

SPIDER – ESENCJA SPORTOWEGO SAMOCHODU

SPA
DLA DUSZY I CIAŁA

ALFA POD ŻAGLAMI



Numer 19 • Rok 5 • Wrzesień 2006 • Kwartalnik



®
Laura Guidi

AUTUMN-WINTER 2006/2007
WWW.LAURAGUIDI.PL

Alfa Romeo 



Szanowni Państwo

Miło mi spotkać się z Państwem po wakacjach. Letnie upały wprawdzie już się skończyły, ale przed nami równie gorący okres – przede wszystkim polska premiera Alfę Spider. Dziwią się Państwo, że ten wspaniały kabriolet pojawia się u nas jesienią? To już nie te czasy, gdy auta o otwartym nadwoziu były użyteczne tylko podczas pięknej pogody.

Obecnie służą przez cały rok, a nowy Spider jest tego najlepszym przykładem. Wszak dzięki elektrycznemu sterowaniu otwarcie dachu samochodu, lub jego zamknięcie, trwa kilka sekund i odbywa się po naciśnięciu jednego przycisku. Zaś automatyczna dwustrefowa klimatyzacja, zapewnia idealną temperaturę w każdych warunkach. Alfa Spider jest bohaterką tego numeru „il Quadrifoglio”.

Sądzę, że z ciekawością zapoznają się

Państwo z artykułami poświęconymi jej, jak również innym słynnym kabrioletom, będącym od lat specjalnością marki Alfa Romeo. Kontynuuje ona z sukcesami swoją ofensywę, wciąż uzupełniając gamę modeli 159 i wprowadzając do nich wiele nowości technicznych. Zachęcam zatem do lektury kolejnego wydania „il Quadrifoglio” oraz do bliższego zapoznania się z nowościami Alfę podczas jazdy próbnej.

*Redaktor Naczelny
Sylwester Baczkowski*

nr 19, rok 5
wrzesień 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 11 września 2006 r.



DLA DUSZY I CIAŁA

STRONA 28

4 WYDARZENIA

6 PREZENTACJA

Alfa Romeo Spider – esencja sportowego samochodu Model, który zadowoli najbardziej wymagających miłośników tego typu samochodów

14 HISTORIA

Pięćdziesiąt lat Spiderów Spidery Alfę Romeo stały się częścią historii motoryzacji i sztuki projektowania samochodów

20 GAMA

Alfa 159 i Alfa 159 Sportwagon – nowoczesne pod każdym względem Zachwycają wyglądem i najnowocześniejszą techniką

24 ROZMOWA

W pracy nie można się nudzić Jan Okoń, dyrektor generalny Candy Polska mówi o włoskim wzornictwie, zarządzaniu firmą i grze w badminton

28 STYL

Dla duszy i ciała SPA to nowy, modny styl życia

36 SPORT

Jak słodko żeglować po tym morzu Pod patronatem Alfę Romeo po Puchar Ameryki

40 SALONY

Dealer VIP-ów Warszawski salon Krzysztofa Bołtowicza przyciąga najstawniejszych

44 RAJD

Alfami przez Małopolskę Rajdową wyprawą rozpoczął działalność krakowski klub Alfistów

48 DEALERZY I KLUBY



DUETTO – URODZINY SYMBOLU EPOKI

Piazza Duomo w Mediolanie. To tutaj odbyło się spotkanie ponad stu trzydziestu spiderów Alfa Romeo, by uczcić czterdzieste urodziny Duetto – małego, sportowego auta, które powstało w 1966 roku jako dzieło Pininfariny i stało się jednym z symboli epoki. W imprezie wzięło udział wiele zabytkowych pojazdów: od pierwszej Alfę 24HP z 1910 roku po modele 1750 SS i GS, których nazwa związana jest ze zwycięstwami w rajdach Tysiąca Mil w 1929 i w 1930 roku. Były też eleganckie kabriolety, takie jak 6C 2500 z lat czterdziestych oraz Giulietta i Duetto, światowe ambasadorki „made in Italy” z lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku. W imprezie uczestniczyło wielu członków ponad 300 klubów Alfę Romeo, rozsiansych po całym świecie.

PANTERY I GAZELE

Alfa Romeo 159 została wybrana na samochód patrolowy włoskiej policji i karabinierów. Auta policyjne są powszechnie określane jako „Pantery”, a karabinierów jako „Gazele”. Samochody Alfę Romeo służą w obronie prawa już od lat pięćdziesiątych ubiegłego wieku. Najpierw był to model 1900, a następnie w patrolach jeździły Giulietty, Giulie, Alfetty i kolejne modele, aż po Alfę 156. Nowe ciemnogrnatowe „Gazele” i biało-błękitne „Pantery” są wyposażone w pięciocylindrowe silniki 2.4 JTDM 20v o mocy 200 KM. Alfę 159 przeznaczone dla służb porządkowych mają w seryjnym wyposażeniu po pięć poduszek powietrznych, układy ABS i systemy do elektronicznej kontroli stabilności VDC. Poza tym zostały częściowo opancerzone, a we wnętrzach aut przewidziano możliwość odizolowania części tylnej kabiny od miejsca kierowcy.



ALFA 159 I ALFA 159 SW ZE SKRZYNIA Q-TRONIC

Alfa 159 (sedan i Sportwagon) wzbogaciła się o nowe wersje ze skrzynią Q-Tronic, zainstalowaną w połączeniu z silnikiem 2.4 JTDM o mocy 200 KM. Wkrótce będzie ona dostępna również dla jednostki 1.9 JTDM o mocy 150 KM. Jest to nowa skrzynia biegów z 6 przełożeń, która funkcjonuje w trybie automatycznym lub sekwencyjnym, dla tych, którzy nie chcą rezygnować z przyjemności sportowej jazdy. Oprócz trybu default, skrzynia Q-Tronic pozwala na wybranie dodatkowych dwóch trybów działania: „Sport” i „Winter”. Pierwszy podkreśla osiągi oraz zapewnia błyskotliwą i emocjonującą (sportową) jazdę dzięki zmianom biegów ustawionym na wyższych obrotach silnika. Drugi natomiast, pozwala na zachowanie optymalnej przyczepności na wyjątkowo trudnych nawierzchniach, na przykład na zaśnieżonej drodze.



ALFA 147 CUP: SUKCES BONACINIEGO

To drugi w sezonie sukces Włocha Alessandra Bonaciniego, który 23 lipca br. zwyciężył w piątym wyścigu Alfa 147 Cup, rozegranym na torze w Misano Adriatico. Bonacini pokonał Niccolò Nalio, swojego kolegę z zespołu z C&C Racing. Zajął on drugie miejsce, wyprzedzając na ostatnich odcinkach wyścigu Andree Lariniego, który do mety dotarł jako trzeci. Na czwartej pozycji uplasował się Hiszpan Antonio Chacon. Wyjątkowego pecha miał jego rodak, Louis Villamil, który miał wypadek i zakończył wyścig dopiero na dziewiątym miejscu. Villamil zachowuje jednak prowadzenie w klasyfikacji generalnej mistrzostw z przewagą 11 punktów nad Bonacinim. Następne spotkanie z cyklu Alfa 147 Cup odbędzie się 10 września na torze w Rijece (Chorwacja). Klasyfikacja ogólna Alfa 147 Cup: 1. Villamil 148 punktów; 2. Bonacini 137; 3. Chacon 97.

PIERWSZA ALFA 159 SW PRZEKAZANA DUCATI CORSE

W 2006 r. odnowiono umowę partnerską między Alfą Romeo i Ducati Corse, dwiema wielkimi markami, które należą do najbardziej uwielbianych wśród miłośników zarówno dwóch, jak i czterech kółek. Dzięki współpracy Ducati i Alfa Romeo będą promować „włoski styl” na świecie. Umowa przewiduje, że flota firmowa ze stajni z Borgo Panigale będzie obecna na torach Mistrzostw Świata MotoGP i Mistrzostw Świata Superbike. W jej skład wejdą najmocniejsze modele Alfę 159 i Alfę 159 Sportwagon – dwóch samochodów będących symbolami komfortu, bezpieczeństwa i sportowego ducha. Pierwszy z nich – Alfa 159 Sportwagon – został przekazany na torze w Mugello przez Sergio Cravero, szefa Marketingu Alfa Romeo, dyrektorowi generalnemu Ducati Motor Holding S.p.A, Federico Minoliemu.



WICEMISTRZ EUROPY CZWARTY W CHINACH

Srebrny medalista Mistrzostw Europy w klasie laser, żeglarz Maciej Grabowski, którego starty wspiera Alfa Romeo, zajął czwarte miejsce w regatach Qingdao International Regatta-Olympic Test Event 2006. Do podium zabrakło mu niewiele. W ostatnim, medalowym wyścigu startował z czwartej pozycji i wierzył, że możliwa jest nawet końcowa wygrana. Ostatecznie zakończył wyścig jako szósty. Oznaczało to, że w klasyfikacji ogólnej zachował czwarte miejsce. – Qingdao International Regatta to kolejne regaty, które kończę w ścisłej czołówce – mówi Maciej Grabowski. – Myślę, że wyniki tych zawodów są bardzo dobrym prognostykiem przed Igrzyskami Olimpijskimi Pekin 2008 i pokazują, że będę jednym z zawodników liczących się w walce o złoty medal. Cieszę się również, że miałem okazję poznania akwenu przyszłych igrzysk i przekonać się, jak ciężkie zmagania szykują się za 2 lata.

ALFA ROMEO SPIDER

ESENCJA SPORTOWEGO SAMOCHODU

GIANCARLO ROLFO



Na rynku pojawia się nowa, sportowa, dwuosobowa Alfa Romeo. Zapewnia doskonałe osiągi, a także komfort, pojemny bagażnik i bogate wyposażenie. To model, który zadowoli najbardziej wymagających miłośników tego typu samochodów.

Alfa Spider – następca Giulietty i Duetto, nowy, dwuosobowy kabriolet, jest kwintesencją sportowego samochodu: mocny, zwinny, zapewniający bezpieczeństwo w każdych warunkach. A przede wszystkim piękny.

Nowa Alfa odznacza się agresywnymi i opływowymi liniami, stworzonymi w słynnej pracowni Pininfarina. Powierzono jej również konstrukcję samochodu, która powstała przy ścisłej współpracy z Centro Stile Alfa Romeo.

Pomimo 4,39 metrów długości, Spider sprawia wrażenie auta kompaktowego. Jego przód jest zdominowany klasyczną tarczą Alfę, z dwoma poziomymi wlotami powietrza, w których mieszczą się trzy okrągłe, niewielkie reflektory. Ten sam stylistyczny zabieg zastosowano w Alfie Brera i modelu 159. Oryginalny jest natomiast tył: muskularny, z dwiema zaznaczonymi „owiewkami”, które przypominają Giuliettę Spider i dwoma małymi, zabezpieczającymi relingami roll-bar, podkreślającymi i potęgującymi sportowy charakter auta.

Kabina Spidera została „skonstruowana” wokół kierowcy. Wskaźniki są skierowane w jego stronę, a przełączniki sterujące znajdują się w zasięgu ręki. Pod względem mechaniki i płyty podwozia Spider wywodzi się od coupé Brery.

Należy jednak pamiętać, że nowa Alfa Romeo, choć została zaprojektowana wraz ze wszystkimi udoskonaleniami zapewniającymi maksymalne osiągi pod względem przyczepności do jezdni i przyjemności jazdy, nie jest autem do jazdy po torze.

To samochód do codziennego użytku, umożliwiający dojazd do pracy lub wyjazd na wakacje. Zapewnia bowiem komfort luksusowej limuzyny i ma bagażnik o pojemności aż 253 litrów. Całkiem nieźle jak na kabriolet.

W modelu dostępne są dwa silniki, obydwa benzynowe: czterocylindrowa jednostka 2.2 JTS o mocy 185 KM i sześciocylindrowa 3.2 V w układzie V o mocy 260 KM.

Do cech charakterystycznych tych silników należą bezpośredni wtrysk paliwa oraz system zmiany ciągłej faz zaworów ssących i wydechowych. Te dwa zaawansowane rozwiązania techniczne pozwalają połączyć osiągi, elastyczność jazdy, niskie zużycie paliwa i minimalny poziom emisji szkodliwych produktów spalania. Dla obydwu silników dostępna jest manualna skrzynia biegów z sześcioma przełoženiami. Inny jest natomiast schemat przekładni: napęd przedni w jednostce czterocylindrowej 2.2 i integralny napęd na cztery koła Q4, ze środkowym mechanizmem różnicowym Torsen, w sześciocylindrowym silniku 3.2. To bardzo wyrafinowane rozwiązanie techniczne dla tych, którzy oczekują maksymalnych osiąarów podczas sportowej jazdy.

Imponujące osiągi zapewnia już nawet mniejszy silnik: od 0 do 100 km/h rozpędza Alfę Spider w 8,8 sekundy, a prędkość maksymalna wynosi 217 km/h. To więcej, niż potrzeba nawet na autostradach niemieckich, które – chyba jako ostatnie na świecie – pozwalają na wciśnięcie pedału gazu, bez ryzyka utraty prawa jazdy.

W rzeczywistości Spidery nie są stworzone do pokonywania autostrad. W nowym modelu Alfę zadbano o aerodynamikę, co pozwala na jazdę z otwartym dachem przy dopuszczalnej prędkości 130 km/h bez uciążliwych zawirowań powietrza. Jednak więcej przyjemności przyniesie z pewnością pokonywanie widokowej trasy, o małym natężeniu ruchu i z wieloma zakrętami, którą można przejechać z prędkością spacerową, ciesząc się promieniami słońca i powiewem wiatru na skórze, poczuciem wolności, jakie mogą dać tylko modele Spider (i motocykle). Gdy zaś podróżujemy samotnie, możemy sobie pozwolić na ostrzejszą jazdę i upajać się odgłosem silnika oraz doskonałymi właściwościami dynamicznymi samochodu.

To zasługa czterowahaczowego zawieszenia z przodu i Multilink z tyłu, stosowanego w Alfach Romeo.

To również zasługa układu kierowniczego, który jest typowo sportowy: zaledwie dwa i pół obrotu koła kierownicy dla pełnego skrętu. Tak niski stopień przełożenia oraz szerokie opony mogłyby budzić podejrzenie, iż samochód jest trudny w manewrowaniu, ale nową Alfę Spider można zaparkować jednym palcem.

Auto zaskakuje mieszanką sportowego charakteru i komfortu. Nie ma więc nic wspólnego z typowymi spiderami z dawnych lat, które były „dure e pure”, czyli twarde i ubogie. Gwarantowały dobrą zabawę, ale były niewygodne.

Teraz kierowca jest dopieszczony. Na przykład elektryczne sterowanie umożliwia otwarcie dachu samochodu lub jego zamknięcie w ciągu kilku sekund po naciśnięciu jednego



przycisku. Automatyczna dwustrefowa klimatyzacja zapewnia idealną temperaturę w każdych warunkach, natomiast sprzęt hi-fi Sound System Bose o mocy 570 W (tak, dobrze przeczytaliście!) i sześć głośników, pozwala na wychwycenie każdego niuansu w wykonaniu Filharmoników Berlińskich, czy też w solówce Charliego Mingusa.

Na koniec należy wspomnieć o bezpieczeństwie aktywnym i pasywnym. Oprócz ABS-u z EBD, Spider oferuje w standardzie elektroniczne systemy kontroli stabilności pojazdu (VDC) i napędu (ASR). Auto, obok przednich i bocznych poduszek powietrznych, wyposażone jest w poduszki do ochrony kolan (seryjnie dla kierowcy i opcjonalnie dla pasażera). Szczególną uwagę zwrócono na bezpieczeństwo w przypadku dachowania. Oprócz dwóch relingów roll-bar, znajdujących się za zagłówkami, Spider posiada specjalną konstrukcję, biegnącą wokół przedniej szyby, wykonaną z wysokowytrzymałościowej stali. To prawdziwa kapsuła bezpieczeństwa.



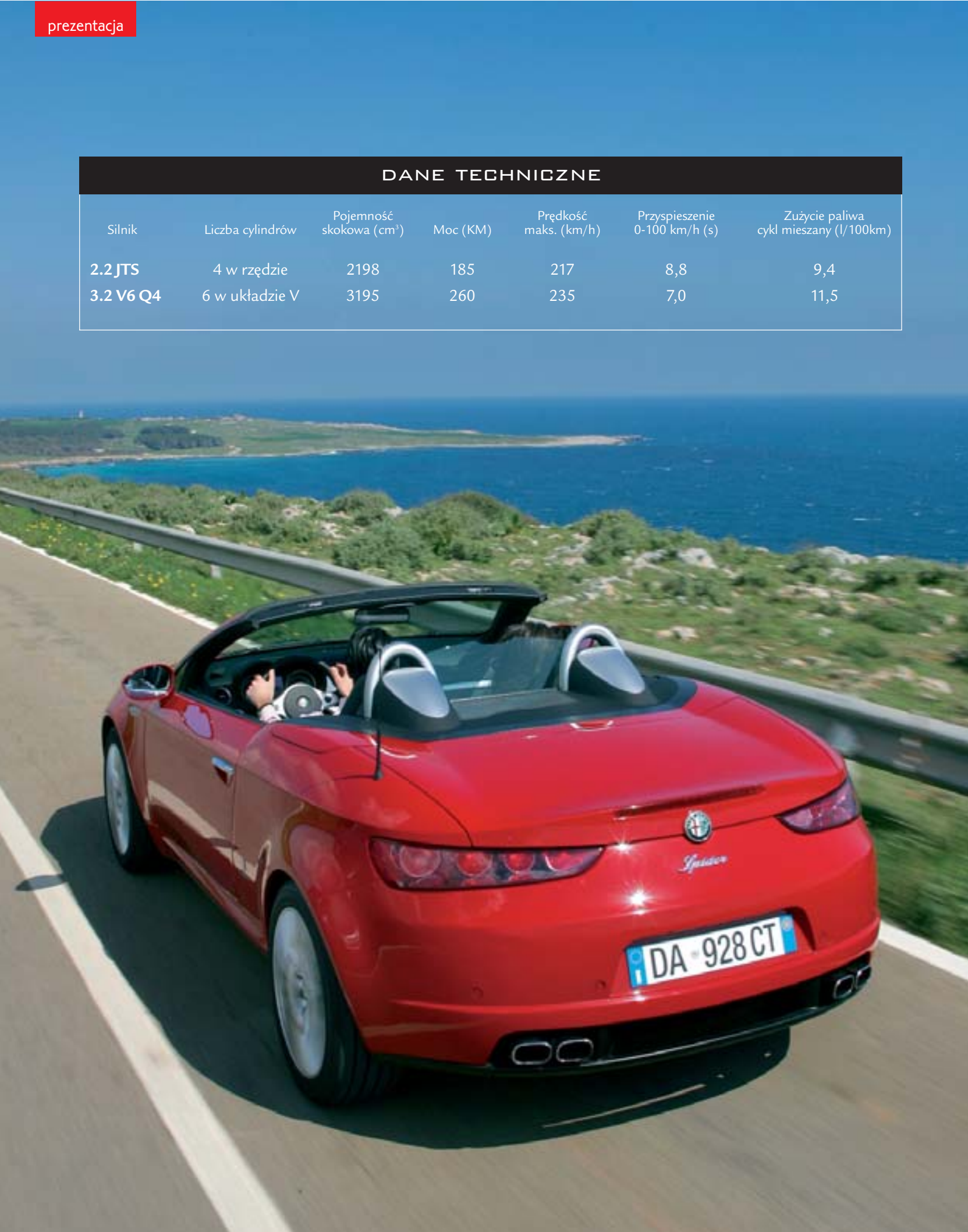
ZAMYKANA JEDNYM DOTKNIĘCIEM

Dach nowej Alfę Spider otwiera się całkowicie i jest sterowany przez układ elektrohydrauliczny. Wystarczy wcześniej zatrzymać samochód, zaciągnąć hamulec ręczny (zabezpieczenie przed przypadkowym otwarciem podczas jazdy) i nacisnąć przycisk: otwarcie lub zamknięcie dachu następuje automatycznie w ciągu kilku sekund.

By zapewnić lepszą izolację termiczną i akustyczną, struktura dachu składa się z dwóch warstw. Wewnętrzna ma wysokie właściwości wygłuszające.

Przy otwartym dachu można zamontować przezroczystą owiewkę, która ogranicza turbulencje powietrza w kabinie i pozwala na komfortową jazdę, również przy prędkości osiąganey na autostradzie.





DANE TECHNICZNE						
Silnik	Liczba cylindrów	Pojemność skokowa (cm³)	Moc (KM)	Prędkość maks. (km/h)	Przyspieszenie 0-100 km/h (s)	Zużycie paliwa cykl mieszany (l/100km)
2.2 JTS	4 w rzędzie	2198	185	217	8,8	9,4
3.2 V6 Q4	6 w układzie V	3195	260	235	7,0	11,5



POWRÓT DO SPIDERA

W zbiorowej świadomości Spider nie jest jednym z rodzajów samochodu. To jest samochód przez duże S. Żaden inny typ nie budzi tak silnych skojarzeń. Żaden inny nie jest również tak uwodzicielski. Można go prowadzić, czując wiatr we włosach – to niepowtarzalne wrażenie, z lekką nutką zmysłowości. Dzięki temu samochodowi wtapiamy się w otoczenie, mamy bezpośredni kontakt z naturą.

Do tego dochodzi magia kina, które od zawsze szeroko korzystało ze sportowych kabrioletów: od Lancii Aurelia B24 z filmu „I Bóg stworzył kobietę”, który w 1956 roku wylansował Brigitte Bardot, po Sunbeama prowadzonego przez Grace Kelly w filmie „Złodziej w hotelu”, Triumphy TR3, którym podróżował Mastroianni w filmie „Dolce Vita”, aż po nazbyt często wspominane Duetto z „Absolwenta” i Thunderbird z filmu „Thelma i Louise”. Złota epoka spiderów przypada na przełom lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Nowy trend stworzyły Angielki w swoich eleganckich MG, Austin Healey i Triumph, proste i spartańskie. Niemcy, z kolei, mieli z jednej strony bardzo sportowe Porsche 356 Cabrio, z drugiej eleganckie Mercedesy 190SL, a potem 230SL.

Włoski przemysł potrafił produkować wspaniałe kabriolety, począwszy od Giulietty Spider. Powstała ona na życzenie Maxa Hoffmana, legendarnego importera samochodów najbardziej

prestizowych marek europejskich do Stanów Zjednoczonych. Ten wielki znawca amerykańskiego rynku doskonale wyczuwał potencjał handlowy małego i szybkiego auta sportowego spod znaku Alfę Romeo.

Piękna, również dzięki ołówkowi Pininfariny, Giulietta Spider miała wiele atutów, a do tego wyrafinowaną mechanikę. Czterocylindrowy silnik, w całości z lekkiego stopu, wyprzedzał o dwadzieścia lat jednostki konkurencji. Porsche z tamtego okresu posiadały silniki wywodzące się z popularnego Volkswagena Garbusa, natomiast korpus silników Triumphy pochodził z traktora.

Jak na owe czasy, wyjątkowe były również osiągi Giulietty Spider, podobnie jak przyczepność do jezdni. Ale to nie wszystko. Giulietta, choć prosta i esencjonalna w swej formie, mogła się poszczycić komfortem lepszym od angielskich spiderów. Posiadała, na przykład, opuszczane szyby i dach, który można było wygodnie zamknąć. Jej zamorskie konkurentki wymagały montowania składanej ramy, na której rozciągano tkaninę ochronną. Nagła ulewa potrafiła więc do cna przemoczyć pasażerów, zanim zdolali zamknąć dach. Odczuwały to zwłaszcza panie w eleganckich kostiumach, dla których taka sytuacja mogła skończyć się prawdziwą katastrofą. Być może właśnie dlatego właściciele Giulietty Spider cieszyli się większym powodzeniem wśród kobiet.

Od ponad 50 lat marka Alfa Romeo słynie ze Spiderów, które stały się częścią historii motoryzacji i sztuki projektowania samochodów.

Historia Spiderów rozpoczęła się wiosną 1955 roku, wraz z prezentacją Giulietty Spider w Mediolanie, a następnie na salonie samochodowym w Paryżu. Samochód, firmowany przez Pininfarinę, który zajął się również jego montażem, osiągnął olbrzymi sukces, między innymi dzięki znakomitemu silnikowi wykonanemu z lekkich stopów. Miał on pojemność 1290 cm³, posiadał cztery cylindry, dwa wałki rozrządu w głowicy i rozwijał moc 65 KM. Wyposażone w taki silnik auto osiągało prędkość maksymalną 165 km/h. Na rynku nie było kabrioleta 1300 tak pięknego i jednocześnie tak szybkiego, ale miłośnikom sportowych samochodów to nie wystarczało. W tamtych latach zapanowała moda na wyścigi, a jazda w nich Alfą oznaczała najczęściej zwycięstwo. Naciski rynku doprowadziły więc do powstania w 1956 r. jeszcze szybszej wersji: Giulietty Spider Veloce, z silnikiem wzmocnionym do 80 KM, której prędkość maksymalna dochodziła do 180 km/h.

W 1957 r., na Salonie w Turynie, wraz z wersją nadwoziową sedan, został zaprezentowany 2000 Spider z czterocylindrowym silnikiem o pojemności 1975 cm³ i mocy 112 KM. Model sprzedano w 3459 egzemplarzach – trudno więc w tym przypadku mówić o jego sukcesie, mimo że okazał się popularniejszy od sedana, który spotkał się z chłodnym przyjęciem.

Lata sześćdziesiąte XX wieku, okres boomu ekonomicznego, były wyjątkowe dla Alfę Romeo. W 1962 roku, zaprezentowano model Giulia. Jej silnik o pojemności skokowej 1570 cm³, będący ewolucją silnika Giulietty, miał cały korpus silnika wykonany z lekkiego stopu. Odznaczał się zarówno niezawodnością, jak i mocą oraz sportowym charakterem. Giulię 1600 Spider zaprezentowano na torze w Monzy, a rok później przedstawiono tam wersję Veloce. Wyjątkowa, jak na pojemność 1600 moc silników tych aut, wynosiła odpowiednio: 91 i 113 KM,

PIĘĆDZIESIĄT LAT SPIDERÓW

MARINO BUSSI



Spider Duetto 1966 r.w Sestriere

co pozwoliło im osiągać prędkości 172 i ponad 180 km/h. Również w 1962 roku, na salonie samochodowym w Genewie, zaprezentowano gamę 2600: sedana, coupé Sprint i Spidera.

W tym ostatnim przedstawiono nowatorskie rozwiązania techniczne. Spider otrzymał sztywny dach, dzięki któremu model zmieniał się w coupé, co umożliwiało jazdę także zimą. Nowością była też zsynchronizowana skrzynia biegów z pięcioma przełoženiami. Sześciocylindrowy silnik Spidera o pojemności 2584 cm³ rozwijał moc 145 KM i pozwalał autu osiągać prędkość 200 km/h. Prawdziwym dniem triumfu Alfę Romeo był jednak 10 marca 1966 r. Wówczas, podczas Salonu w Genewie, został zaprezentowany premierowy Spider 1600. Auto dostarczono na ekspozycję prosto z linii produkcyjnej, a nowy model nie miał jeszcze nazwy.

Wygląd Spidera, będącego ostatnim dziełem Battisty Pininfariny, był nowatorski – miał oryginalną bryłę o zakrzywionych liniach: opadające kształty przodu i tyłu nadwozia, wklęsłe boki z przetłoczeniem biegnącym przez całą długość auta. Zastosowano w nim silnik taki sam jak w Giulii TI – o pojemności 1570 cm³ i mocy 110 KM. Prędkość maksymalna wynosiła ponad 185 km/h. Po kilku miesiącach model ten został ochrzczony imieniem Duetto, wybranym spośród aż 140 501 propozycji, nadesłanych na międzynarodowy konkurs, ogłoszony przez Alfę Romeo. Lecz dla wielu miłośników tej marki nowy Spider nosił miano „Osso di seppia”, czyli ość mątwy. Tak, ze względu na kształt tyłu auta, nazwali go robotnicy produkujący samochód. Spider Duetto odniósł sukces na bogatym i trudnym rynku amerykańskim.



Pomógł mu w tym słynny film „Absolwent” z 1967 roku, wyreżyserowany przez Mike’a Nicholisa (zdobył za ten film Oscara) z młodym Dustinem Hoffmanem,

który został uwiedziony przez Panią Robinson (w tej roli wystąpiła Anne Bancroft). W pewnym sensie film zdecydował o karierze zarówno Duetto, jak i Dustina Hoffmana. Samochód bowiem zadebiutował w nim i stał się głównym bohaterem na rynku USA. Nieznany zaś dotąd Hoffman, aktor Off-Broadway’u, zagrał główną rolę po tym, jak odrzucił ją Robert Redford, mówiąc o niej: „zbyt naiwna, to nie dla mnie”. Od tego czasu wszystkie spider-y eksportowane do Stanów Zjednoczonych nosiły nazwę Graduate (Absolwent). Przyniosła ona modelowi szczęście: z ponad 125 tysięcy sztuk aut wyprodukowanych od 1966 do 1994 roku prawie połowa została sprzedana w Stanach Zjednoczonych.

W 1967 roku Alfa Romeo zaprezentowała model Spider 1750 Veloce, z silnikiem o pojemności 1779 cm³ (114 KM), pozwalającym osiągać prędkość maksymalną 190 km/h. W następnym roku, by sprostać nasilającemu się zapotrzebowaniu młodszych klientów, na rynek wszedł Spider 1300 Junior: wersja „ekonomiczna”, z bardziej dostępną ceną i niższymi kosztami eksploatacji. W 1969 roku na salonie samochodowym w Turynie zostały zaprezentowane nowe wersje modeli Spider 1300 Junior i 1750 Veloce. Ich wygląd zewnętrzny został zmodyfikowany w tylnej części karoserii, która nie była już zaokrąglona, lecz lekko ścięta. Ta seria, potocznie nazwana „Coda Tronca”, czyli ścięty tył, również odniosła sukces ekranowy. Stała się sławna dzięki amerykańskiemu filmowi „Układ”, wyreżyserowanemu przez Elię Kazana, w którym wystąpili Kirk Douglas i Faye Dunaway.

W latach siedemdziesiątych gamę Spiderów jeszcze poszerzono. W 1971 roku powstał Spider 2000 Veloce, z silnikiem o pojemności 1962 cm³, mocy 132 KM, osiągający prędkość ponad 195 km/h. W 1972 roku pojawiły się Spider 1.3 Junior i 1.6 Junior. W 1983 roku Spider-y 1.6 i 2.0 zostały poddane dużym zmianom stylistycznym. W nadwoziu zastosowano opływowy zderzak przedni zawierający spoiler i kierunkowskazy. Drugi spoiler, wykonany z miękkiego tworzywa syntetycznego, pojawił się też na górnej krawędzi tyłu karoserii. W marcu 1986 roku na Salonie w Genewie został zaprezentowany Spider 2.0 Quadrifoglio Verde. Jego nadwozie odznaczało się bardziej wystającym przodem i tyłem, wydatnymi lusterkami zewnętrznymi sterowanymi elektrycznie, obręczami kół z lekkiego stopu oraz powiększonymi oponami. We wnętrzu auta zmieniono fotele, panele drzwi, deskę rozdzielczą. W wersji silnikowej 2.0 zastosowano wtrysk paliwa i katalizator, a w wersji 1.6 zapłon elektroniczny. Spider-y 2.0 z katalizatorami, przeznaczone do Stanów Zjednoczonych, zostały wprowadzone na tamtejszy rynek w trzech wersjach wyposażenia: Graduate, Quadrifoglio i Veloce. W 1990 roku Pininfarina zmienił ponownie wygląd Spidera. Usunął z tylnej maski dodatki aerodynamiczne i na nowo zaprojektował przód oraz tył nadwozia, by uzyskać bardziej opływową i czystą linię. Auto miało silniki 1.6 z gaźnikiem, 2.0 z wtryskiem i 2.0 z katalizatorem. Ich moce to odpowiednio: 106, 122 i 117 KM. Po prototypie Protèò, zaprezentowanym na Salonie w Genewie w 1991 roku i Spiderze RZ (1992 r.), wyprodukowanym w małej serii przez Zagato, w 1995 roku pojawił się nowy model, tym razem z przednim napędem. Zastosowano w nim dwa silniki: 2.0i T.S. 16v oraz 3.0i V6, o mocach odpowiednio: 150 i 192 KM. I tak dotarliśmy do naszych czasów oraz ostatniego Spidera, wywodzącego się z modelu Brera. Auto to zaczęło już tworzyć nowy rozdział w historii sportowych modeli Alfę Romeo.



2600 Spider, 1962-1965 r.



Spider, 1983-1989 r.



Spider Duetto, 1966-1968 r.



Spider, 2003 r.

DUETTO – PIĘKNY KABRIOLET Z „ABSOLWENTA”

„Czy to Twój nowy samochód?” – zapytał mąż Pani Robinson. „To mój prezent dla niego z okazji obrony dyplomu” – odpowiedział Pan Braddock. W ogrodzie kalifornijskiego domu, który zapełniał się gośćmi, pragnącymi uczcić powrót młodego absolwenta ze Wschodu, na brzegu basenu stała ogniście czerwona Alfa Romeo Duetto. – „Z tą czerwoną ślicznotką nie będziesz mieć problemów z podrywaniem panienek” – zażartował Pan Robinson.

I rzeczywiście. Bohater filmu

„Absolwent” z 1967 roku, grany przez młodego Dustina Hoffmana, nie miał problemów ani z żoną, ani z córką Pana Robinsona. Sytuacja skomplikowała się, gdy jego dziewczyna zdecydowała się wyjść za mąż za innego mężczyznę. Aby ją odzyskać, Hoffman pędził Duetto do kościoła prezbiteriańskiego w Santa Barbara.

W tym wyścigu z czasem po drogach Kalifornii bohaterką była właśnie Alfa Romeo. Czerwone auto mknące na tle Pacyfiku, przez zielony kampus Berkeley, winnice w Napa Valley, mosty Big Sur, miśje hiszpańskie. Szalonej jeździe Duetto towarzyszyła muzyka Simona & Garfunkela. Podobnie jak ona, Alfa Romeo Duetto zrobiła furorę wśród młodzieży z West Coast. Ale nie tylko. Sam Henry Ford, będący znawcą samochodów, mówił o niej: „Kiedy widzę, jak na drodze mijają mnie Alfa Romeo, uchylam kapelusza”. Dzisiaj, z odrobiną nostalgii można powiedzieć, że Duetto jest częścią historii „bajecznych lat sześćdziesiątych”. Trzy pierwsze samochody tego modelu zjechały na nabrzeże portu w Nowym Jorku z pokładu statku „Raffaello” w maju 1966 roku, by zaprezentować się w Stanach Zjednoczonych. Rok później, gdy auto to stało się gwiazdą Hollywood, w USA wylansowano również jego wersję Graduate.



MAŁO KTO WIE, ŻE...

CZUŁY OJCIEC

„Panienka” – tak pieszczotliwie o modelu Giulietta Spider mówił jego projektant Giovanni Battista Farina.



Giulietta Spider, 1955 r.

SPIDER NIE JEST PAJĄKIEM

Słowo *spider* we Włoszech jest używane jako określenie samochodu ze składanym dachem. Skąd jednak jego angielska nazwa „pająk”? Nie ma ona nic wspólnego z tym budzącym lęk stawonogiem. Wywodzi się prawdopodobnie z angielskiego słowa „speed” czyli „szybkość”. Dwuosobowe sportowe kabriolety, bardzo modne w świecie anglosaskim, odznaczały się rozwiązaniami aerodynamicznymi, pozwalającymi osiągać większe prędkości, niż auta o zamkniętych nadwoziach. Otrzymały więc określenie „speeder” – szybszy samochód. Stąd wywodzi się nazwa słynnego modelu Spider marki Alfa Romeo. Takie przeniesienie znaczeń słów, używanie nazw własnych do określania całych grup przedmiotów, jest powszechne we wszystkich językach. Np. marka Jeep stała się popularnym synonimem aut terenowych, Lego – składanych plastikowych klocków, a Scotch taśmy klejącej. W Polsce starsi

ludzie na odkurzaczy wciąż mówią elektroluks (od marki Elektrolux), a adidasami nazywa się ogólnie buty sportowe. TIR-y zaś, to popularne określenie wszystkich dużych ciężarówek. Mało kto też wie, że coraz popularniejsze u nas jacuzzi nie jest nazwą każdej wanny z systemem wzbudzania wody, lecz konkretną marką. Jacuzzi to nazwisko amerykańskiego wynalazcy włoskiego pochodzenia, który zbudował pierwsze wanny z dyszami do tworzenia wirów.

AMERYKAŃSKI DEBIUT

Giulietta Spider na początku weszła tylko na rynek amerykański, gdzie jej harmonijne linie nadwozia i marka Alfa Romeo, szczycąca się wieloma sukcesami sportowymi, były symbolem „different way of life”. Widok tych małych (często białych) samochodów z Mediolanu, jeżdżących po nowojorskich „avenue”, wzbudzał dużą sensację.

POKONAŁA SETTEBELLO

Giulietta, jak każda szanująca się Alfa Romeo, nie unikała wyścigów (na przykład 12-godzinnego w Sebring w 1960 roku) i świata zawodów. Najoryginalniejszy i najbardziej chyba spektakularny z medialnego punktu widzenia, był wyścig, w którym Giulietta Spider Veloce o 20 minut wyprzedziła pociąg Settebello (dumą przemysłu kolejowego z tamtych lat), jadący na odcinku Mediolan-Rzym.

Fernandel odbiera Giulię Spider w 1964 r.



NA EKRANACH

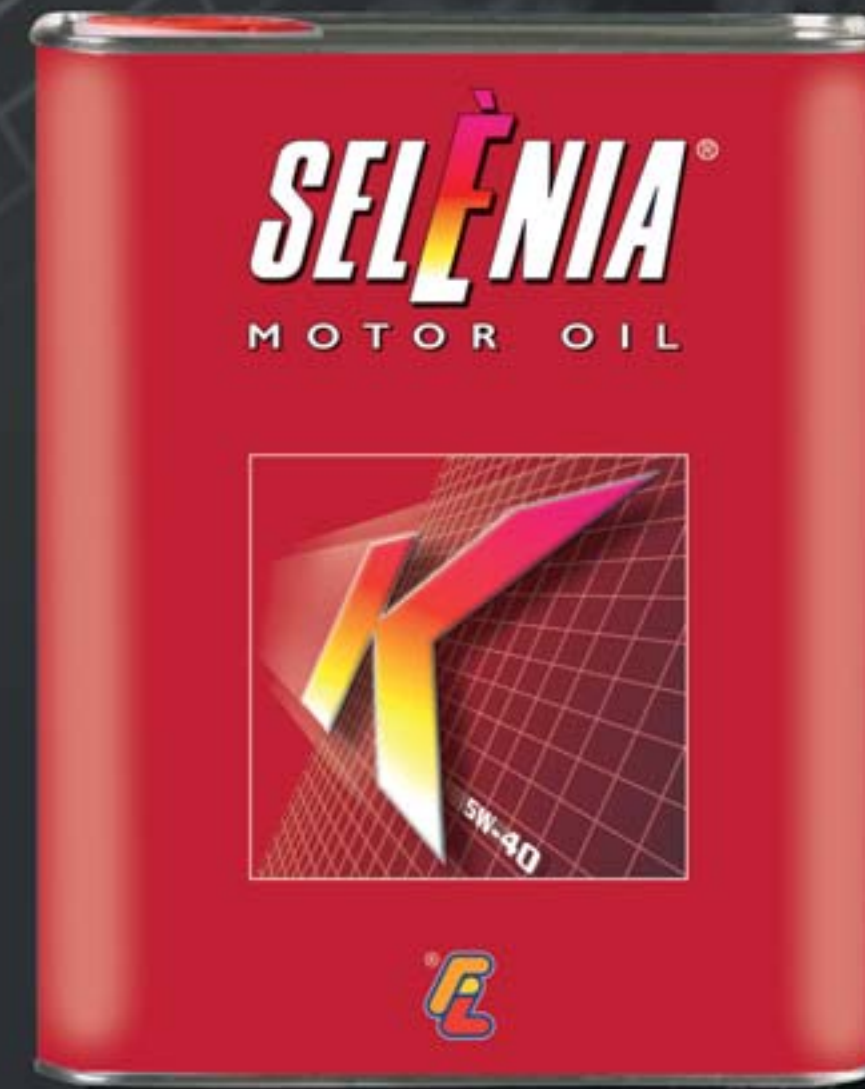
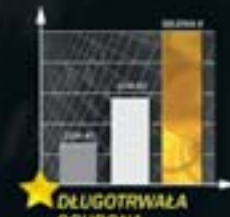
Spidery Alfa Romeo były „aktorami” w licznych filmach włoskich (np. *La voglia matta* z Ugo Tognazzim i Catherine Spaak, na zdjęciu poniżej z Alfą Romeo 2000 Spider, 1958 r.) i przynajmniej trzech amerykańskich. Za kierownicą Giulietty Spider zasiadał Cary Grant w filmie *Złodziej w hotelu*. Potem były *Absolwent* z Dustinem Hoffmanem (Spider 1600 Duetto) i *Układ* z Kirkiem Douglasem (Spider 1750 Veloce).



FOT. VASELLI, RZYM

DANE PRODUKCYJNE

Do końca lat pięćdziesiątych wyprodukowano 14.300 sztuk Giulietty Spider. Po dodaniu kolejnych wersji tego modelu, łączna produkcja wyniosła 27.437 egzemplarzy. Model 1600 Duetto powstawał od 1966 r. Razem wszystkich wersji sprzedano w Europie 18.236 sztuk, a w Stanach Zjednoczonych 4.027. Druga seria „Coda Tronca”, produkowana od 1971 r., doszła do 21.168 sztuk w Europie i 22.059 w Stanach. Trzecia seria, tzw. „aerodynamiczna”, obejmowała 18.168 sztuk w Europie i 19.040 w USA.



www.flipoland.pl

ENGINE

PROTECTION



PIERWSZE 5 GWIAZDEK
W OCHRONIE SILNIKA

Gama samochodów Alfa 159

jest tak szeroka, a wybór wyposażenia ogromny, że każdy może wybrać auto dostosowane do swoich wymagań.

Alfa 159 – auto piękne i komfortowe, łączące subtelny włoski styl ze sportową elegancją, zarówno w wersji nadwoziowej sedan jak i kombi, nazwanej Sportwagon. Auto nowoczesne pod każdym względem, zapewniające wygodę i przyjemność jazdy oraz sportowe osiągi na drodze, a jednocześnie bezpieczeństwo podróży.

Auto wyposażone w najbardziej wyszukane urządzenia techniczne, dzięki którym może zadowolić najbardziej wybrednych koneserów. Wybór opcji, które proponuje Alfa Romeo w tym modelu jest naprawdę olbrzymi. Każdy z klientów może skomponować z nich własną Alfę 159, odpowiadającą jego marzeniom, potrzebom i możliwościom.

TRZY WERSJE WYPOSAŻENIA

Zacznijmy od nadwozi. Obydwa – sedan i Sportwagon – są samochodami kompaktowymi o wymiarach: długość 4660 mm, szerokość 1828 mm i rozstaw osi 2700 mm. Różnią się tylko wysokością – sedan ma 1417 mm, Sportwagon jest o 8 mm wyższy. Ma też większy bagażnik. Jego przestrzeń ładunkowa ma pojemność 446 litrów, w wersji sedan wynosi ona 405 litrów. Wybór kolorów i rodzajów lakieru nadwozi jest ogromny: 9 w Alfie 159 i aż 12 w wersji Sportwagon. Podobnie jest z wykończeniem wnętrza. Pokrycia tapicerskie mogą być wykonane z tkanin – welurowych bądź z Alfatexu, występujących w tonacjach czarnej, szarej lub beżowej. Jako wyposażenie opcjonalne Alfa Romeo proponuje tapicerkę skórzaną oraz ze specjalnie wyprawianej skóry o nazwie Frau® Pieno Fiore. Poza kolorami naturalnym, czarnym, szarym i beżowym można zamówić również pokrycia niebieskie lub czerwone. Wszystko zależy od tego, które wyposażenie auta wybierze klient.

ALFA 159 I ALFA 159 SPORTWAGON NOWOCZESNE POD KAŻDYM WZGLĘDEM





Alfa 159 – zarówno sedan jak i Sportwagon – sprzedawana jest w trzech wersjach: Impression, Progression i najbardziej luksusowej Distinctive.

Różnią się one zarówno detalami zewnętrznymi, jak i elementami technicznymi. Już podstawowa wersja Impression zapewnia (w standardzie) swym właścicielom wiele rozwiązań z „górnej półki”, takich jak: komplet poduszek powietrznych (kierowcy, pasażera, boczne, kurtyny powietrzne, a nawet poduszkę chroniącą kolana kierowcy), zamki centralne (drzwi, bagażnika i wlewu paliwa) czy regulację wysokości fotela pasażera. Kolejne wersje są wyposażone jeszcze lepiej. Mają np. automatyczną klimatyzację dwustrefową (manualna występuje w wersji Impression), obszytą skórą kierownicę i dźwignię zmiany biegów czy elektrycznie lusterka składane. W wersji Distinctive klient otrzymuje auto z felgami aluminiowymi, reflektorami bi-ksenonowymi ze spryskiwaczami, tempomatem i systemem starowania radiem oraz telefonem z kierownicy. To oczywiście tylko przykłady. Pełne listy wyposażenia modeli 159 i 159 SW mają wszyscy sprzedawcy aut Alfa Romeo. Każdą z wersji samochodów można bowiem wzbogacić o wiele dodatkowych urządzeń, zwiększających bezpieczeństwo jazdy (np. czujniki ciśnienia w oponach czy poduszkę powietrzną chroniącą kolana pasażera) lub poprawiających komfort

podróżowania (np. podgrzewane fotele przednie, radio CD z MP3, szklany dach otwierany elektrycznie czy system nawigacji satelitarnej z telefonem GSM). Ponadto można kupić wyposażenie dodatkowe w różnych pakietach, podkreślających np. sportowy lub luksusowy charakter auta, jego użyteczność lub poprawiających widoczność w trudnych warunkach.

BOGACTWO SILNIKÓW

Poszczególne wersje Alfę 159 i 159 Sportwagon różnią się także rodzajami zainstalowanych w nich jednostek napędowych. Jest ich aż sześć – cztery benzynowe i dwa turbodiesle. Silniki benzynowe to: 1.8 MPI 16v o mocy 140 KM, 1.9 JTS 16v (160 KM), 2.2 JTS 16v (185 KM) oraz 3.2 JTS Q4 V6 (260 KM). Wszystkie mają bezpośredni wtrysk paliwa do komory spalania, a trzy oznaczone symbolem JTS (Jet Thrust Stoichiometric) – wtrysk bezpośredni stechiometryczny, pozwalający na uzyskanie najlepszych osiągnięć. Silniki wysokoprężne – 1.9 JTDM 16v (moc 150 KM), oraz 2.4 JTDM 20v (200 KM) odznaczają się nie tylko mocą i umiarkowanym zużyciem paliwa, ale również, dzięki zastosowaniu w nich systemu Multijet i filtra cząstek stałych DPF, spełniają „ekologiczne” wymagania normy Euro 4, a także przyszłej normy Euro 5.

NOWATORSKIE SKRZYNIĘ BIEGÓW

Wszystkie silniki współpracują standardowo ze skrzyniami biegów o sześciu przełożeniach (plus wsteczny), charakteryzującymi się krótkim skokiem, precyzyjnymi przełożeniami i umiarkowanym obciążeniem. W gamie Alfę 159 i 159 Sportwagon jest także sekwencyjna skrzynia typu Selespeed, a ostatnia nowość to skrzynia Q-Tronic. Pierwszą z nich Alfa Romeo stosowała już w swoich modelach. Konstrukcja skrzyni Selespeed wywodzi się z wyścigowych doświadczeń Formuły 1. Jest to sześciobiegowa przekładnia mechaniczna z automatyzowaną obsługą sprzęgła i selekcją biegów. Biegi można wybierać za pomocą przycisków znajdujących się na kierownicy lub też poprzez dźwignię umieszczoną na środkowym tunelu. Na kierownicy znajdują się dwa przełączniki: prawy ze znakiem „+” pozwala wyselekcjonować wyższy bieg, lewy, ze znakiem „-” bieg niższy. Podobnie działa dźwignia przypominająca kształtem komputerowy joystick.

Popchnięcie jej do przodu powoduje wybranie wyższego biegu, natomiast przesunięcie do tyłu pozwala na włączenie biegu niższego. Wybrany przez kierowcę bieg jest pokazywany na wyświetlaczu umieszczonym w obrotomierzu. Skrzynia biegów Selespeed bardzo przydatna jest również podczas jazdy miejskiej, wymagającej częstej zmiany biegów. Po przyciśnięciu przycisku CITY działa jak automatyczna skrzynia biegów. Sposób funkcjonowania opcji

CITY jest pokazywany na wyświetlaczu w obrotomierzu. Skrzynia Q-Tronic z sześcioma przełożeniami, zastosowana w modelu Alfa 159, jest nowym rozwiązaniem technicznym, działającym w trybie automatycznym lub sekwencyjnym, pozwalając na optymalne wykorzystanie możliwości silnika. Umożliwia prowadzenie samochodu poprzez przesuwanie dźwigni w trybie automatycznym – ze wszystkimi funkcjami cechującymi skrzynie automatyczne, a więc parkowanie, wsteczny, funkcja neutral (bieg jałowy) i drive (jazda), lub w trybie sekwencyjnym.



Przekładnia automatyczna zapewnia lepsze wykorzystanie osiągnięć silnika i większą wygodę prowadzenia auta, przede wszystkim podczas jazdy w mieście. Do tych zalet skrzynia

Q-Tronic dodaje wysoki komfort zmiany biegów, czyli redukcję impulsów wyczuwanych przez kierowcę. Jednocześnie innowacyjny system pozwala amatorom sportowej jazdy na korzystanie z trybu sekwencyjnego jak w skrzyni ze stałymi przełożeniami sterowanymi sekwencyjnie: impuls w górę (znak „+”) pozwala przejść na wyższy bieg, natomiast impuls w dół (znak „-”) powoduje przejście na niższy bieg. W odróżnieniu od skrzyń sekwencyjnych, oferowanych przez konkurencję, urządzenie Q-Tronic nie narzuca zmiany biegu przy wysokich obrotach (następuje to tylko wtedy, gdy takie jest życzenie kierowcy). Skrzynia Q-Tronic ma również funkcję „Sport – Winter”, która daje możliwość wyboru spośród dwóch innych trybów działania oprócz trybu domyślnego. Po naciśnięciu przycisku znajdującego się z boku dźwigni, przechodzi się do trybu „Sport”, który dzięki zmianom biegów ustawionych na wyższych obrotach silnika pozwala na uzyskanie bardziej sportowego zachowania samochodu. Jeżeli ten sam przycisk zostanie przytrzymany w pozycji wciśniętej przez dłuższy czas, przejdzie się do trybu „Winter”, który umożliwia zachowanie przyczepności auta do drogi, kiedy nawierzchnia jest na przykład ośnieżona lub śliska.

Q-Tronic współpracuje obecnie z silnikiem 2.4 JTD o mocy 200 KM. Ma być jednak również dostępna w Alfach 159 napędzanych silnikami 1.9 JTD o mocy 150 KM.

CANDY

W PRACY NIE MOŻNA SIĘ NUDZIĆ

Z Janem Okoniem, dyrektorem generalnym Candy Polska, o włoskim wzornictwie, zarządzaniu firmą i grze w badminton rozmawia Anna Lubertowicz-Sztorc.

Jak oceniają Pana we włoskiej centrali firmy?

Skoro pracuję już w tej firmie 6 lat, to chyba jestem dobrze oceniany, ale o to trzeba by zapytać moich szefów.

Czyli jest Pan wart pieniędzy, które Pan zarabia...

Myślę że tak. Z roku na rok firma zwiększa udziały w rynku, rozwija się, zatrudniamy coraz więcej osób. Mam nadzieję, że się sprawdzam.

Czy dla tej włoskiej firmy polski rynek jest znaczący?

Pod względem sprzedaży niektórych naszych produktów jesteśmy w pierwszej piątce w Europie. Dla mojego szefa, Włocha, który ma pod opieką kilkanaście krajów, Polska jest najważniejszym rynkiem, często przyjeżdża do nas.

Czyli sukces. Jaki jest w takim razie przepis na efektywną firmę?

Myślę, że ludzie zatrudnieni w firmie są bardzo ważnym elementem, jeżeli nie najważniejszym. Poza tym liczy się klimat i atmosfera w pracy. Trzeba ludzi motywować, rozliczać, ale jednocześnie dać im pewną swobodę działania. Osoby, które odpowiadają za wykonanie swoich zadań powinny czuć się spełnione, kreatywne. Muszą mieć świadomość, że również mają wpływ na to, co się w firmie dzieje. Pracownicy potrafią docenić komfort – również psychiczny – jaki mają w pracy. Oczywiście są różne formy zarządzania firmą, trzeba wybrać ten, który jest najbardziej odpowiedni dla specyfiki przedsiębiorstwa.

Co jeszcze jest kluczem do sukcesu?

Pracowitość i kompetencje. Trzeba również wyciągać wnioski ze swojego działania, obserwować konkurencję, zamawiać badania rynku, analizować dane, wyciągać wnioski, a także eksperymentować. To bardzo ważne, aby nie nudzić się w pracy, nie popadać w rutynę. My jesteśmy niedużą firmą w porównaniu z konkurencją. Tym bardziej motywuje nas to do osiągnięcia jak najlepszych wyników.

Strategie, analizy, emocje. Który z nich jest najważniejszy dla szefa firmy?

To jest mieszanka tych wszystkich elementów, o których Pani wspomniała. Strategie są bardzo ważne, ponieważ wyznaczają kierunek działania, emocje także odgrywają dużą rolę. Bez emocji trudno



osiągnąć sukces, a bez analiz trudno funkcjonować, bo zmieniają się potrzeby konsumentów, zmienia się sprzęt i technologie. Niektóre potrzeby musimy sami wykreować.

Włosi słyną z interesującego wzornictwa – począwszy od mody, a na samochodach i przedmiotach użytkowych skończywszy... Czy dla polskich klientów liczy się design pralki, lodówki, odkurzacza?

O tak. Nowoczesna, modna stylistyka przedmiotów jest bardzo ważna i myślę, że rola designu będzie wzrastała, zwłaszcza jeżeli chodzi o sprzęt AGD. Pralki, lodówki stają się coraz bardziej do siebie podobne, jeżeli chodzi o funkcjonalność i walory użytkowe. Właśnie stylistyka będzie tym elementem, który wyróżnia daną firmę.

Wzornictwo to wyjątkowo mocna strona Candy.

Nic dziwnego – firma współpracuje ze słynnym włoskim studium stylistycznym I. DE. A...

Nasza marka jest nie tylko synonimem włoskiego designu, ale utożsamiana jest z najciekawszymi trendami w sztuce użytkowej. W ciągu kilku ostatnich lat otrzymaliśmy szereg nagród. Ale nie tylko wzornictwo się liczy – również funkcjonalność, ergonomia, walory użytkowe, nowatorskie rozwiązania.

To co jest teraz w kuchni modne?

Stal nierdzewna przede wszystkim, coraz częściej lodówki wolnostojące, a nie jak dawniej – do zabudowy.

Jak podpisuje Pan kluczowy kontrakt, to o czym Pan wtedy myśli?

Jeżeli długo negocjuję kontrakt i wreszcie go podpiszę, to na pewno mam satysfakcję, że się udało. Cieszę się także, gdy uda mi się kogoś przekonać do naszych produktów.

O co Pan walczy zawodowo?

Chcę wykonać założony plan oraz walczyć o coraz większy udział w rynku. Satysfakcję mam także wprowadzając nowy produkt lub nową markę na rynek. Lubię widzieć efekty swojej pracy.

Czy dobry menedżer idzie do celu po trupach?

To zależy od sytuacji, ale w tej, w której ja się znajduję, nie muszę po trupach dążyć do celu, nie ma takiej potrzeby. Trzeba jednak śmiało kroczyć wytyczoną drogą i mężnie znosić porażki.

No właśnie. Nie tylko sukcesami firma żyje. Są też pewnie przykre momenty... Jakież?

Czasem bezsilność, brak możliwości porozumienia z kontrahentem, ale staramy się temu zaradzić.

Co najbardziej liczy się w grze o dusze klientów i ich kasę?

Ważnym elementem jest jakość sprzętu i odpowiedni serwis. Jesteśmy na rynku bardzo długo, nasz sprzęt sprzedawany był jeszcze w Peweksie. Niektórzy ludzie mają go od kilkunastu lat i są zadowoleni. Liczy się również rzetelność w przekazywaniu informacji. Nie można oszukiwać klientów, bo to się kiedyś zemści.

Jak odpoczywa szef firmy?

Bardzo lubię sport i aktywny wypoczynek. W zimie staram się co najmniej dwa razy być na nartach, w ciągu roku gram w koszykówkę, w tenisa i w badmintona, jeżdżę na rowerze...

W badmintona?

Tu chodzi o sportową grę. Uprawiałem ten sport jeszcze na studiach, w klubie. Teraz mam czasem problem ze znalezieniem odpowiedniego partnera do gry, bo to bardzo rzadko uprawiany sport, ale na szczęście jest kilka osób, które potrafią „odbijać”.

Wakacje pewnie spędza Pan we Włoszech?

Lubię podróżować, staram się każde wakacje spędzić gdzie indziej, coś zobaczyć, „zaliczyć” wszystkie atrakcje, które są na danym terenie. Chciałbym poznać Chiny, Meksyk... Jest jeszcze kilka kierunków, w które chciałbym się udać.

A włoskie klimaty?

Lubię włoskie wina, lubię jeździć do Włoch na narty – tam jest dobry klimat, świetnie przygotowane trasy, wymienita atmosfera.

Pana miłość do włoskiego sprzętu AGD da się pewnie wytłumaczyć, ale skąd fascynacja włoskimi autami?

Jeździ Pan Alfą Romeo 166...

Przede wszystkim bardzo podoba mi się ten samochód – jest szybki, oszczędny, ma przyjemny dźwięk silnika.

Poza tym muszę mieć auto reprezentacyjne, wygodne i bezpieczne. Alfa 166 spełnia te warunki.

Znany jest pana sentyment do marki Alfa Romeo?

Jestem współwłaścicielem Alfę z roku 1977 roku. Jest to Alfa Spider Veloce, kabriolet. Została przywieziona z Kalifornii, poddana generalnemu remontowi. Bardzo starannie dobraliśmy lakier, uszyliśmy nową tapicerkę, jeszcze musimy wymienić zderzaki na chromowane. Od czasu do czasu lubię tym autem odbyć przejażdżkę... To duża przyjemność.

Co podoba się w Polsce włoskiemu szefowi?

Mój szef lubi tu przyjeżdżać. Bardzo dobrze się w Polsce czuje, twierdzi, że nasza mentalność zbliżona jest do włoskiej. Bardzo ceni sobie polską kuchnię, co w ustach Włocha jest sporym komplementem.

CANDY NA ŚWIECIE

PRODUKCJA I SPRZEDAŻ

- 10 fabryk w 5 krajach: Włochy, Wielka Brytania, Hiszpania, Francja, Czechy
- Asortyment: około 1400 modeli – pralki, pralko-suszarki, chłodziarki, zmywarki, kuchnie wolnostojące, kuchenki mikrofalowe
- Roczna produkcja: 6,1 mln sztuk
- Sprzedaż: w ponad 115 krajach świata
- Główne rynki zbytu: kraje Unii Europejskiej, Europy Środkowej i Wschodniej
- Sieć handlowa: ok. 16 tysięcy punktów sprzedaży



Firma Candy należy do liderów rynku AGD w Polsce. Jako jedna z pierwszych firm zachodnich wprowadziła swoje produkty na nasz rynek. Już na początku lat siedemdziesiątych pierwsze modele pralek Candy pojawiły się w polskich sklepach. W roku 1996 powstał polski oddział firmy – Candy Polska. W tym samym roku rozpoczęła sprzedaż odkurzaczy Hoover, a w roku 2001 na polski rynek trafiły pozostałe urządzenia tej firmy.

DLA DUSZY I CIAŁA

ANNA LUBERTOWICZ-SZTORC

Modę na holistyczną pielęgnację zaczerpnęliśmy właśnie od nich. Powstają więc niezliczone ośrodki SPA, oferujące zdrowie, urodę, a przede wszystkim dobre samopoczucie. Eksperci z branży SPA obserwują ogromne zainteresowanie, zarówno kobiet, jak i mężczyzn, nowym stylem życia. Intensywna praca musi być zrównoważona wypoczynkiem i relaksem.

ANTYGCZNE SPA

Oczyszczającą moc wody doceniali Egipcjanie, Hebrajczycy i Chińczycy. Ówczesne SPA rozwijały się więc wokół kąpeli. Egipcjanie np. nacierali skórę mulem z Nilu, następnie wykonywali zabiegi złuszczenia za pomocą popiołu i gliny, potem był bardzo długi masaż wonnymi olejkami. Kapłani opracowywali pilnie strzeżone receptury preparatów kosmetycznych, a kąpiele Kleopatry w oślim mleku przeszły do historii. Starożytni Grecy i Rzymianie dbanie o zdrowie, urodę, dobrą formę oraz relaks cenili szczególnie. Słynne rzymskie termy miały ogromne znaczenie nie tylko w pielęgnacji, ale również w życiu społecznym i towarzyskim. Oprócz ćwiczeń, w termach prowadzono dysputy filozoficzne. Wizyta w takim przybytku kończyła się w sali zabiegów czyli unctorium, gdzie wykonywano masaże i nacierano olejkami.

SANUS PER AQUAM

Zdrowie dzięki wodzie, czyli po łacinie sanus per aquam – SPA. Skrót ten zrobił chyba największą karierę w kosmetyce ostatnich lat. Każda szanująca się firma kosmetyczna ma serie produktów o tej nazwie, są zabiegi, specjalne wanny, a nawet meble i kominki SPA. Coraz więcej hoteli i pensjonatów stara się je mieć w swojej ofercie SPA. Takie ośrodki oferują nam bardzo różnorodne usługi: np. kąpiele perełkowe, aromatyczne i w wodzie morskiej, aromamasaże i masaże np. gorącymi kamieniami, shiatsu, długobódcowy lub masaż na cztery ręce (masują dwie osoby). Produkty używane w gabinetach kosmetycznych przyprawiają o zawrót głowy – czekolada, wino, cynamon.

Nie brakuje również we współczesnej kosmetologii kosmicznych technologii. Furorę robią wszelkiego rodzaju kapsuły – zamknięcie w nich pacjenta wyszczupli, ujędrni, nawilży, zrelaksuje. Balneoterapia rewitalizująca – nazwa trudna do rozszyfrowania, ale jest to zabieg o działaniu stymulującym i relaksującym, polecany dla osób narażonych na stres i przemęczonych. Natomiast mikroprądy biorezonansowe SFM to naturalna, przyspieszona regeneracja komórkowa wynaleziona przez naukowców z NASA. Do niedawna wykorzystywana była tylko przez gwiazdy ekranu czy sławnych sportowców. Ale to zaledwie tylko kilka atrakcji dla tych, którzy zdecydują się na pobyt na farmie piękności.

KAMIENIE I DOTYK

Spędzając kilka dni w SPA, oczekujemy konkretnych efektów: poprawy samopoczucia, odprężenia i lepszej kondycji skóry. W SPA najbardziej ceniony jest dotyk. Energia i przyjemność płynąca z dotyku dłońmi jest nie do podważenia. Nie zastąpią go żadne, najbardziej wymyślne urządzenia. Nowoczesna kosmetologia coraz częściej obcuje z naturą i sięga do korzeni. Ostatnio furorę w SPA robią kamienie czyli stone therapy. Od wieków przypisywano im działanie terapeutyczne. Kamienie z głębi ziemi emanują energią, natomiast te pochodzenia wulkanicznego wpływają dobroczynnie na cały organizm. Jeden z najnowszych zabiegów w renomowanych centrach zdrowia i urody polega na masażu wybranych miejsc na twarzy i ciele ciepłymi kamieniami bazaltowymi lub (i) zimnymi kamieniami półszlachetnymi. Taki masaż działa relaksująco, przywraca vitalność i energię całemu organizmowi, likwiduje napięcie mięśniowe. Kluczową rolę podczas takiego zabiegu odgrywają płynne ruchy masażysty. O zbawiennym wpływie kamieni na naszą duszę i ciało można by wiele opowiadać, bo spece od marketingu zadbali, by podobnie jak wszystkim nowościom wprowadzanym na rynek, zabiegom z kamieniami towarzyszył rytuał i filozofia, mająca usprawiedliwić – chociażby – cenę takiego zabiegu. Niezależnie od tego czy kamienie mają właściwości medyczne, czy magiczne, stone therapy jest w modzie.

Mylą się ci, którzy uważają, że SPA to wynalazek naszych czasów. Umiłowanie komfortu, harmonii ducha i ciała – dzisiaj tak cenione – to tylko naśladowanie potrzeb i zamiłowań naszych starożytnych przodków.



FOT. THALGO



FOT. THALGO

MĘŻCZYZNA METROSEKSUALNY

Mężczyźni to nadzieja polskiej kosmetologii, a zjawisko metroseksualizmu zostało uznane za jeden z istotnych trendów konsumenckich ubiegłego roku. Mężczyzna metroseksualny to taki, który lubi o siebie dbać, chodzi do kosmetyczki, manikiurzystki i do solarium. Używa kosmetyków (kremy, maseczki, balsamy, produkty do włosów), dba o dietę i kondycję, często korzysta z masaży.

W SPA zapanowało równouprawnienie. Zdrowy i zadbane wygląd jest dla mężczyzny takim samym atutem, jak elegancki garnitur czy luksusowy, sportowy samochód. Nic więc dziwnego, że z roku na rok liczba panów w SPA rośnie o jedną trzecią. Mężczyźni są ponoć cierpliwymi i wiernymi klientami.

Do zabiegów, o które najczęściej upomina się męska grupa klientów należą zabiegi nawilżająco-dotleniające, oczyszczające i przeciwzmarszczkowe. Mężczyźni dbają również o dłonie i stopy. Prognozuje się, że salony kosmetyczne mogą wkrótce przeżywać apogeum rozkwitu i to właśnie za sprawą płci brzydkiej. Jak twierdzą kosmetyczki, bardzo ważnym, o ile nie najważniejszym powodem wizyt panów w salonach kosmetycznych, jest edukacja dotycząca prawidłowej, codziennej pielęgnacji cery. Kosmetyczka doradza odpowiednie kosmetyki i mówi jak ich używać.



FOT. THALGO

Skóra mężczyzny wymaga podobnej pielęgnacji jak skóra kobiety. Chociaż nie identycznej, ponieważ mężczyźni są bardziej gruboskórni – ich skóra jest o 25 procent grubsza od kobiecej, a poza tym twardsza i mniej wrażliwa. Obecnie większość ośrodków SPA przygotowuje specjalne oferty dla panów, uwzględniające specyficzne potrzeby męskiej skóry.

Płci brzydkiej proponuje się odpowiednie seanse np. oczyszczające na twarz i ciało, głęboko energetyzujące, typowo relaksujące. Warto również polecić panom masaże połączone z fitopresurą, czyli głaskaniem i ugniataniem poszczególnych części ciała, zwłaszcza pleców i ramion. Taki masaż zalecany jest szczególnie tym, którzy spędzają długie godziny za biurkiem lub w podróży i mają kłopoty z krążeniem. Niedawno otwarty hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie proponuje panom pięciodniowy program rewitalizujący. Niezdecydowani i najbardziej wymagający mogą prosić o specjalny pakiet stworzony na miarę ich potrzeb i oczekiwań. W innym ośrodku oferowane są kąpiele dla panów pod wymowną nazwą Impotencja. W większości SPA do dyspozycji klientów jest również basen, sauna fińska, łaźnia rzymska, jacuzzi. Kilkudniowy pobyt w takim przybytku sprawia, że panowie wracają nie tylko wypoczęci, zdrowsi, zrelaksowani, ale i w znacznie lepszych humorach.

A MOŻE MORZE...

Pobyt w SPA można również połączyć z ciekawą, egzotyczną podróżą np. na Malediwy, Bahama czy Bali.

Warto, bo najdoskonalszą formą SPA jest thalassoterapia, czyli wykorzystywanie morskiej wody, prawdziwej skarbnicy substancji mających zbawienny wpływ na ciało i duszę.

Thalasso po grecku znaczy „morze”. Już najstarsze cywilizacje jak fenicka czy egipska wykorzystywały niezwykle potężną moc morskiej wody, której skład jest prawie identyczny ze składem osocza naszej krwi. Stąd też szczególne znaczenie wody

morskiej w leczeniu wielu schorzeń. Prawdziwy przełom w zakładaniu uzdrowisk wodnych nastąpił w XIX wieku.

W Quiberos powstał pierwszy ośrodek SPA, a wkrótce potem powstała Federation Mer Sante, która to organizacja gwarantowała leczniczy charakter thalassoterapii.

Nazwa ta pojawiła się po raz pierwszy w 1865 roku, kiedy to Joseph la Bonnardiere napisał doktorską pracę o thalassoterapii. Pierwsza profesjonalna firma, która doceniła walory morskiej wody na dużą skalę to Thalgo.

Firma ta często podkreśla różnice pomiędzy Ośrodkami Thalasso, a Centrami Morskimi. Woda morska i preparaty morskie są podstawą zabiegów w obu przypadkach. Różnica jest jednak zasadnicza. Centra Thalasso budowane są blisko morza, oceanu.

Wodę morską doprowadza się tu specjalnymi rurami ukrytymi głęboko pod plażą. Woda ta nie jest uzdatniana, a więc ozonowana, jodowana czy odsalana, lecz jedynie stale kontrolowana pod kątem fizykochemicznym oraz bakteriologicznym. W thalassoterapii wykorzystuje się działanie wody morskiej podgrzanej do 34 – 36°C.

Natomiast w Centrach Morskich oddalonych od morza, stosuje się morskie substancje czynne w formie sproszkowanych alg, morskiej glinki, mułu, soli morskich, co gwarantuje podobny efekt jak w przypadku prawdziwej thalassoterapii.

WIND, CZEKOLADA I CYNAMON

Objadać się nie wypada, ale z kalorycznych smakołyków możemy sporządzić wspaniałe menu dla... ciała. Takiemu jadłospisowi żadna (żaden) się nie oprze.

Ale od początku. Na przystawkę peeling z ziaren kakaowca i kryształków cukru. Dodatek olejków z pestek brzoskwini i winogron wpłynie na ciało odżywczo i wygładzająco.

Pierwsze danie to masaż olejem wiśniowym – drugie – maska z czystego kakao, która sprawi że uspokoiemy się i wyciszymy, a nasza skóra będzie doskonale odżywiona.



TRZY PYTANIA DO...

Beaty Łapińskiej, Dyrektora Generalnego Thalgo Poland
Gdzie powstały pierwsze ośrodki thalassoterapii pod patronatem Thalgo?

Pierwsze powstały we Francji m.in. na Lazurowym Wybrzeżu i w Bretanii. Dzisiaj Centra Thalassoterapii Thalgo znajdują się na całej kuli ziemskiej w prestiżowych hotelach. Na przykład Le Meridien Limassol na Cyprze – uznane zostało za najpiękniejsze SPA 2003 r. Pod banderami Thalgo pływają również po morzach i oceanach prestiżowe kurorty z własnymi lądowiskami dla prywatnych helikopterów.

Państwa klienci to pewnie ludzie bardzo wymagający...

O tak, dlatego firma stara się stworzyć prawdziwy raj pod każdą szerokością geograficzną. To miła niespodzianka, kiedy zdarza mi się spotykać te same twarze raz w Azji, w Afryce czy Europie w ośrodkach i kurortach Thalgo. Często są to twarze międzynarodowych gwiazd filmu, estrady, znanych polityków.



FOT. THALGO

W Polsce Thalgo jest najbardziej znaną firmą z zakresu thalassoterapii i SPA...

To prawda. Thalgo przez 40 lat na świecie i od 10 lat w Polsce pracowało na swoją markę, która obecnie jest symbolem profesjonalizmu i prestiżu. Mamy bardzo bogatą ofertę: 50 zabiegów na twarz, 18 na ciało i cały zestaw suplementów wspomagających odchudzanie, regenerację, itp.

Thalgo to unikatowa holistyczna filozofia, za którą firma otrzymała prestiżową nagrodę Grand Prix w 2000 r.

Thalgo to połączenie tradycji, natury z osiągnięciami XXI wieku. W swoich programach staramy się również położyć nacisk na różne techniki manualne, stąd w naszej ofercie tyle unikatowych egzotycznych masażów.



FOT. THALGO

Jeżeli mamy jeszcze ochotę na deser, to poprosimy o bakaliowy krem ujędrniający o przedłużonym działaniu. Zawiera on m.in. ekstrakty z ziarna kawy i nasion kasztanowca, masło kakaowe, karmel, olej arachidowy.

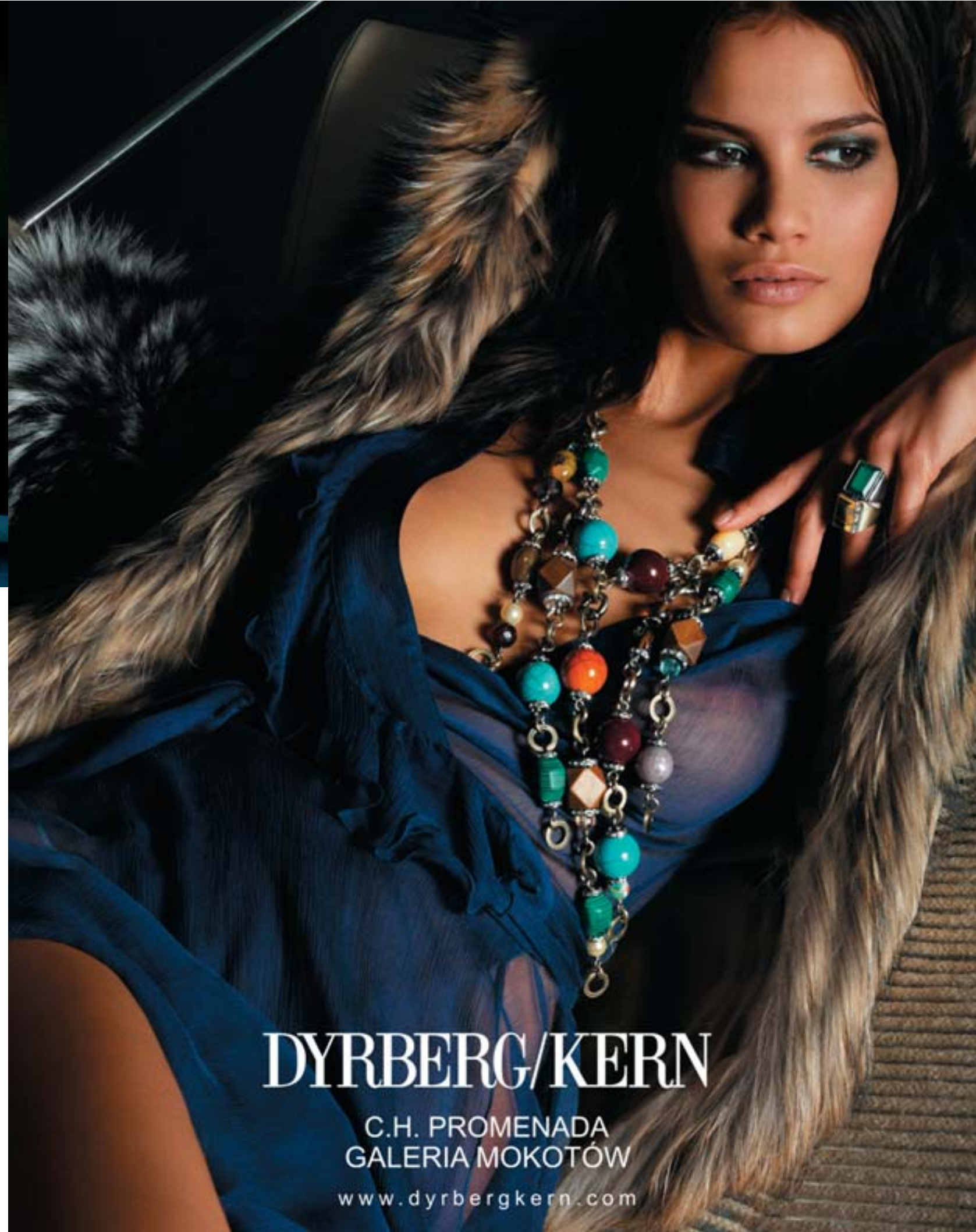
Co najważniejsze, od takiej uczyty nie tylko nie przybędzie nam kalorii, ale schudniemy, a nasza skóra będzie gładka i lśniąca. Coraz popularniejsza – również w Polsce – staje się winoterapia.

„Winne” zabiegi to doskonała kuracja odmładzająca: skutecznie walczy z wolnymi rodnikami, a także pobudza krążenie. Wykonywany jest cały zestaw „winnych” usług: między innymi kąpiele, masaże, bicz szkockie. Wiele ośrodków SPA wykorzystuje w zabiegach czerwone wino i oferuje np. hydromasaż w wannie z dodatkiem jednego litra czerwonego, wytrawnego wina. Kąpiel odżywia ciało i... może spowodować kaca po zapłaceniu rachunku.

Często polecane są również czekoladowe kąpiele i masaże. W czekoladowym SPA można skorzystać z czekoladowego peelingu, czekoladowych okładów lub kąpeli w spienionym kakao. Można również umówić się na masaż całego ciała gorzką, ciepłą, pachnącą czekoladą. To również doskonała propozycja dla pesymistów – w czasie zabiegu wytwarzana jest serotonina, która skutecznie poprawia nastrój. Jeśli nie lubimy czekolady, to może zaakceptujemy cynamon? Działa jak łagodny afrodyzjak – pobudza i przykuwa uwagę.

KRÓTKO I INTENSYWNIE

Modna ostatnio zasada to: wypoczywamy krótko i intensywnie. Mamy kilka dni wolnego i marzymy o ciszy oraz spokoju, a jednocześnie chcemy schudnąć o kilka kilogramów, poprawić kondycję, pójść na relaksujący masaż. Wiele hoteli i ośrodków wprowadza tzw. „weekendy piękności” – czyli odnowę w pigułce. W większości placówek, wypoczynek zaczyna się w piątek dietetycznym obiadem, a kończy w niedzielę po południu. – Pomysł połączenia zabiegów pielęgnacyjnych z wypoczynkiem w pięknym miejscu i luksusowych warunkach jest doskonały – twierdzi Marek, menedżer w dużej zagranicznej firmie, która często funduje sobie takie relaksująco-upiększające weekendy. Jednak w myśl powiedzenia „w zdrowym ciele zdrowy duch”, coraz większe znaczenie przypisuje się również relaksowi, fitnessowi i wellness. Klasyczne SPA o światowym standardzie jest podzielone na pięć umownych przestrzeni. Strefa hydroterapii jest przeznaczona do wszystkich zabiegów wodnych. W drugiej przestrzeni – urody – kuracjusze znajdują kosmetyczny raj. Kolejny obszar, to przestrzeń farmy, w skład której wchodzi: fitness-klub, aerobik, siłownia. W przestrzeni relaksu można natomiast ułożyć się w fotelu np. z masażem, odpocząć i zrelaksować się w pięknym otoczeniu. W ostatniej przestrzeni można wyciszyć zmysły, trenując techniki relaksu, słuchając dyskretnej muzyki wdychając rozpylone w powietrzu olejki eteryczne, lub pobudzić je np. bodźcami świetlnymi i smakowymi.



DYRBERG/KERN

C.H. PROMENADA
GALERIA MOKOTÓW

www.dyrbergkern.com

Z ALFĄ POD ŻAGLAMI

FRANCESCA RECH

Żeglarstwo to fascynujący sport, którego bohaterami są woda i wiatr. Można rzec, że nie jest to zwykła dyscyplina sportu, ale styl życia.

Słońce, wiatr, sól morska i to wrażenie wolności, które może zrozumieć tylko ten, kto pływa po morzach. Samotnie lub z załogą, na tratwie lub na 30-metrowym jachcie – żeglarska pasja nie zna granic. Jest dla każdego i łączy bardzo różne grupy. Dla wszystkich jest to sport, który zaspokaja i ciało, i umysł, który pozwala znaleźć harmonię i wolność w ścisłym kontakcie z naturą. Pływanie jachtem to jednocześnie wyzwanie wobec samego siebie oraz wobec siły wiatru i morza. Pomyślmy o wyprawach kapitana Giovanniego Soldiniego, który samotnie opłynął świat w 116 dni, czy też o wyczynach podczas Pucharu Ameryki – Formuły 1 na morzu. Albo o regatach najwyższego poziomu „maksj jachtów”, zdominowanych przez technologię. Nie należy także zapominać o licznych, a nawet bardzo licznych, regatach dla miłośników żagli, rozgrywających się w najróżniejszych miejscach.

W ostatnim dwudziestoleciu różne firmy i duże światowe marki często decydowały się na połączenie swojego wizerunku ze światem żeglarstwa, sponsorując regaty międzynarodowe i szybko przekształcając je w spotkania, na których sport miesza się ze światowym stylem i widowiskiem. Na przykład Alfa Romeo od 2002 roku

odgrywa główną rolę również w żeglarstwie poprzez dwie udane inicjatywy: sponsorowanie maksj jachtu Alfa Romeo pod dowództwem Neville’a Crichtona, armatora i kapitana z Nowej Zelandii, a także jako oficjalny dostawca załogi jachtu Luna Rossa, biorącej udział w regatach przygotowujących do walki o Puchar Ameryki.

Ale to nie wszystko. Wraz z rozpoczęciem letniego sezonu marka nawiązała współpracę z Yacht Club z Cortina d’Ampezzo, pierwszym włoskim związkiem żeglarskim, który powstał w górskiej miejscowości i chce zdobyć sukces taki, jak inne prestiżowe międzynarodowe kluby, np. pionierski Yacht Club z Gstaad w Szwajcarii.

REKORDOWA ŁÓDŹ

Długa na 30 metrów, zbudowana z materiałów zapożyczonych z samochodowej Formuły 1 i z przemysłu kosmicznego.

Oto Alfa Romeo 2, maksj jacht sponsorowany przez markę Alfa Romeo i sterowany przez Neville’a Crichtona. Statek jest dłuższy o 3 metry od swojego poprzednika (Alfa Romeo 1).

Maszt, wysoki aż na 44 metry, może unieść nacisk gigantycznych żagli: bezan ma 314 m², genua 208, a genaker 805. Liczby te wywołują zawrót głowy i czynią z Alfj Romeo 2 groźnego rywala. Ta reputacja wynika z imponującej liczby sukcesów jachtu Alfa Romeo 1, który zdobył sobie przydomek „Serial winner”,

czyli seryjnego zwycięzcy, aż 74 razy przypluwając jako pierwszy na metę i bijąc rekordy prędkości tak, jak na przykład na Giraglia Rolex Cup. Ostatnio maksj jacht Alfa Romeo 2 pływa na Morzu Śródziemnym. Po zwycięstwach w rekordowym czasie podczas regat o Trofeum Zegna, był pierwszą łodzią, która dotarła do mety w Giraglia Rolex Cup. Od 3 do 9 września Alfa Romeo 2 będzie brała udział w trofeum Maxi Yacht Rolex Cup w Porto Cervo, a 8 października – w Barcolana, regatach otwartych dla wszystkich, zarówno profesjonalnych żeglarzy, jak i amatorów. Będzie to prawdziwe święto dla żeglarzy, a Alfa Romeo jest głównym sponsorem tej imprezy.

WYZWANIE LUNA ROSSA

Port w Walencji. To tutaj trzy lata temu przeniosła się „kwatery główna” jachtu Luna Rossa. Jego załoga przybyła tu w lutym 2004 roku jako pierwszy challenger i już w maju trenowała w porcie, który wówczas był jeszcze w budowie. Bardzo oryginalna w formie baza Luna Rossa została stworzona przez słynnego architekta Renzo Piano. Przypomina ona łódź podczas żeglugi. Efekt ten projektant osiągnął, stosując przy budowie bazy używane żagle. Przy okazji wyeksponował też ekologiczny aspekt projektu – na przedzie bezanu i foków znalazły się napisy: „ci nu se straggia ninte”, co po przetłumaczeniu z dialektu genuńskiego brzmi „tutaj niczego się nie wyrzuca”.

W różnych działach bazy Luna Rossa pracuje około stu osób, w tym trzydziestu sześciu nawigatorów. Mają od 26 do 61 lat i pochodzą z szesnastu różnych krajów.

– Wszystkich łączy żeglarska pasja – opowiada Francesco De Angelis, kapitan Luna Rossa. – Tworzą mieszankę złożoną z doświadczenia i wrodzonego talentu. Odznaczają się ciekawością techniczną i zdolnościami do rozglądania się wokół siebie. I to właśnie współgranie profesjonalnych umiejętności ludzi pochodzących z całego świata, łącznie ze sternikiem, mistrzem świata match race 2005, Jamesem Spithillem, czyni z Luna Rossa Challenge bardzo solidną załogę. Po zakończonym sezonie 2006 De Angelis przedstawia stan przygotowań swojej załogi do walki o Puchar Ameryki. – Był to dla nas bardzo ważny okres – mówi. – Dużo dowiedzieliśmy się o nas samych, o ITA86 (numer żeglarski nowej łodzi) i o naszych przeciwnikach. Mamy plan i precyzyjnie go realizujemy. Naszym celem było wykorzystanie nowej łodzi i poznanie, na ile tylko będzie możliwe, naszych rywali, czyli przygotowanie do tego, z czym zetkniemy się w przyszłym roku. Poziom rywalizacji bardzo się podniósł, w regatach udział biorą jachty klasy Pucharu Ameryki, dochodząc do granic swych możliwości.



B&W Bowers & Wilkins
www.bwspeakers.pl

DŹWIĘK Z KLASĄ
ROZWIĄZANIA DLA WYMAGAJĄCYCH



the wisdom of the master!

JEAN PIERRE VIDAL (Fr)

design *pininfarina*

Gdynia
ul. Świętojańska 36/ Abrahama 35,
tel. 058/ 621 74 15
zapraszamy:
poniedziałek-piątek: 12:00–19:00
sobota: 10:00-16:00
niedziela: 11.00–14:00

Poznań
ul. Bułgarska 117 A, tel. 061/ 867 44 37
zapraszamy:
poniedziałek-piątek: 12:00–20:00
sobota: 10:00-18:00
niedziela: 11.00–14:00

Warszawa
ul. 17 Stycznia 36/ 38 (Okęcie), tel. 022/ 846 86 99
zapraszamy:
poniedziałek 15-20, wtorek-piątek 12-20,
sobota 10-16, niedziela 11-14

Warszawa
ul. Karolkowa 17/ 19 (róg Wolskiej), tel. 022/ 632 97 96
zapraszamy:
pon.-pt.10-21, sobota 10-18, niedziela 10-16



To najładniejszy salon samochodowy
w Warszawie – oceniają jego nowy
wystrój klienci firmy Bołtowicz S.J.

DEALER VIP-ÓW

ANNA BORSUKIEWICZ, FOT. SATIZ POLAND



FIRMA RODZINNA

Bołtowicz S.J. to prawdziwa firma rodzinna. Jej głową jest oczywiście ojciec – Krzysztof Bołtowicz, od ponad trzydziestu lat współpracujący z Fiatem w dziedzinie serwisowania i sprzedaży samochodów. Nad finansami, jak w wielu polskich domach, opiekę roztacza żona – pani Wanda Bołtowicz.



Krzysztof Bołtowicz

Do działalności w firmie wciągnęli też przedstawicieli młodego pokolenia Bołtowiczów. Córka Marta, absolwentka warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych, pełni rolę nieformalnego dyrektora artystycznego. Czuwa nad wystrojem salonu, a także graficzną stroną wszystkich przedsięwzięć. Synowi Maciejowi, wspomagającemu na co dzień ojca w kierowaniu przedsiębiorstwem, przypadł również w udziale marketing i rozwój usług towarzyszących podstawowej działalności firmy.

Kolorystyka zgodna ze standardami Alfę Romeo, czyli wnętrza w odcieniach szarych i czerwonych, z elementami metalowymi, stylizowanymi na chromowane, stanowi godną oprawę dla prezentowanych tu ekskluzywnych aut – Alfę 159 Sportwagon, Crosswagóna Q4 i oczywiście Brery, królującej na specjalnym, błyszczącym podeście, podkreślającym urodę i sportową linię tego coupé, zaprojektowanego przez Giorgetto Giugiaro. Brerę „w akcji”, pokonującą malownicze drogi, można obejrzeć również na ekranie, w specjalnie wydzielonym zakątku salonu, gdzie ustawiono dla gości oryginalne w kształcie, czerwone kanapy.

Miejsce to często służy spotkaniom towarzyskim klientów firmy, a jest wśród nich wiele osób znanych w świecie artystycznym, oglądanych na ekranach kinowych i telewizyjnych. Krzysztof Bołtowicz, nazywany nieraz „dealerem VIP-ów”, jako człowiek dyskretny, nie chce wymieniać ich nazwisk, ale jest dumy z tego, że tak wielu sławnych ludzi docenia piękno, elegancję i znakomitą jakość samochodów Alfa Romeo. – Oczywiście moimi klientami są nie tylko artyści, ale również ludzie wielu innych zawodów, np. prawnicy, lekarze – mówi. – Są też całe rodziny, nawet

trzy pokoleniowe. Alfami jeżdżą w nich dziadkowie, rodzice i wnuki. Z czasem kontakty zawodowe zmieniają się w bardziej osobiste. Dotyczy to nie tylko mnie, ale i moich pracowników. Np. wielu klientów ma nasze prywatne telefony komórkowe i wiedzą, że mogą do nas dzwonić w razie jakichkolwiek problemów, nie zawsze zresztą związanych z samochodami. Mieszczący się na Ursynowie, przy ul. Jana Rosoła salon Krzysztofa Bołtowicza działa już od ponad pięciu lat. Jest jedynym w Polsce specjalizującym się wyłącznie w marce Alfa Romeo. Jego otwarcie w styczniu 2001 roku było wydarzeniem w polskim świecie motoryzacyjnym, zbiegło się z premierą Alfę 147 na naszym rynku. – Decyzja o skupieniu się wyłącznie na tej marce to efekt moich spotkań z ówczesnym dyrektorem handlowym Fiata Auto Poland. Był nim Dario Fabbro, wielki miłośnik Alfę – wspomina Krzysztof Bołtowicz. – To on zaraził mnie fascynacją marką Alfa Romeo. Doszedłem do wniosku, że wymaga ona specjalnego traktowania i postanowiłem, że w moim salonie będę sprzedawać tylko Alfę. Pamiętam, że wielu fachowców z dziedziny motoryzacji twierdziło, iż jest to decyzja ryzykowna. Mówili, że to marka zbyt ekskluzywna na polskie warunki i możliwości polskich klientów.

Przestrzegali, że nie utrzymam się na rynku. Jak widać, działam na nim już szósty rok. Oczywiście wymaga to ciągłych starań o klientów. Salon na Ursynowie czynny jest przez cały tydzień, bo miłośnicy Alfę Romeo to ludzie zapracowani, więc chętnie wpadają tu właśnie w soboty i niedziele. Stali klienci wiedzą, że bez problemu mogą zmienić używane modele Alfę na nowe. Pracownicy firmy Bołtowicz oczywiście pomagają przy zakupie samochodów – prezentują je, doradzają, załatwiają sprawy związane z ich leasingiem, kredytami na zakup, doposażaniem zgodnie z indywidualnymi wymaganiami i potrzebami. W sąsiedztwie salonu działa serwis. Wprowadzono w nim takie usługi, jak odbieranie aut klientów z domów czy miejsc pracy i odprowadzanie ich po naprawie lub przeglądzie. Firma dysponuje samochodami zastępczymi, użyczanymi na czas pobytu pojazdu w warsztacie, prowadzi też niewielką wypożyczalnię. Taka kompleksowa obsługa, a także atmosfera panująca w salonie (stali bywalcy wiedzą, że u Krzysztofa Bołtowicza mogą wypić najlepszą chyba włoską kawę w Warszawie) powodują, że klienci przywiązują się do firmy i są jej wierni, tak jak marce Alfa Romeo.

ALFAMI PRZEZ MAŁOPOLSKĘ

GRZEGORZ CHMIELEWSKI, FOT. SATIZ POLAND

Już od dawna nosiliśmy się z projektem powołania pierwszego w tej części kraju klubu Alfistów. W Małopolsce jest liczne i prężne grono właścicieli oraz miłośników Alf Romeo. Warto wykorzystać ten potencjał – wyjaśnia prezes klubu, Ryszard Orlof.

KRAKÓW KOCHA ALFY

– Tylko z naszego salonu wyjechało ponad 1000 samochodów Alfa Romeo, poczynając od modeli 145 i 146, a kończąc na ekskluzywnej Alfie Brera – wylicza Krzysztof Kaczmarczyk, prezes zarządu Polinar SA. Ta firma jest znana nie tylko z działań czysto handlowych, ale również z popularyzacji wiedzy na temat historii i zasług mediolańskiej marki. W 2005 r. w salonie Polinaru odbył się cykl prezentacji sztuki z udziałem wybitnych postaci życia kulturalnego i politycznego (zresztą nie tylko z Krakowa). – Zeszłoroczne wieczory artystyczne pod nazwą „Oblicza piękna” przedstawiały dorobek znanego krakowskiego rzeźbiarza Karola Badyń. Każde z tych spotkań było również zręcznym pretekstem do przypominania dziejów i dorobku Alf Romeo, a także zaprezentowania najnowszych modeli tej marki – przypomina prezes Polinaru.

W SPORTOWYM RYTMIE

– Bardzo chcieliśmy, żeby inauguracja działalności klubu wypadła nie tylko okazale, ale również żeby trafnie wpisała się w styl i charakter naszych samochodów. Sportowy duch zdecydował, że postanowiliśmy urządzić rajd turystyczno-krajoznawczy z elementami prawdziwie sportowej rywalizacji – tłumaczy Ryszard Orlof. Impreza miała dobrze wyważone proporcje pomiędzy

sportowymi przyjemnościami a niedzielną rozrywką, pomiędzy przygodą a przyjemnością. Najpierw kilka prób sportowych w różnych punktach Krakowa, a potem stukilometrowa trasa, poprowadzona bocznymi drogami przez Pogórze Wielickie i Beskid Wyspowy. Dokładny itinerer (czyli książka drogowa, opisująca wyznaczoną trasę symbolami graficznymi) był znakomitą przewodnikiem, który doprowadził uczestników do mety na lotnisku Aeroklubu Podhalańskiego w Łososinie Dolnej koło Nowego Sącza.

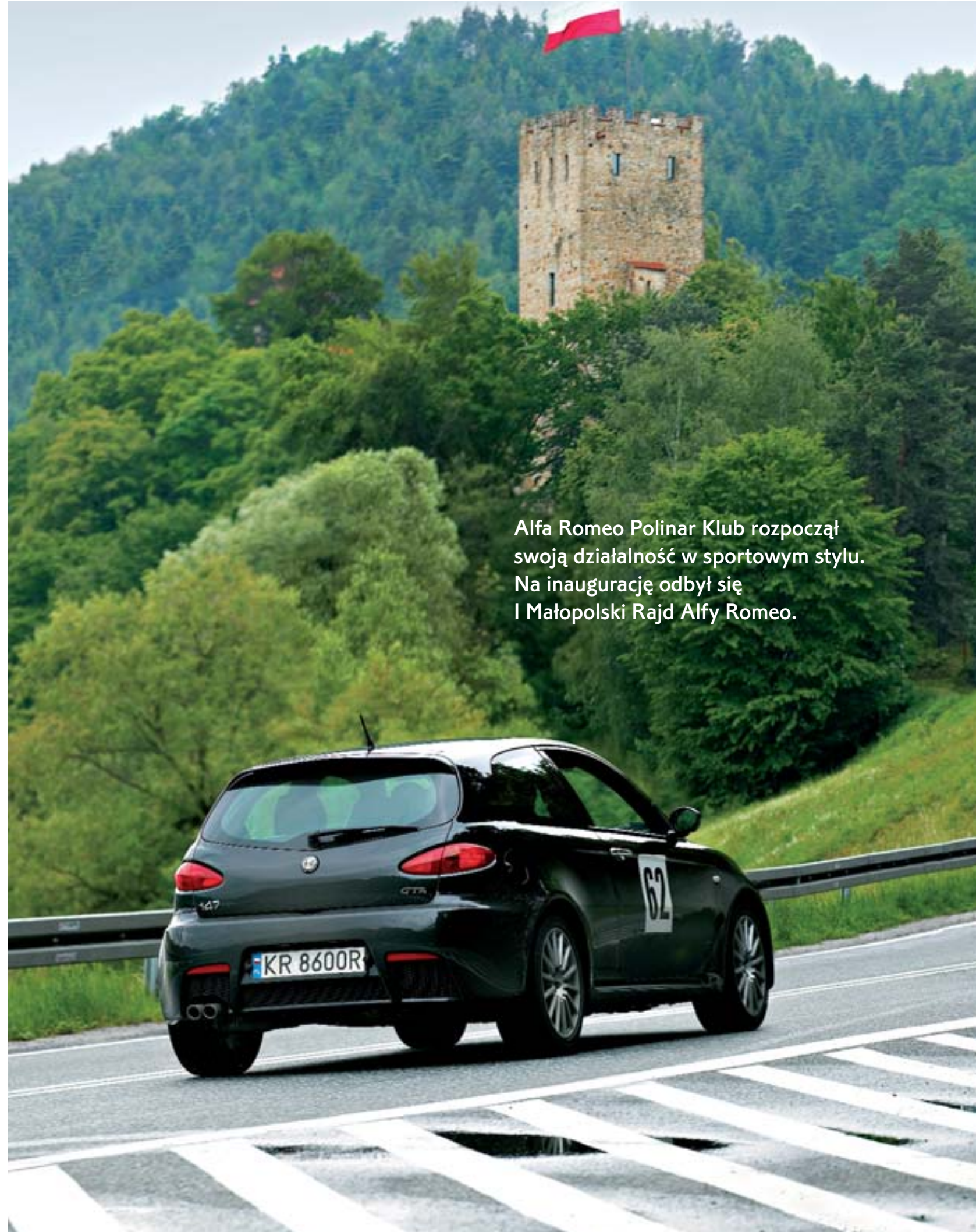
Dla ponad sześćdziesięciu załóg trasa imprezy była miłym zaskoczeniem. – Choć jesteśmy rdzennymi krakowianami, to jednak nie wiedzieliśmy, że pod naszym boki są tak porywające krajobrazy – mówili członkowie rodzinnej ekipy, startującej czarną Alfą 147.

Organizatorzy przyznają, że doborowi trasy poświęcili dużo czasu i uwagi. – Nasze pomysły konsultowaliśmy z doświadczonymi kierowcami rajdowymi z Automobilklubu Krakowskiego, którzy podpowiadali nam, gdzie są fragmenty odcinków specjalnych dawnych Rajdów Krakowskich. Oczywiście nie urządzaliśmy tam prób wyścigowych, ale sporo adrenaliny dodaje sama świadomość, że jedzie się po bardzo trudnym technicznie odcinku specjalnym – opowiada prezes AR Polinar Klubu.

COŚ DLA DUCHA

Uniwersalna formuła I Małopolskiego Rajdu Alf Romeo zapewniała urozmaicone doznania. Wprawdzie pogoda trochę dokuczyła (podczas imprezy spadł ulewny deszcz), ale nie na darmo metę zawodów zlokalizowano na lotnisku sportowym w Łososinie Dolnej. Wielką atrakcją dla uczestników imprezy były loty widokowe samolotem AN24 ponad doliną Dunajca. Podziwu godny był pokaz powietrznej akrobacji, należącego do Polinaru

Alfa Romeo Polinar Klub rozpoczął swoją działalność w sportowym stylu. Na inaugurację odbył się I Małopolski Rajd Alf Romeo.



śmigłowca Robinson R44. Zresztą ta maszyna jest też atrakcją krakowskiego salonu firmy – stoi na dachu jednego z pawilonów i w razie potrzeby może być wykorzystana do udzielenia pomocy użytkownikom Alf i Fiatów. – Niewielu jest na świecie dealerów, którzy swoim klientom zapewniają assistance z powietrza – z satysfakcją podkreślają szefowie Polinaru. Ta spółka działa na rynku motoryzacyjnym już od ponad trzydziestu lat. W rekordowym roku sprzedała ponad 6 tys. Fiatów i Alf! Samochody pozostały na lotnisku w Łososinie, zaś uczestnicy rajdu zostali przewiezieni autokarem do pobliskiego

na metę bez żadnych awarii dojechali wszyscy uczestnicy. Jednym z miłych zaskoczeń była Alfa 156 z przebiegiem blisko 312 tys. kilometrów, która zajęła wysokie miejsce w klasyfikacji generalnej. Wszyscy otrzymali pamiątkowe medale, dyplomy za wyniki na próbach sportowych oraz puchary i upominki. – Chociaż do sfinalizowania odbudowy zamku jest jeszcze stosunkowo daleko, to jednak już osiągnięty stan daje nam sporo satysfakcji – mówi Piotr Danek, który jest opiekunem zabytku. – Znaczna część dawnej wieży, murów i lochów została odtworzona, powstała też mała wystawa, kawiarnia

a i my w rajdowym towarzystwie Alfstów czuliśmy się świetnie. Dziękujemy więc za zaproszenie i za przemiłą atmosferę, jaką stworzyli organizatorzy. Gdy tylko będzie następna okazja – prosimy o nas nie zapominać!

CIĄG DALSZY NASTĄPI

Ryszard Orlof jest zadowolony z udanej imprezy inauguracyjnej, ale nie zamierza spoczywać na laurach. – Przed naszym klubem nadal stoi zadanie integrowania możliwie szerokich rzeszy Alfstów, stworzenia dogodnej płaszczyzny dla wymiany

doświadczeń, czy choćby życia towarzyskiego w rodzinie użytkowników Alf. – Pragniemy nawiązać bliską współpracę z właścicielami starych Alf Romeo, zrzeszonymi w kole pojazdów zabytkowych Automobilklubu Krakowskiego. Członkowie tego klubu mają kilka bardzo apetycznych i wspaniale utrzymanych youngtimerów, które mogą stać się prawdziwą ozdobą naszych imprez – mówi Orlof. I dodaje, że skoro został zrobiony pierwszy udany krok, to należy myśleć już o kolejnym. Następny klubowy rajd ma się odbyć jesienią.



XIV-wiecznego zamku Trosztyń. Stoi on na stromej skale nad doliną Dunajca w miejscowości Wytrzybszcza. Przez dwa stulecia stanowił element systemu obronnego południowych rubieży królestwa, ale w XVI wieku popadł w ruinę i trwał w zapomnieniu aż do naszych czasów. Od kilkunastu lat trwa prowadzona przez Polinar rekonstrukcja tego obiektu. Podźwignięty z ruin zamek stał się teraz jedną z najoryginalniejszych atrakcji turystycznych Małopolski.

TAJEMNICE TROPSZTYNA

Warownia w Troszynie ma swoje tajemnice i zagadki, m.in. związane z pobytem Inków na tych ziemiach. Ponoć zamkowe lochy skrywają inkaski skarb... W atmosferze legend i sekretów historii uczestnicy I Małopolskiego Rajdu Alf Romeo podziwiali imponujące efekty renowacji zabytku, obejrzeli 40-minutowy film o Inkach w Polsce, biesiadowali przy pieczystym z rożną, a na koniec wzięli udział w ceremonii podsumowania zawodów i wręczenia nagród. Mimo trudnej i niestety dość dziurawej trasy,

i sklep z pamiątkami. Przy okazji premier nowych modeli, na dziedzińcu prezentujemy Fiaty i Alf Romeo. Naszym niewątpliwym atutem jest położenie zamku Trosztyń nie tylko w malowniczej dolinie Dunajca, ale także tuż przy ruchliwej drodze krajowej nr 75, prowadzącej z Krakowa do Nowego Sącza i dalej, do południowej granicy Polski. Bardzo łatwo do nas trafić, więc gorąco zapraszamy zmotoryzowanych turystów do zwiedzania zamku Trosztyń!

I MY TAM BYLIŚMY...

Jak w starych podaniach „i ja tam byłem, miód i wino piłem”... Autorzy tej relacji uczestniczyli, na zaproszenie Alfa Romeo Polinar Klubu, w I Małopolskim Rajdzie AR i – choć nie wyniki były ważne, ale sam fakt uczestnictwa – spisali się chyba nienajgorzej, skoro uplasowali się w czołówce klasy turbodiesel, a również stanęli na podium w klasyfikacji generalnej. Jechaliśmy Alfą 156 1.9 JTD. Auto w tych niełatwych warunkach (wąskie i kręte drogi podgórskie) spisywało się znakomicie,

EDMUND OPROCHA O ALFIE ROMEO

Wśród uczestników I Małopolskiego Rajdu Alf Romeo był także prezes Automobilklubu Krakowskiego, Edmund Oprocha wraz z rodziną. – Nasz klub jest najstarszą organizacją automobilową w Polsce, w 2008 roku będziemy świętować jubileusz stulecia – mówi. – W ciągu minionych lat nasi członkowie zdobywali wielkie międzynarodowe sukcesy rajdowe, że wymienię tak słynnych zawodników jak Jan Ripper, Sobiesław Zasada czy Janusz Kulig. Ale my z równą troską i sympatią

odnosimy się zarówno do automobilowego wyczynu na najwyższym poziomie, jak i do imprez sportu popularnego – jak ten rajd Alf Romeo. Zresztą ja sam jestem miłośnikiem tej marki – i to wcale nie platonicznie, ale jak najbardziej realnym. Jeżdżę Alfą 156 – model 2.5 V6.

JAK PRZYSTĄPIĆ DO ALFA ROMEO POLINAR KLUBU?

Najlepiej wyświetlić stronę www.polarin.pl, gdzie znajdują się wszelkie informacje, regulamin klubu, sposób kontaktowania się, etc.



AUTORYZOWANE SALONY SPRZEDAŻY ALFA ROMEO W POLSCE

DOLNOŚLĄSKIE

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

KUJAWSKO-POMORSKIE

AUTEX
Bydgoszcz 85-737 Łęczycka 6
tel. 0-52 3601452
sprzedawca certyfikowany:
Roman Kucharski

MAŁOPOLSKIE

POLINAR
Kraków 31-564 Ofiar Dąbia 14
tel. 0-12 4142477
sprzedawcy certyfikowani:
Piotr Korzeniowski, Ryszard Orlof

BWR Podolscy
Kraków 31-236 Al. 29-Listopada 170
tel. 0-12 4200015, w. 161, 162
sprzedawcy certyfikowani:
Robert Słupczyński, Karol Dzik

MAZOWIECKIE

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

CARSERWIS

Warszawa 02-134 1-go Sierpnia 10
tel. 0-22 5737183
sprzedawcy certyfikowani:
Marek Babiński, Tomasz Dudek

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

AUTOSERVIS
Miawa 06-500 Płocka 91
tel. 0-23 6548006, w. 39
sprzedawca certyfikowany:
Michał Radzki

PODKARPACKIE

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

PODLASKIE

KONRYS
Białystok 15-703 Zwycięstwa 8F
tel. 0-85 6516364
sprzedawca certyfikowany:
Adam Cezary Gryc

POMORSKIE

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

AUTO-DIUG
Ślupsk 76-200 Poznańska 74
tel. 0-59 8424033, w. 43
sprzedawca certyfikowany:
Ewelina Bortnowska

ŚLĄSKIE

CENTRUM SPRZEDAŻY
FIAT AUTO POLAND
Bielsko-Biała 43-300 Katowicka 24
tel. 0-33 8134421, 8134442

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

GANINEX
Katowice 40-203 Roździeńskiego 170
tel. 0-32 3512750
sprzedawca certyfikowany:
Magdalena Pianowska, Jerzy Polok

EUROMOT
Rybnik 44-200 Zembrzydowicka 90
tel. 0-32 4239006, 4243644
sprzedawca certyfikowany:
Arkadiusz Schmidt

WIELKOPOLSKIE

POL-CAR
Poznań 61-057 Gorzysława 9
tel. 0-61 8732147, 8732110 (fax)
sprzedawcy certyfikowani:
Mariusz Matyjaszek, Grzegorz Dykczak

KLUBY ALFA ROMEO W POLSCE I WE WŁOSZECH

POLSKA

MIA GIULIA ALFA ROMEO KLUB
WROCŁAW
ul. Karkonoska 45, 53-015 Wrocław
Tel. 48-71-3399333

TI AMO ALFA CLUB
ul. Puszkina 50, 92-516 Łódź
Tel. 48-42-6492223

CLUB ALFA ROMEO POLONIA
ul. Gorzysława 9, 61-057 Poznań
Tel. 48-061-8731133

INTERNETOWY KLUB
ALFY ROMEO „IKAR”
www.cuoresportivo.pl

ALFAROMEO POLINAR KLUB
ul. Ofiar Dąbia 14, 31-564 Kraków
Tel. 48-012-4141199

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
Pzza 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



CENNIK SAMOCHODÓW ALFA ROMEO



ALFA 147				CENA W PLN (z VAT)			
1.6 TS	105 KM	IMPRESSION	59 900,-				
1.6 TS	120 KM	IMPRESSION	63 500,-				
1.9 JTD	120 KM	IMPRESSION	70 500,-				
1.6 TS	120 KM	PROGRESSION	73 500,-				
1.9 JTD	120 KM	PROGRESSION	80 500,-				
1.9 JTD	150 KM	PROGRESSION	86 500,-				
1.6 TS	120 KM	DISTINCTIVE	78 500,-				
2.0 TS	150 KM	DISTINCTIVE	85 500,-				
2.0 TS SELESPEED	150 KM	DISTINCTIVE	99 500,-				
1.9 JTD	150 KM	DISTINCTIVE	91 500,-				
1.6 TS	120 KM	BLACK LINE	81 500,-				
2.0 TS	150 KM	BLACK LINE	88 500,-				
2.0 TS SELESPEED	150 KM	BLACK LINE	102 500,-				
1.9 JTD	150 KM	BLACK LINE	94 500,-				
1.6 TS	120 KM	EXCLUSIVE	87 500,-				
2.0 TS	150 KM	EXCLUSIVE	94 500,-				
2.0 TS SELESPEED	150 KM	EXCLUSIVE	108 500,-				
1.9 JTD	150 KM	EXCLUSIVE	100 500,-				

DOPLATA DO WERSJI 5-CIO DRZWIOWEJ WYNOŚI 2000 PLN



ALFA CROSSWAGON Q4				CENA W PLN (z VAT)			
1,9 JTD	150 KM	PROGRESSION	118 500,-				
1,9 JTD	150 KM	DISTINCTIVE	128 500,-				



ALFA 156 SPORTWAGON				CENA W PLN (z VAT)			
1,6 TS	120 KM	PROGRESSION	87 500,-				
1,9 JTD	150 KM	PROGRESSION	95 500,-				



ALFA BRERA				CENA W PLN (z VAT)			
2,2 JTS	185 KM		139 000,-				
2,4 JTD ^M	200 KM		155 000,-				
2,2 JTS	185 KM	SKY VIEW	146 000,-				
2,4 JTD ^M	200 KM	SKY VIEW	162 000,-				
3,2 JTS V6 Q4	260 KM	SKY VIEW	185 500,-				



ALFA 159				CENA W PLN (z VAT)			
1.8 MPI	140 KM	IMPRESSION	89 500,-				
1.9 JTS	160 KM	IMPRESSION	92 500,-				
1.9 JTD ^M	120 KM	IMPRESSION	89 900,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	IMPRESSION	98 900,-				
1.9 JTS	160 KM	PROGRESSION	111 600,-				
2.2 JTS	185 KM	PROGRESSION	130 100,-				
1.9 JTD ^M	120 KM	PROGRESSION	109 000,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	PROGRESSION	118 000,-				
2.4 JTD ^M	200 KM	PROGRESSION	157 100,-				
2.4 JTD ^M z Q ^{TRONIC}	200 KM	PROGRESSION	164 100,-				
2.2 JTS	185 KM	DISTINCTIVE	139 100,-				
2.2 JTS SELESPEED	185 KM	DISTINCTIVE	147 100,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	DISTINCTIVE	127 000,-				
2.4 JTD ^M	200 KM	DISTINCTIVE	166 100,-				
2.4 JTD ^M z Q ^{TRONIC}	200 KM	DISTINCTIVE	173 100,-				
3.2 JTS V6 Q4	260 KM	DISTINCTIVE	182 000,-				



ALFA 159 SPORTWAGON				CENA W PLN (z VAT)			
1.8 MPI	140 KM	IMPRESSION	96 500,-				
1.9 JTS	160 KM	IMPRESSION	99 500,-				
1.9 JTD ^M	120 KM	IMPRESSION	96 900,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	IMPRESSION	105 900,-				
1.9 JTS	160 KM	PROGRESSION	118 600,-				
2.2 JTS	185 KM	PROGRESSION	137 100,-				
1.9 JTD ^M	120 KM	PROGRESSION	116 000,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	PROGRESSION	125 000,-				
2.4 JTD ^M	200 KM	PROGRESSION	164 100,-				
2.4 JTD ^M z Q ^{TRONIC}	200 KM	PROGRESSION	171 100,-				
2.2 JTS	185 KM	DISTINCTIVE	146 100,-				
2.2 JTS SELESPEED	185 KM	DISTINCTIVE	154 100,-				
1.9 JTD ^M	150 KM	DISTINCTIVE	134 000,-				
2.4 JTD ^M	200 KM	DISTINCTIVE	173 100,-				
2.4 JTD ^M z Q ^{TRONIC}	200 KM	DISTINCTIVE	180 100,-				
3.2 JTS V6 Q4	260 KM	DISTINCTIVE	189 000,-				



ALFA SPIDER				CENA W PLN (z VAT)			
2,2 JTS	185 KM		147 000,-				
2,2 JTS	185 KM	EXCLUSIVE	154 000,-				
3,2 JTS V6 Q4	260 KM	EXCLUSIVE	193 500,-				



ALFA GT				CENA W PLN (z VAT)			
1.8 TS	140 KM	IMPRESSION	99 000,-				
1.9 JTD	150 KM	IMPRESSION	109 000,-				
2.0 JTS	165 KM	PROGRESSION	111 000,-				
1.9 JTD	150 KM	PROGRESSION	115 000,-				
2.0 JTS	165 KM	DISTINCTIVE	117 000,-				
2.0 JTS SELESPEED	165 KM	DISTINCTIVE	123 000,-				
3.2 V6	240 KM	DISTINCTIVE	140 000,-				
1.9 JTD	150 KM	DISTINCTIVE	121 000,-				



ALFA 166				CENA W PLN (z VAT)			
2,4 JTD	180 KM	PROGRESSION	180 000,-				
2,4 JTD	180 KM	DISTINCTIVE	187 000,-				
2,4 JTD	180 KM	BLACK LINE	190 000,-				

Powyższe ceny dotyczą modeli z wyposażeniem standardowym i są cenami maksymalnymi w sieci sprzedaży Alfa Romeo. Przy zakupie samochodów z dodatkowym wyposażeniem obowiązują dopłaty zgodnie z cennikiem opcji. Fiat Auto Poland zastrzega sobie prawo do zmiany cen.

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