

iauto polska

Numer 121, 8 listopada 2018





Śpośród wielu różnych marek samochodów, jedne lubię bardziej, inne mniej. Ale przecież zajmując się pisaniem o motoryzacji, powinienem być obiektywnym obserwatorem, aby o kolejnych samochodach opowiadać bez uprzedzeń i zgodnie ze stanem faktycznym pokazywać ich zalety i wady. Pytanie czy to możliwe, skoro jedną markę lubię bardziej niż inne, a na dokładkę są też i takie, którym jestem niechętny?

W przypadku rozważań o konkretnych samochodach osobiste emocje, jakie budzą poszczególne loga na maskach, nie mogą mieć znaczenia. Warto więc zadać sobie pytanie, co to znaczy, że nierówno sympatią obdarzam marki samochodów? A przede wszystkim - dlaczego? Powody są różne.

Pracując od lat w branży poznałem wiele osób pracujących dla wszystkich koncernów motoryzacyjnych obecnych w Polsce. Z niektórymi z tych ludzi spotykałem się z przyjemnością, z innymi nie zawsze było miło. Jak to w relacjach interpersonalnych jest, zawsze akcji towarzyszy reakcja. Jeśli ktoś zachowuje się nietaktownie, to kontakt z nim nie sprawia przyjemności. Z drugiej strony trzeba też do drobnych uchybień podchodzić wyrozumiale, wszak każdy może mieć zły dzień. Ja też. Krótko mówiąc, klimat kontaktu z osobami pracującymi na rzecz danej marki sprawia, że albo ją lubię, albo nie. Trudno pochwalać agresywne zachowania na drogach, lekceważenie sygna-

lizowania zamiaru zmiany pasa ruchu, czy rozwijanie znacznie większych, niż dozwolone, prędkości. Tak się składa, że wymienione (i podobne) groźne i niebezpieczne zachowania obserwowałem u kierowców kilku marek segmentu premium. Oczywiście, tych marek nie lubię.

Miałem okazję wykonywać różne zlecenia dla producentów samochodów. Jeśli praca była ciekawa i satysfakcjonująca, to pozostały nie tylko dobre wspomnienia, ale też i dobre relacje z ludźmi. I osobista sympatia dla marki.

Sport. Historia. Rozwiązania konstrukcyjne. Piękno. Legenda. Filozofia prowadzenia biznesu. To wszystko ma znaczenie, buduje wizerunek marki, budzi emocje pozytywne, lub wręcz przeciwnie. Niektóre marki lubię bardziej, obserwując Formułę 1 kibicuję nie wszystkim zawodnikom i zespołom tak samo. Ale to nie oznacza, iż nie dostrzegam talentu kierowców, czy sprawności zespołów, którym nie kibicuję. Podobnie z samochodami. Moja ulubiona marka wprowadziła na rynek kiepskie auto. Kiepskie? Może tylko w moim mniemaniu? A nielubiana firma prezentuje fajne auto. Udawać, że nie jest OK? Nic z tych rzeczy.

Szerokiej drogi

Mirosław Rutkowski



Wrażenia z jazdy



Fiat czy Jeep - str. 4

Modnie i wygodnie- str. 9

Motoryzacja

Sztuka renowacji - str. 12



Kalendarium

Motoryzacyjne początki II RP - str. 18



Fiat czy Jeep

TEKST: ALEKSANDER ŻYZNY
ZDJĘCIA: AUTOR, SERWIS PRASOWY

Obserwując poczynania koncernu Fiat Chrysler Automobiles można sądzić, że dla Fiata najważniejszy jest Jeep. Z jednej strony ograniczanie gamy aut oferowanych jako Fiaty, czy pozostawienie Lancii tylko na rodzimym, włoskim rynku, a z drugiej rozwój produkcji Maserati, Alfy Romeo, a zwłaszcza Jeepa.



Ta strategia rozwoju opracowana i firmowana przez zmarłego w końcu lipca Sergio Marchionne będzie kontynuowana. I nie ma co się dziwić, bo wcześniejsze koncepcje tego managera pozwoliły wzmocnić pozycję

rynkową nie tylko włoskiej ale i amerykańskiej części koncernu. Pozwoliły także czerwcu br. wyzerować długi, co Marchionne, znany z chodzenia w granatowym sweterku z rozpiętą pod szyją koszulą, uczcił założeniem krawata.



Siła marki

Wydawać by się mogło, że Fiat -marka licząca 120 lat, z sukcesami obecna przez te lata na rynku, która sprzedała dziesiątki milionów samochodów, będzie wystarczająco mocna, by liderować we włosko-amerykańskim koncernie. To Fiat wykupił w latach 2009 -2014 zadłużonego i podupadającego Chryslera, razem z marką Jeep. I to właśnie ta marka ma być głównym orężem koncernu FCA w walce o klientów na globalnym rynku. Marka Jeep rozpoznawalna jest na całym świecie i obok coca-coli, Harleya-Davidsona, Mc Donalda czy westernów pozytywnie kojarzy się z „american dream”. A wszystko zaczęło się w połowie 1940 roku, gdy armia amerykańska ogłosiła konkurs na mały, uniwersalny samochód terenowy. 135 firm zaproszonych do przetargu dostało 49 dni na zaprezentowanie jeżdżącego prototypu. Ostatecznie dopuszczono dwie: bankrutującą, ABC (American Bantam Car Company) i Willys Overland. Gotowe prototypy armijni specjaliści poddali morderczym próbom i wybrali z nich to co najlepsze, bo potrzebny był pojazd prosty, tani, lekki, niezawodny i sprawny w trudnych warunkach terenowych. No i powinien łatwo poddawać się przystosowaniu do

potrzeb i oczekiwań różnych służb i rodzajów wojsk. Sposób adaptacji na karetkę sanitarną, osobówkę oficerską, minicieżarówkę, auto radiolokacyjne czy ruchome stanowisko cekaemu opatentowano w 1941 roku, który uznawany jest za rok narodzin marki. Zaraz też ruszyła produkcja. Ze względu na idące w tysiące zamówienia wojskowe, obok firm-uczestników przetargu, wytwarzaniem zajął się również Ford, który z czasem stał się, obok Willysa, głównym dostawcą. Są różne teorie dotyczące nazwy Jeep. Najbardziej prawdopodobna wydaje się ta, która wywodzi ją ze skrótu GP – Government Purpose (dzi-pi) pojawiającego się w nazwie pierwszych pojazdów produkcyjnych: Ford GPW. Potoczna nazwa Jeep przyjęła się błyskawicznie, w 1943 r. pojawiło się logo, zastrzeżone siedem lat później jako znak towarowy. Wcześniej tysiące Jeepów zdążyły wziąć udział w działaniach wojennych po stronie aliantów na wszystkich kontynentach, prawie 30% dostaw kierowano do Wielkiej Brytanii i sojuszniczej Armii Czerwonej. Wojna jeszcze trwała, gdy do produkcji trafił pierwszy, cywilny model Jeepa – CJ-2A. Przez następnych kilkadziesiąt lat pojawiły się dziesiątki nowych modeli wojskowych i cywilnych, samochody →→



z minimalistycznie wyposażonych przekształcały się z czasem z komfortowe i luksusowe, zmieniali się właściciele marki, która z czasem stała się jednym z symboli „Ameryki”.

Jeep dziś i jutro

Na początku XXI wieku produkcja Jeepów była ustabilizowana na poziomie nieco ponad 500 tys.szt. rocznie. Gdy po rozstaniu z Daimlerem-Benzem koncern Chrysler wpadł w kłopoty, załamała się też produkcja należącego do niego Jeepa i spadła bez mała, o połowę. Przejęcie przez Fiata i konsekwentnie wdrażany program naprawczy umożliwiły szybki wzrost produkcji, która w 2014 roku po raz pierwszy w historii marki przekroczyła milion, a obecnie zbliża się do dwóch. Głównym rynkiem zbytu dla Jeepów nadal pozostaje Ameryka Północna (1,1 mln. – 60%) ale szybko rośnie sprzedaż w Chinach (330 tys.), która już jest większa niż w Europie (260 tys.). Sektor rynku, na którym działa Jeep, staje się coraz ważniejszy, popyt na takie auta rośnie najszybciej, a marka umacnia w nim swoją pozycję. O ile w 2009 roku jeden spośród 23 SUV-ów sprzedanych na świecie był Jeepem, to obecnie już co 17 model tego typu nosi logo tej marki.

Według planów w 2022 r. co 12 sprzedany SUV będzie Jeepem, a potem już co piąty. Poszerzyć ma się gama modeli, pojawić się mają auta mniejsze (segment A/B) od obecnie oferowanych, a także większe (segment F) oraz średniej wielkości pick-up. W ofercie silnikowej znaleźć się mają hybrydy i jednostki elektryczne. W ciągu najbliższych 3 lat wszystkie modele będą oferowały co najmniej jedną wersję z napędem elektrycznym oraz osiągną Poziom 3 jazdy autonomicznej. Poziomy autonomii od 1 do 5 odnoszą się do coraz szerszego zakresu zadań, które od kierowcy przejmuje sztuczna inteligencja. Na najwyższym poziomie pojazd postrzeżga środowisko, w którym się znajduje i porusza się bez żadnego wsparcia lub interakcji z człowiekiem. Dzisiaj auta klasy Premium oferują drugi poziom autonomii (dla porządku dodajmy, że podobny stosunek do elektryfikacji i autonomizacji gamy modeli mają również inni producenci). Scenariusz działań na najbliższe 4 lata zakłada dwie premiery rocznie, wymianę prawie całej gamy modeli i jej podwojenie. Przewiduje się ponadto wzrost wielkości produkcji, zwłaszcza wśród modeli przeznaczonych na rynek chiński i indyjski, obszarów ważnych dla marki ze względu na



silnie rozwijającą się w tych krajach klasę średnią. Również w Polsce rośnie zainteresowanie SUV-ami, ich udział w sprzedaży przekroczył już 30 % a sama sprzedaż między styczniem a wrześniem jest w tym roku o prawie połowę wyższa niż w 2017.

Renegade i juniorzy starsi

Wprowadzony na rynek w 2014 roku Jeep Renegade poszerzył globalną gamę produktową amerykańskiej marki, która tym właśnie modelem zadebiutowała w segmencie B-SUV. Renegade był także pierwszym SUV-em Jeepa® wyprodukowanym poza Stanami Zjednoczonymi, w zakładzie Melfi SATA we Włoszech. Obecnie powstaje także w fabryce GAC GFA w Guangzhou w Chinach oraz w Pernambuco w Brazylii. Beniaminek marki liczy sobie zaledwie cztery lata, jest najmniejszy w gamie modeli i od wprowadzenia do sprzedaży jest jej bestsellerem. Skądinąd zgodnie z planem, bo jest odpowiedzią na oczekiwania ewoluującego rynku i wymagania klientów. Łączy w sobie właściwości off-roadowe, niejako przypisane do marki, z miejskim charakterem i lifestylową stylizacją. Renegade ma wszystko (no prawie wszystko) czego oczekują od samo-

chodu fani Jeepów, w najnowszej, odświeżonej wersji zachował solidne, mocno wyprofilowane kształty nadwozia stylizowanego na ikonę marki – Wranglera. Inspiracje płynące z tego modelu a czasem wręcz te same elementy znaleźć można nie tylko w nadwoziu ale i we wnętrzu. Zdaniem producenta kabina oferuje funkcjonalność, jakość i wygodę... i muszę się z tym stwierdzeniem zgodzić. Podczas październikowej prezentacji nowych Jeepów 2019 miałem okazję pokonać kilkadziesiąt kilometrów w charakterze kierowcy i pasażera w towarzystwie redaktora Jerzego Iwaszkiewicza. Obaj na co dzień jeździmy samochodami większymi niż Renegade, obaj czuliśmy się w jego wnętrzu zgodnie z obietnicami producenta, mimo że – jako juniorzy starsi – mamy nieco większe wymagania w sprawie łatwości zajmowania miejsca, możliwości regulacji ustawień fotela, jego wygody i komfortu, a także ergonomii, czyli możliwości dostępu i obsługi niezbędnych podczas jazdy sprzętów i urządzeń samochodu. Bardzo przydatne, szczególnie podczas pokonywania dłuższych tras, okazać się mogą systemy multimedialne Uconnect różniące się, w zależności od wersji, wielkością ekranu i możliwościami. Między innymi pozwalają →→

sterować bezpośrednio z wyświetlacza klimatyzacją i systemem audio. Wśród innych funkcji na szczególną uwagę zasługują zestaw głośnomówiący, obsługa za pośrednictwem komend głosowych oraz odczytywanie wiadomości. W najlepszej wersji 8,4" NAV działa intuicyjny system komend głosowych, dzięki któremu po wypowiedzeniu adresu, kierowca jest prowadzony do celu podróży przez nawigację. Podłączając smartfon do systemu Uconnect otrzymujemy możliwość wyświetlania i sterowania różnymi aplikacjami za pośrednictwem ekranu. Oczywiście wcześniej musimy zainstalować na smartfonie stosowną aplikację. Bardzo interesująco wygląda zestaw systemów dbających o bezpieczeństwo pasażerów, nie tylko tylko juniorów starszych. Już w wyposażeniu standardowym wszystkich wersji jest system monitorujący i alarmujący opuszczenie pasa ruchu oraz elektroniczny system ograniczania prędkości z systemem rozpoznawania znaków drogowych. Pierwszy z nich, Lane Sense Departure Warning-Plus, wykorzystuje czujnik optyczny kamery do ustalenia pozycji samochodu na drodze w stosunku do oznakowania poziomego na jezdni. W przypadku niezamierzonej zmiany pasa ruchu, którą system rozpoznaje po zmianie toru jazdy bez włączenia kierunkowskazu, Lane Keeping Assist koryguje tor jazdy i powoduje powrót na pierwotną pozycję. Drugi, Traffic Sign Recognition, służy do rozpoznawania znaków drogowych, w tym ograniczenia prędkości wraz z informacjami dodatkowymi zawartymi pod znakiem i informuje o nich kierowcę w formie ostrzeżeń i komunikatów wyświetlanych na ekranie. W połączeniu z systemem Intelligent Speed Assist, prędkość może zostać ustawiona według ograniczeń, które TSR wcześniej rozpoznał. Kierowca może z tej pomocy skorzystać, ale ma też możliwość zignorowania powiadomień systemu oraz odrzucenia ograniczeń prędkości wskazanych na znakach drogowych.

Niezwykle pomocny może być też unowocześniony pakiet Parking wyróżniający się systemem wspomaganego parkowania równoległego i prostopadłego Park Assist, który ułatwia manewrowanie dzięki zespołowi czujników i kamer wspomagających wykrywanie potencjalnych

przeszkód. Systemów podwyższających bezpieczeństwo i zapewniających ochronę jest oczywiście znacznie więcej. Samochód dostępny jest z napędem na przednią oś i w wersjach 4x4: Jeep Active Drive oraz Jeep Active Drive Low, które zapewniają najlepsze – według producenta – możliwości podczas jazdy terenowej, także ekstremalnej. Pokaz dzielności terenowej kilku modeli Jeepów podczas wspomnianej wcześniej prezentacji w okolicach Łochowa wyglądał imponująco. Sami też mieliśmy okazję pokonywać nimi przeszkody terenowe zdecydowanie niedostępne dla „zwykłych” aut.

Nowy Jeep Renegade jest pierwszym modelem grupy wyposażonym w innowacyjną gamę silników benzynowych turbo, zaprojektowaną tak, by zaoferować przyjemne wrażenia z jazdy, jakich kierowcy oczekują od SUV-a, jednocześnie oszczędzając do 20% paliwa w stosunku do swoich poprzedników i zapewniając komfort jazdy. Oparte na modułowej konstrukcji są dostępne w dwóch konfiguracjach: 1-litrowy trzycylindrowy silnik oferujący moc 120 KM i 190 Nm maksymalnego momentu obrotowego w połączeniu z sześciostopniową, manualną skrzynią biegów i 1,3-litrowy czterocylindrowy silnik o mocy 150 KM w połączeniu z sześciostopniową, automatyczną skrzynią DDCT, oba z napędem na przednie koła. Dostępny jest również silnik turbo o pojemności 1,3 litra i mocy 180 KM w połączeniu z dziewięciostopniową, automatyczną skrzynią biegów z konwerterem momentu obrotowego i napędem na cztery koła. Maksymalny moment obrotowy obu silników 1,3 litra wynosi 270 Nm. Te jednostki napędowe od maja powstają w zakładzie FCA Powertrain w Bielsku-Białej i wprowadzane są także w innych modelach Grupy FCA. Renegade może być również wyposażony w turbo diesla: 1,6 l o mocy 120 KM lub 2.0l o mocy 140 lub 170 KM. Jednak te silniki mają być do 2021 roku stopniowo wycofywane z samochodów osobowych sprzedawanych w Europie. Zgodnie z planem grupa będzie stawiać na benzynę, metan i etanol oraz na napęd elektryczny. Na ten ostatni trzeba będzie poczekać dłużej, bo pierwsze auto elektryczne FCA ma się pojawić w 2020 roku i będzie to nowy Fiat 500. ■

Modnie i wygodnie



FORD EcoSport

TEKST I ZDJĘCIA: ANNA LUBERTOWICZ-SZTORC

EcoSport to sympatyczne i radosne autko. Wygląda bardzo dobrze, budzi sympatie od pierwszego wejrzenia, a podczas jazdy nie popełnia błędów. To kolejny, najmniejszy SUV Forda, który doskonale uzupełnia ofertę modelową firmy. Spodoba się tym wszystkim, którzy jeżdżą po mieście, ale nie stronią od sportu i rekreacji poza miastem.

Małe, podwyższone auta cieszą się obecnie ogromnym powodzeniem wśród nabywców samochodów, a EcoSport jest najmniejszym SUV-em w ofercie Forda. EcoSport musi się starać, bo konkurencja wśród miejskich crossoverów segmentu B jest ogromna.

Linia nadwozia tego modelu Forda kryje kilka niespodzianek. Rzuca się w oczy sporych rozmiarów wlot powietrza. W „naszej” wersji, ST-line, został on pomalowany na czarno, natomiast w standardowej odmianie jest chromowany. Po bokach umieszczono po dwa zestawy reflekt- ➔➔



rów – górne służą do oświetlania drogi, a w dolnych umieszczono kierunkowskazy. Stosunkowo wysoki prześwit oraz napompowane, nadkola mają podkreślać terenowy charakter crossovera i obiecuja przygodę. Tył auta jest nietypowy, pionowo zakończony – to wyjątkowe rozwiązanie, ale praktyczne. Zapewnia dużo przestrzeni bagażowej, która wynosi 356 l, jednocześnie zmniejszając wymiary zewnętrzne auta (długość auta to 4096 mm), co podczas poruszania się w mieście jest bardzo istotne. Bagażnik jest dość krótki, ale głęboki i ma podwójną podłogę. Tak zor-



ganizowana przestrzeń bagażowa sprawia, że trudno będzie przewozić tym samochodem długie przedmioty np. deski czy narty itp. A teraz spora niespodzianka: jak otworzyć bagażnik? W prawej obudowie świateł schowano rączkę służącą do otwierania drzwi bagażnika, bowiem EcoSport nie posiada klapy bagażnika, ale drzwi, które otwierają się na bok. Różne są zdania na temat takiego rozwiązania, ale już nigdy... nie uderzymy się w głowę o otwartą klapę bagażnika. Poza tym można śmiało, o duże pieniądze, zakładać się ze znajomymi: czy otworzysz bagażnik w ciągu 3 minut. Niewielu to się uda. Mnie to rozwiązanie bardzo się spodobało, budziło też spore zainteresowanie. Co prawda nieco bardziej uciążliwe było zamykanie drzwi bagażnika, bo nie ma żadnego przeznaczonego do tej czynności uchwytu. Jeżeli zechcemy, za niecałe tysiąc złotych możemy zamówić koło zapasowe, które mocowane jest na tylnych drzwiach, a dzięki temu EcoSport nabiera stylu auta terenowego.

Kabina pasażerska już tak nie zaskakuje jak stylistyka nadwozia – wygląda bardzo podobnie jak w Fieście i ma podobne rozwiązania. Trzeba przyznać, że wnętrze jest przemyślane i dopracowane, wykończone dobrej jakości materiałami. Ergonomia wzorowa. Fotele kierowcy i pasażera są wygodne, zostawiają sporo przestrzeni wokół.



Co prawda kanapa z tyłu pasażerów nie rozpieszcza, dorośli mogą narzekać na brak miejsca, ale dla rodzinki 2 plus 2 – auto idealne. Efektownie wygląda lewarek z aluminiową końcówką oraz czerwoną grafiką (to element charakterystyczny dla wersji ST-line). Nowy system SYNC 3 działa szybko, w odpowiedni sposób reaguje na dotyk, jest intuicyjny i świetnie dogaduje się z telefonem. Warto również wspomnieć o systemie nagłośnienia Bang & Olufsen, który sprawia, że słuchanie muzyki podczas jazdy, to prawdziwa przyjemność.

Ford znany jest ze znakomitej jednostki napędowej 1.0 EcoBoost, która w przypadku EcoSport dostępna jest w trzech wariantach – 100 KM, 125 KM oraz 140 KM. W ofercie znajdziemy również jednostki wysokoprężne 1.5 TDCi 100 KM i 1.5



EcoBlue 125 KM. Niestety, w większości wersji montowana jest sześciobiegowa skrzynia manualna, automatyczna skrzynia dostępna jest jedynie jako opcja w wersji 125-konnej 1,0 EcoBoost za dopłatą 7200zł. Najmocniejszy silnik wysokoprężny występuje w połączeniu z napędem AWD. Testowy samochód był wyposażony w najmocniejszy silnik benzynowy o mocy 140 koni mechanicznych i maksymalny moment obrotowy 180 Nm. Przyspieszenie do setki w czasie →→





10,2 sekundy i prędkość maksymalna 185 km/h nie powodują przyspieszonego bicia serca, ale zupełnie wystarczają, zwłaszcza podczas poruszania się po mieście. Na trasie też nie jest źle – wyprzedzanie i inne manewry nie stanowią żadnego problemu. Ford EcoSport prowadzi się pewnie i przewidywalnie. Zawieszenie dobrze tłumi wszelkie nierówności, a układ kierowniczy posłusznie reaguje na polecenia kierowcy. Podczas pokonywania krętej drogi auto zachowuje się stabilnie, (mimo podwyższonego nadwozia), co jest zasługą systemu Roll Stability Control, którego zadaniem jest zapobieganie przewróceniu się auta. Odmiana ST-Line cechuje się nieco sztywniejszym zawieszeniem, ale nie obniża to komfortu podróżowania. W mieście docenimy zwrotność oraz wysoką pozycję za kierownicą. Co istotne samochód jest ekonomiczny – w trasie możemy liczyć na wartości zbliżone do 5,7 litra, natomiast w mieście będzie to 7,3 – 7,8 litra. To niezły wynik. Generalnie jednak wszystko

zależy od stylu jazdy – EcoSport potrafi być bardzo oszczędny lub zbyt paliwożerny.

Cenowo Ford EcoSport plasuje się w środku stawki miejskich crossoverów segmentu B. Do najtańszych propozycji w klasie należą Citroen C3 Aircross i Renault Captur. Droższe są Kia Stonic oraz Peugeot 2008. Ale wielkich różnic nie ma. Ceny EcoSporta rozpoczynają się od kwoty 60 650 zł (1,0 Ecobost, 100 KM, wersja Trend). Dopłata do mocniejszego 125-konnego silnika wynosi 5050 zł. Najmocniejsza, czyli 140-konna wersja kosztuje – co najmniej – 81 850 zł, najdroższa jest wersja 1,5 EcoBlue 125KM AWD.

Ford EcoSport to kolejna ciekawa propozycja wśród miejskich SUV-ów. Dobrze wygląda, ma osobowość i niezłe właściwości jezdne. Jest bogato wyposażony i komfortowy. Eco Sport ma ciekawą nazwę, która sugeruje proekologiczne zachowania i działania oraz sportowy charakter. ■

Sztuka renowacji

TEKST: MIROSŁAW RUTKOWSKI
ZDJĘCIA: JAROSŁAW ŚWIĄTEK, AUTOR

Rośnie zainteresowanie zabytkowymi pojazdami. Złoty, imprezy, prezentacje organizowane są w całym kraju, powstają – również prywatne – muzea, coraz ciekawsze zbiory gromadzą kolekcjonerzy. Stara motoryzacja fascynuje i przyciąga, rośnie więc oferta warsztatów zajmujących się restauracją starych pojazdów. Ale fachowców, którzy potrafią sprostać wyzwaniom wcale nie ma zbyt wielu.



Wniewielkiej wsi w województwie dolnośląskim, w powiecie oleśnickim, miałem okazję przeżyć sentymentalną podróż w przeszłość. Oglądając pięknie odrestaurowane dwa motocykle, WFM i Junak przypominałem sobie czasy, kiedy jako zbun-

towny młodzian ujeżdżałem najpierw dwutakt, potem czterotakt. Zjechałem nimi Polskę wzdłuż i wszerz, a w latach 60. i 70. to było coś. W ówczesnym motocyklowym szaleństwie nie zdążyłem na egzaminy maturalne i musiałem je zdawać później... →→

Wspomnienia wspomnieniami, ale tam stały dwa, całkiem realne, piękne motocykle. Piękniejsze niż w czasie, gdy opuszczały fabrykę. Do obecnego stanu świetności doprowadził oba Jarosław Świątek. Odtworzenie z pordzewiałych elementów motocykla WFM zlecił sąsiad i bliski kolega, Ryszard Słaby. Kiedy zobaczył efekt końcowy najpierw oniemiał, a potem... znalazł Junaka. W stanie dość żalnym, starnego latami eksploatacji i czasem spędzonym w zapomnieniu.

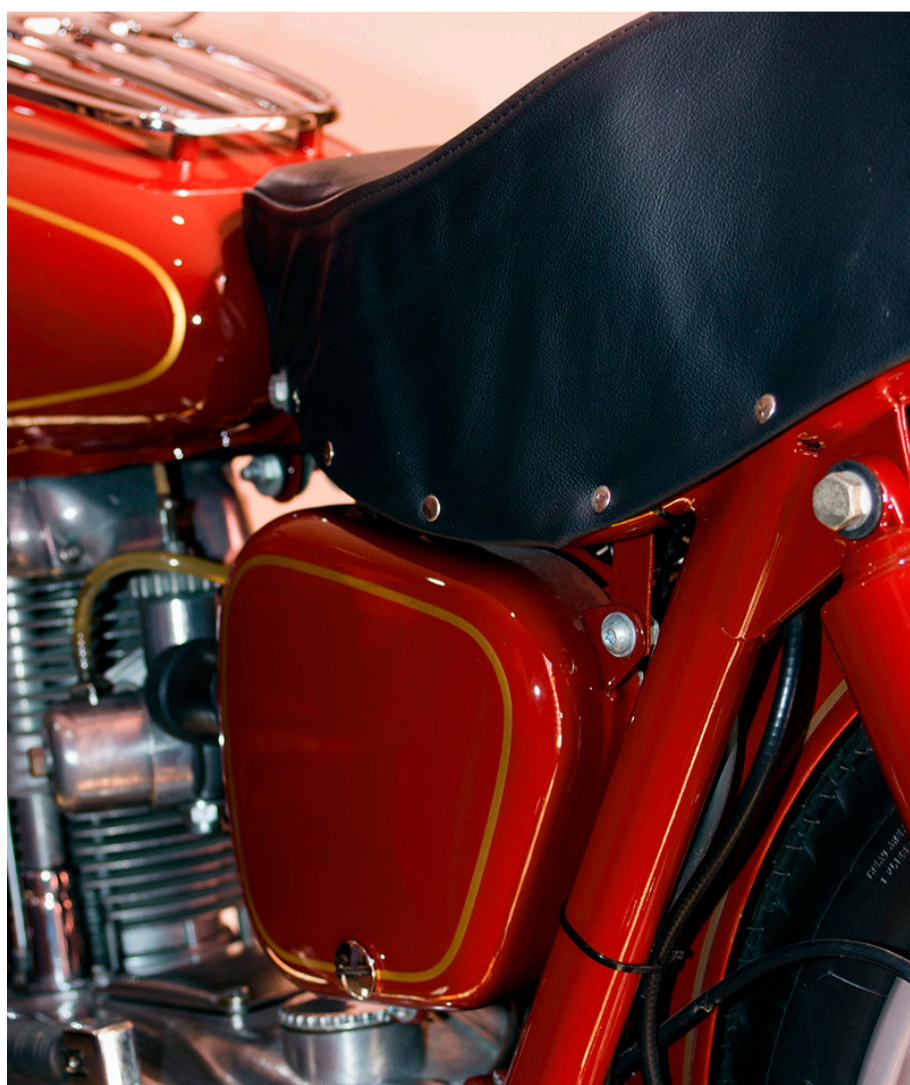
Resztki lakieru, rdza, wgniecenia i mankamenty konstrukcji czy poszycia, w sumie smutny obraz. Dziś jeden i drugi motocykl lśnią idealnie wykonanym lakierem, precyzyjnie odtworzonymi aplikacjami, chromami i zdrowym metalem silników. Jarosław Świątek z nieskrywaną satysfakcją opowiada o pracy przy ich renowacji i sukcesie, jakim był podziw i uznanie uzyskane w czasie Międzynarodowego Zlotu Pojazdów Zabytkowych w Oławie. Właściciel udostępnił mu oba motocykle, a to nieczęste. Niejako w nagrodę splendor i uznanie dotyczy przede wszystkim posiadacza tych pięknych pojazdów. A byli tam ludzie, którzy na renowacji pojazdów zabytkowych naprawdę się znają.





Jarosław Świątek lakiernictwem zawodowo zajmuje się od ćwierć wieku. Od najmłodszych lat było to jego hobby, i chociaż zdobył zawód w zakresie obróbki skrawaniem, to nigdy w wyuczonym zawodzie nie pracował. Oficjalnie wykonuje usługi lakiernicze od 1994 roku. Jak mówi, w mechanice coś się odkręca, coś przykręca, ale niewiele widać, w blacharstwie widać, jak coś było krzywe i uda się wyprostować, ale nie ma efektu, a prawdziwa frajda jest wtedy, gdy widać końcowy efekt, kiedy lakier znowu lśni. Zawsze fascynowało go odbudowanie samochodu czy motocykla zdezelowanego, nadgryzionego zębem czasu lub po kolizji. i przywrócenie

go do stanu lepszego niż poprzednio. Opowiada, że już osiągnął poziom 99%, jeszcze chce opłacać brakujący 1%. Trudno się z tą oceną zgodzić, skoro jego praca wykonywana jest bez →→





najmniejszych błędów, a specjaliści wyrażają swój szacunek i uznanie. Miarą tego uznania jest zlecenie renowacji przedwojennego motocykla Sokół dla muzeum w Topaczu. To było wyzwanie, o którym marzył. Bardzo rzadki, praktycznie nieosiągalny polski motocykl z lat 30. ubiegłego wieku. Tylko raz Jarosław Świątek miał okazję widzieć go na zlocie w Oławie, poznawał motor jedynie z fotografii. I w końcu udało się. Praca lakiernicza jest wykonana, aktualnie motocykl jest składany i będzie cennym i pięknym eksponatem muzeum. Już ma zlecenie wykonania drugiego Sokoła, również będzie lakierowany na czarno, z tym że w jednym tło pod logo jest



zielone, a w tym, który będzie robiony – czerwone. Ze złotym szparunkiem. W pracowni stoi kolejny pojazd do regeneracji – również polski, tym razem jest to motorower Żak. Będzie w takim samym kolorze bordo, jak WFM-ka. Tak zdecydował zleceniodawca, a Świątkowi też się podoba. I już się cieszy, bo to kolejne, trudne wyzwanie.

Woli naprawiać motocykle, pewnie dlatego, że kontakt z motoryzacją zaczynał od Rometa. Lakierowanie również zaczynał od motorynek i motorowerów, początkowo robił to hobbystycznie bo „koledzy chcieli pomalować Komarkę”. Z czasem lakierowanie stało się zawodem. Determinacja i upór w odkrywaniu tajemnic lakierniczego rzemiosła pozwoliły osiągnąć pełen profesjonalizm. O pasji i zamiłowaniu do wykonywanego zawodu najlepiej świadczy stwierdzenie Jarosława Świątka, że nie ma takich pieniędzy, jakie równałyby się uznaniu i zadowoleniu klienta. To jest dla niego największa satysfakcja, oczywiście nie zapomina, że świadczy usługi komercyjne, bo przecież rachunki trzeba płać, ale nie potrafi opisać swoich emocji, kiedy wykona pracę tak, jak zaplanował.

Najbardziej jest dumny z WFM-ki, opowiada, że stawiała opór przez cały tydzień i była to praca bardzo wymagająca. Jeśli chodzi o szparunki, to podpira się wiedzą archiwalną, korzysta z wiedzy muzealników, współpracuje z kolekcjonerami, korzysta z rad i doświadczenia innych. Sam też chętnie pomaga. Bardzo podkreśla, że trzy słowa – proszę, dziękuję i przepraszam, otwierają wiele drzwi. I prosił, aby w opowieści o naprawie motocykli nie zabrakło podziękowania dla Piotra Parczewskiego, który wspiera naszego bohatera radą i doświadczeniem.

Jarosław Świątek w restaurację motocykli wkłada cały swój potencjał twórczy, pracę i talent. Korzystając z różnych technologii i materiałów, dbając o najdrobniejsze szczegóły przywraca do życia motocykle, które po naprawie budzą zachwyt i podziw. Należy do tych ludzi, których można nazwać artystami w swojej profesji, imponują dorobkiem, a spotkanie z nimi pozostaje w pamięci na długo. ■

BRAYT®

NOWOŚĆ!



Warszawa: Marek Muchowski +48 692 427 491; m.muchowski@troton.com.pl
Poznań: Grzegorz Szewczuk +48 602 712 435; g.szewczuk@troton.com.pl
Gliwice: Tomasz Mezyk +48 664 434 885; t.mezyk@troton.com.pl
Gdańsk: Tomasz Grzendzicki +48 664 434 988; t.grzendzicki@troton.com.pl
Kraków: Grzegorz Bieniek +48 664 435 877; g.bieniek@troton.com.pl
Kraśnik: Krzysztof Smoliński + 48 668 811 122; k.smolinski@troton.com.pl



TROTON®

TROTON Sp. z o.o. Ząbrowo 14 A, 78-120 Gościno
tel./fax +48 94 35 126 22 www.troton.com.pl e-mail:troton@troton.com.pl

Wydarzenia i rocznice: listopad 2018

Kalendarium pod redakcją Macieja Rzońcy

Motoryzacyjne początki II RP

Odzyskanie przez Rzeczpospolitą niepodległości w 1918 roku wiązało się z gigantycznymi problemami – społecznymi, gospodarczymi, politycznymi i wszelkimi innymi. Z ziem i mentalności Polaków od pokoleń kształtowanych przez zaborców trzeba było stworzyć na nowo Państwo Polskie. Rozwój motoryzacji – co nie powinno dziwić – nie był więc na szczytach ministerialnych list priorytetów.

Trzeba także pamiętać, że samochody (zwłaszcza w Europie) w pierwszych 2-3 dekadach XX wieku były dosyć luksusowymi dobrami materialnymi. Na ich posiadanie i użytkowanie stać było tylko zamożne warstwy społeczeństwa. Nie inaczej było w Polsce. Przedwojenne statystyki (z lat 1938-39) podają, że na 10 tysięcy mieszkańców naszego kraju przypadało średnio 12,1 (choć są też dane mówiące o 10 sztukach) samochodów. Dla porównania – we Włoszech było ich 100, III Rzeszy 251, Wlk. Brytanii 511, Francji 523. Ale już za Atlantykiem, w USA – co tylko potwierdza to, co napisałem wcześniej – na 10 tysięcy mieszkańców przypadało aż 2288 samochodów! Tuż przed wybuchem II wojny światowej samochodów w Polsce było łącz-

nie 41 948, w tym 5216 pojazdów zarejestrowanych jako taksówki, 2038 autobusów oraz 8609 ciężarówek.

Pierwsze próby konstruowania polskich samochodów miały miejsce już w 1920 roku. Z inicjatywy Stefana Kozłowskiego i Antoniego Frąckowskiego powstała wówczas przy ulicy Rakowieckiej w Warszawie Fabryka Małych Samochodów. Niestety, skończyło się na zbudowaniu trzech prototypów samochodu SKAF (od

inicjałów w/w panów). To był rzeczywiście niewielki pojazd – rozstaw osi wynosił 2,2 m. Początkowo wyposażono go w jednocylindrowy, chłodzony wodą silnik o pojemności 500 cm³ i mocy (zaledwie) 10 KM, ale konstruktorzy zaprojektowali komorę silnikową, która w przyszłości mogła pomieścić większą jednostkę napędową. SKAF spalał na 100 kilometrów 8 litrów benzyny (z apteki) oraz... litr oleju.

W 1924 roku podjęto próbę skonstruowania samochodu w oparciu o zachodnie rozwiązanie, który nazwano

PIERWSZY POPULARNY SAMOCHÓD SERYJNIE BUDOWANY W POLSCE



**NOWY POLSKI FIAT
508**

Kompletny 4-ro osobowy samochód z dwoma kołami zapasowymi, kierunkowskazami, zderzakami i narzędziami
ZŁ. 5400.-

BEZPIECZENSTWO – stalowa karoserja z nietłoczącymi się sztycami, hydrauliczne hamulca
OSZCZĘDNOŚĆ – niska cena zakupu, małe koszty eksploatacji, tanie opony i części zapasowe
KOMFORT – łatwe prowadzenie przy wszelkich szybkościach, znakomite resorowanie, wygodna karoserja z pomieszczeniem na bagaż

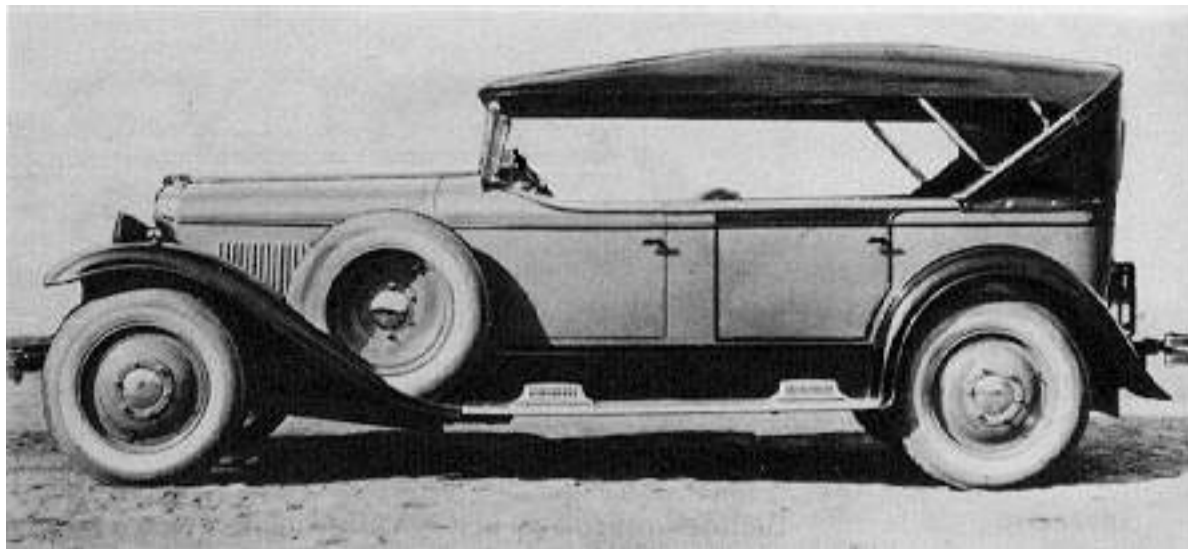


PRODUKCJA 1936 R. PAŃSTW. ZAKŁADÓW INŻYNIERJI W WARSZAWIE

Polonia. Jednak oba samochody nie były w stanie zdobyć uznania potencjalnych klientów i firma upadła.

Zdecydowanie lepiej powiodło się konstrukcji nazwanej CWS, nazwanej tak od Centralnych Warsztatów Samochodowych w Warszawie, w których powstała (w 1928 roku przemianowane na Państwowe Zakłady Inżynierii).

CWS T-1 zaprojektował w latach 1922-24 znany i ceniony wówczas konstruktor inż. Tadeusz Tański. W 1925 roku samochód miał swoją premierę podczas V Targów Wschodnich we



szerokości, 1950 mm wysokości oraz 3420 mm rozstawu osi. Masa własna pojazdu wynosiła od 1150 do 1800 kg. Do napędu zastosowano silnik o pojemności 2984 cm³ i mocy 61 KM przy 3000 obr/min.



Nie istnieją żadne wiarygodne dane dotyczące wielkości produkcji CWS. Różne źródła podają ilości od 400 do 800 sztuk. Wiadomo jedynie, że ostatnia partia 60 sztuk CWS opuściła fabrykę w 1931 roku, po czym zaprzestano jego produkcji. Stało się to w wyniku podpisanej przez polski rząd umowy licencyjnej z włoskim FIAT'em. Na jej mocy mogliśmy produkować w Państwowych Zakładach Inżynierii model Fiat 508 pod nazwą Polski Fiat 508, ale pod warunkiem, że żaden inny, konkurencyjny samochód nie będzie tam wytwarzany... ■

Lwowie, a od 1927 roku rozpoczęto jego seryjną produkcję, ale w stosunkowo krótkich seriach. Pojazd doczekał się aż pięciu wersji nadwozia – torpedo (osobowy, z nadwoziem otwartym, czterodrzwiowym), kareta (j. w., nadwozie 7-osobowe, zamknięte), berlina (osobowy, nadwozie zamknięte, dwudrzwiowe), fałszywy kabriolet (jak berlina) oraz lekki ciężarowy (dwudrzwiowa kabina oraz część towarowa, jak w pickupie lub jak w furgonetce). CWS T-1 miał 4830 mm długości, 1700 mm



WYDAWCA

Motopress Sp. z o.o.
ul. Wronia 45 lok. U2, 00-870 Warszawa

REDAKTOR NACZELNY

Mirosław Rutkowski

DTP

Motopress Sp. z o.o.

ZESPÓŁ I WSPÓŁPRACOWNICY

Rajmund G. Biniszewski, Tomasz Ciecierzyński, Grzegorz Chmielewski, Andrzej Dąbrowski, Jerzy Dyszy, Andrzej Glajzer, Mariusz Leśniewski, Anna Lubertowicz-Sztorc, Klaudiusz Madeja, Andrzej Penkalla, Kacper Rutkowski, Maciej Rzońca.

DZIAŁ REKLAMY I PATRONATÓW

Anna Pisarska, 502 627 674, anna.pisarska@bruxmedia.pl

KONTAKT Z REDAKCJĄ

redakcja@motopress-media.pl

DYSTRYBUCJA ANDROID/iOS/WINDOWS

Motopress Sp. z o.o.
ul. Wronia 45 lok. U2, 00-870 Warszawa

Zdjęcie na okładce: Mirosław Rutkowski



NAPISZ DO NAS: redakcja@motopress-media.pl