

# Nowa Corolla już prawie w Polsce



MATERIAŁY PRASOWE

Nowa generacja samochodu ma zwiększony do 270 cm rozstaw osi, a także o 8 cm większą długość

Do połowy czerwca Toyota przyjmuje zapisy na kolejną, 11. już generację Corolli, która w ręce pierwszych klientów w Polsce ma trafić w lipcu.

Nowa Corolla może wydać się znajoma, bo stylistyka mocno nawiązuje do tego, co Toyota prezentuje w innych modelach obecnych w tej chwili na rynku, a atrapa chłodnicy i reflektory szczególnie mocno przypominają Aurisa. W porównaniu z poprzednią generacją samochód ma zwiększony do 270 cm rozstaw osi, a także o 8 cm większą długość. Szerokość zwiększona o 1,5 cm i wysokość zmniejszona o 0,5 cm to w zasadzie kosmetyczne różnice. Dodatkowo 10 cm w rozstawie osi to już jednak znaczna poprawa, którą odczują zwłaszcza pasażerowie tylnej kanapy. Toyota podaje, że obecna długość przestrzeni na nogi przed tylną kanapą wynosi 70,6 cm, co stanowi najlepszy wynik w segmencie aut kompaktowych. Większa długość auta pozwoliła także na powiększenie pojemności bagażnika do 452 l. W porównaniu z poprzednią generacją Corolla ma lżejsze, choć mocniejsze nadwozie i zmodernizowane zawieszenie, zapewniające większy komfort podróżowania.

Podobieństwa do Aurisa są naturalne, bo to w zasadzie dwie wersje tej samej kompaktowej Toyoty. Mamy więc także podobne deski rozdzielcze, różniące się jednak detalami, takimi jak kształt wlotów powietrza. W centrum konsoli znajduje się ekran nowego systemu multimedialnego Toyota Touch 2 z lepszą rozdzielczością ekranu, rozwiązaniem Mirror Link, które pozwala na przeniesienie

widoku z ekranu smartfona na wyświetlacz w samochodzie, a także z aplikacją Twitter. Niestety to element dostępny dopiero od trzeciego poziomu wyposażenia, czyli Premium.

W Polsce gama silników składa się z trzech jednostek: benzynowych 1,33 Dual VVT-i o mocy 99 KM i 1,6 Valvematic o mocy 132 KM oraz z 90-konnego diesla 1,4 D-4D. Mocniejszy silnik benzynowy jest dostępny z bezstopniową, automatyczną skrzynią biegów Multidrive S.

Ceny Corolli na naszym rynku zaczynają się od 62 900 złotych. Podstawowa wersja ma m.in. 7 poduszek powietrznych, system stabilizacyjny VSC, radio z wejściem USB i elektrycznie sterowane szyby, ale nie ma klimatyzacji.

Corolla, wprowadzona na rynek w roku 1966, zdążyła się już sprzedać w liczbie 40 mln aut dziesięciu generacji. Kolejnym generacjom wciąż przyświeca ta sama filozofia, co w przypadku pierwszego modelu – auto ma się odznaczać najwyższą jakością, niezawodnością i trwałością.

## TRZECIA GENERACJA X5

Dwie poprzednie generacje sprzedały się w liczbie ponad 1,3 mln sztuk. Nowa ma ustalić nowe standardy stylizacji nadwozia, przestronności, wszechstronności i innowacyjności. Tak przynajmniej zapowiada BMW i już patrząc na wygląd samochodu, trudno się oprzeć wrażeniu, że więcej tu ewolucji niż rewolucji. Jedyny ratunek w opcjach.



MATERIAŁY PRASOWE

Ceny Corolli na naszym rynku zaczynają się od 62 900 złotych

Standardem (poza wersją sDrive25d) będzie inteligentny napęd na 4 koła xDrive, który może być uzupełniany różnymi opcjami, np. pneumatycznym tylnym zawieszeniem i układem dynamicznej kontroli amortyzatorów czy systemem aktywnej stabilizacji przechyłów. Gama silników wykorzystujących oszczędne technologie EfficientDynamics ma sięgać 450-konnego silnika V8. Dość bogata ma być gama opcji elektronicznych ConnectedDrive. Na szczegóły trzeba jednak jeszcze poczekać.

## FERRARI W KATOWICACH JUŻ OTWARTE

W Katowicach otwarto pierwszy w regionie, a drugi w kraju salon Ferrari. Salon przy ulicy Bocheńskiego należy do Grupy Pietrzak, która jest także przedstawicielem Renault, Dacii i Peugeota z salonami w Katowicach, Rybniku i Świętochłowicach. Pierwsze auta już sprzedano.

Bogdan Pietrzak, prezes Grupy Pietrzak, jest znany z miłości do sportowych aut, więc otwarcie salonu traktuje trochę jak spełnienie marzeń. Niewielki budynek stoi w miejscu, gdzie jeszcze niedawno Grupa Pietrzak sprzedawała używane samochody, jest jednak całkowicie przystosowany do nowych zadań. Wysokiej jakości wyposażenie i umeblowanie nadają mu trochę charakteru ekskluzywnego butik. W jednej z sal jest kolekcja przykładowych elementów, pozwalających dobrać indywidualnie wyposażenie i wystrój samochodu.

Wzory i kolory foteli, kierownic, tapicerek oraz lakierów nadwozia można dobrać na podstawie znajdujących się na miejscu wzorów i próbek. Za pomocą multimedialnych prezentacji można obejrzeć w wersji trójwymiarowej własnoręcznie skonfigurowane auto. Niedaleko salonu jest także stacja serwisowa dla samochodów Ferrari. Pracownicy mają za sobą gruntowne szkolenie, z przeszkoleniem w fabryce w Maranello włącznie.

– Rynki środkowej i wschodniej Europy są znacznie słabsze niż w państwach Europy Zachodniej, ale widzimy tu znacznie większy potencjał wzrostowy – powiedział obecny podczas oficjalnego otwarcia salonu Hans Kleymann, PR manager Ferrari Central/East Europe. Mimo to Ferrari nie planuje na razie otwierania kolejnych salonów czy nawet autoryzowanych stacji obsługi w Polsce. – Niedawno ogłosiliśmy zmniejszenie produkcji samochodów do 7000 sztuk rocznie. Nie wynika to ze zmniejszenia zapotrzebowania, lecz z chęci utrzymania ekskluzywnego charakteru marki – powiedział Kleymann.

W Katowicach salon dopiero rusza, ale są już chętni na samochody. – Pierwsze dwa auta sprzedaliśmy w zasadzie jeszcze przed uruchomieniem salonu – mówi Bogdan Pietrzak, przyznając przy tym, że prowadzenie sprzedaży tak ekskluzywnego marki nie będzie łatwe. Z drugiej strony popularność Ferrari w Polsce jest dość duża. Warszawski salon sprzedaje ok. 30 aut rocznie.

PIOTR MYSZOR



MATERIAŁY PRASOWE

Nowa generacja BMW X5



MATERIAŁY PRASOWE

Salon Ferrari w Katowicach