ALFA ROMEO

„CUORE SPORTIVO”

Via del Vallerano, 32
00068 Rignano Flaminio
Tel. 0761-508596/ 0368-7253277

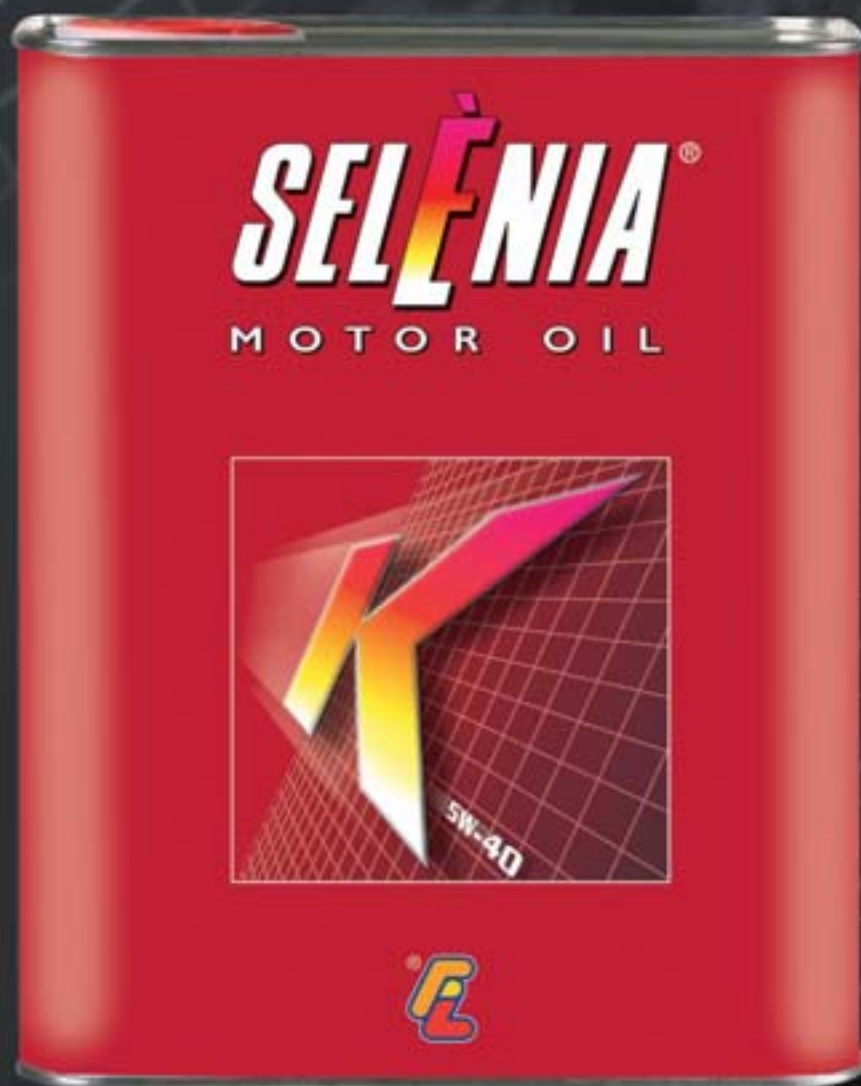
ALFA ROMEO CLUB „IL BIALBERO”

Viale Don Minzoni, 14
60035 Jesi (AN)
Tel. 0731-4240 - Fax 201139

NUVOLA C.A.R MAGENTA

Via 1° maggio, 79 - 20013 Magenta (MI)
Tel. 02-97290952 - 9471357
Fax 02- 9791132

Kluby Alfa Romeo istnieją w prawie
wszystkich krajach Europy oraz
w wielu państwach na świecie.
Pełna lista Klubów Alfa Romeo
znajduje się na www.alfaromeo.pl



ENGINE



PROTECTION

www.flpoland.pl



PIERWSZE 5 GWIAZDEK
W OCHRONIE SILNIKA

JVC

The Perfect Experience



Znajdź multimedialny punkt G z kamerą Everio G

HARD DISK CAMCORDER Series

Nawet 37 godzin nagrania

najdłuższy
czas nagrania
na jednym nośniku



Bez dodatkowych kosztów

bez płyt DVD
bez kaset



Szybki dostęp

do wybranych scen



Prosta edycja

bezpośrednio
w kamerze
funkcja play-listy



Łatwe kasowanie

niepotrzebnych
scen



Bez ryzyka

przypadkowego
wykasowania
nagranego materiału



KAMERA Z TWARDYM DYSKIEM **HDD**



- Twardy dysk 30 GB
- 10,5 godziny nagrania w jakości DVD

www.jvc.com.pl

JVC

The Perfect Experience

www.jvc.com.pl