

Na cestě

 HYUNDAI // LIDÉ KOLEM

SMĚLÉ AMBICE
modelu i30

Grandeur,
VLAJKOVÁ LOŽ
S DIESELOVÝM
SRDCEM

Hyundai H-1:
DODÁVKA
S NOVÝM
MOTOREM

Nové,
dynamičtější
COUPE



Říkají, že jsem hračka.

Ale vybrat to správné pojištění pro moje auto byla vážně hračka.



Pojištění
nové generace.


UNIQA

Pokud uzavřete zároveň s havarijním pojištěním i povinné ručení, získáte další slevu 5%.



ODCIZENÍ – v případě krádeže vozidla nebo vloupání do něj obdržíte náhradu



SKLA – UNIQA uhradí výměnu skleněných ploch na vozidle bez vlivu na bonus



UNIQA Assistance pomůže kdekoli na cestách, dostanete-li se do nesnází



POVINNÉ RUČENÍ – UNIQA nabízí velmi výhodné povinné ručení ve třech variantách limitů pojistného plnění; toto pojištění můžete uzavřít i samostatně



ŽIVELNÍ ŠKODA – UNIQA vyplatí odškodnění za poškození nebo zničení vozidla vichřicí, povodní, krupobitím, pádem předmětu apod.



ÚRAZOVÉ POJIŠTĚNÍ „SEDADLA“ – v případě zranění či smrti jakékoli osoby ve vozidle pomáhá pojistné plnění od UNIQA překlenout tíživou situaci



NÁHRADNÍ VOZIDLO – UNIQA proplatí příspěvek na náklady při zapůjčení náhradního vozidla po dobu opravy havarovaného vozu



HAVÁRIE – krytí škod vzniklých na Vašem vozidle při nehodě, i když jste viníkem



VANDALISMUS – UNIQA kryje škody způsobené vandaly



ZAVAZADLA – v případě odcizení nebo poškození osobních věcí vyplatí UNIQA náhradu



PRÁVNÍ OCHRANA UNIQA pomůže čelit právním nárokům ze strany ostatních motoristů



MILÍ PŘÁTELE ZNAČKY HYUNDAI,

ROK SE S ROKEM SEŠEL a máme tu další vydání magazínu Hyundai Na cestě. Mnozí z vás se možná ptají, proč neobdrželi číslo podzimní. Na to je jednoduchá odpověď. Časopis vydáváme většinou na jaře a na podzim v době, kdy uvádíme na trh nový vůz. V loňském roce jsme uvedli najednou dva nové modely, a to Santa Fe a Accent, kterým bylo věnováno naše jarní číslo. Další novinkou v pořadí je nádherný sportovní vůz Hyundai Coupe, který přichází na trh v těchto dnech.

Od loňského jara se však udála spousta dalších velice pozitivních věcí, o kterých se můžete dočíst v tomto čísle. Jednou z nich je certifikace ISO 9001:2000 celé sítě autorizovaných prodejců značky Hyundai. Tomuto kroku pochopitelně předcházelo získání stejného certifikátu i pro nás, společnosti Hyundai Motor CZ a Hyundai Motor SK. Neopomenutelnou skutečností je i fakt, že vozy Hyundai si našly v ČR v loňském roce mezi vámi dalších 8048 nových majitelů, což je o 5,3 % více než v roce předchozím. Tato skutečnost svědčí o stále se zvyšujícím zájmu o automobily značky Hyundai.

A co nás čeká v roce letošním? Vedle modelu Coupe přichází Hyundai s dieselovým motorem 2,2 CRDi u své vlajkové lodi Grandeur a užitkovým vozem H-1 s přepracovaným motorem splňujícím přísnou emisní normu Euro 4. Věřím, že si tyto novinky najdou své příznivce stejně tak, jako si je našly ostatní úspěšné modely značky Hyundai.

Zásadní novinkou letošního roku, a zároveň největší událostí v historii značky v Evropě, bude uvedení na trh zcela nového modelu Hyundai i30. Spolu s ním uvádí Hyundai v Evropě nové alfa-numerické značení svých vozů. Písmeno „i“ předsta-

vuje „inspiraci“, „inteligenci“ a „inovaci“, číslice „30“ je vyjádřením kategorie, kam tento vůz svojí velikostí patří.

Hyundai i30 je vozem pro náročný evropský trh a jeho vývoji byla věnována pečlivá příprava jak po technické, tak i designérské stránce. Česká výstavní premiéra proběhne na brněnském Autosalonu začátkem června letošního roku a slovenská na Autosalonu v Nitře koncem září.

Hyundai se bude i nadále snažit o posilování značky a zvyšování image, a to formou nové celosvětové strategie s názvem Quality, Self-assured, Inspiring (kvalita, sebejistota, inspirace).

Součástí zvyšování image je však i partnerství s fotbalem, a to jak na evropské, tak i české úrovni. Česká fotbalová reprezentace, jejímž partnerem jsme již několik let, sehraje v letošním roce důležité kvalifikační zápasy. A již nyní držím palce, aby postoupila na Mistrovství Evropy v roce 2008 a vy jste si opět mohli vychutnat fotbalové zážitky a soutěže, které vám při této příležitosti Hyundai přinese.

Hezké čtení a mnoho šťastných kilometrů za volantem Hyundai.

Richard Kopečný

generální ředitel Hyundai Motor CZ a Hyundai Motor SK



13



14



16



24

3 Editorial

5 Stručně

Ocenění nejlepším

Nová evropská centrála

Santa Fe poráží konkurenci

HCD10 Hellion – kupé do terénu

6-7 News

Hyundai láme prodejní rekordy

Třetí nejkvalitnější značka v USA

SUV Santa Fe získalo čtyři hvězdičky

V ČR jsme obsadili třetí a čtvrtou příčku

Na Slovensku již v první desítku

8-11 Nový Hyundai Coupe s lepší výzbrojí

12-13 Hyundai a fotbal

Dlouhodobý sponzoring

Balón plný vzkazů

Za slogan na šampionát

Podporujeme i „malou“ kopanou

Napínávé rozuzlení ankety Fotbalista roku

14-15 Osobnost – Stanislav Vlček:

„Na fotbalový duchod zdaleka nemyslím.“

16-18 Novou éru zahájí model i30

19 Fleetový program Hyundai

Výhody, které nepřehlédnete

20 Predajca v SR: H a H Auto, Košice

21 Hyundai H-1

Dodávka s novým motorem

22 Prodejce v ČR: Hyundai Motor Zlín

24-25 Hyundai Off Road Day 2006

Setkání na Rabí nadchlo

26 Grandeur

Vlajková loď s dieslovým srdcem

27-28 Poradna

29 Tenisové smeče duněly v Radonicích

30-31 Ambiciózní projekt na nošovickém poli

32-33 Rallye Amsterdam-Peking

34 Shop s jarní nabídkou

Na cestě, číslo 1/2007

VYDAVATEL: HYUNDAI Motor CZ s. r. o., Bucharova 1186/16, 155 00 Praha 5,
tel.: +420 251 025 111, fax: +420 251 626 965, info linka: 800 101 214,
e-mail: info@hyundaimotor.cz, www.hyundaimotor.cz

ŠÉFREDAKTOR: Veronika Jakubcová, e-mail: jakubcova.veronika@hyundaimotor.cz

REDAKČNÍ RADA: Stanislav Horák, e-mail: horak.stanislav@hyundaimotor.cz, Jitka Surá,
e-mail: sura.jitka@hyundaimotor.cz, Zdeněk Fořt, e-mail: fort.zdenek@hyundaimotor.cz,
Alexandra Meluzinová, meluzinova@hyundaimotor.sk

GRAFIKA A DTP: LA TAUPE

Neprodejné

MK ČR E 14451

Toto číslo vychází v nákladu 45 000 výtisků.

NOVINKY

Zajímavosti a střípky

Ocenění nejlepším

OCEŇENÍ ZA VÍCE NEŽ DESETELETOU VĚRNOST značce obdrželi z rukou generálního ředitele Hyundai Motor CZ a SK Richarda Kopečného autorizovaní prodejci PROKEŠ SERVIS, s.r.o., a KŠV GROUP, s.r.o. Za výsledky loňského roku byl udělen titul „Star dealer 2007“ těmto prodejcem: v ČR – AUTO



PALACE BUTOVICE, s.r.o., AUTO-CENTRUM-HÁŠA, s.r.o., KoreCar, s.r.o., AUTO DESIGN VANKÁT, s.r.o., AŠA-auto, s.r.o., a na Slovensku – ALTERIA, s.r.o., Auto Palace Bratislava, s.r.o., AUTOCENTER, s.r.o., TESKO, s.r.o., H a H AUTO, spol. s r.o., AUTO MP, s.r.o.



Automobil Hyundai Sonata, hlavní cenu v soutěži, kterou uspořádala společnost Fortuna ve spolupráci s Hyundai Motor CZ, získal Kamil Málek z Prahy 8. Cenu výherci předal Libor Kabelka, finanční ředitel naší společnosti (na snímku vpravo).

Santa Fe poráží konkurenci

VELKÉHO UZNÁNÍ se dostalo modelu Santa Fe od rakouského odborného časopisu News, který loni v září hodnotil 10 nových SUV na evropských trzích. S velkým náskokem v testu zvítězil právě automobil značky Hyundai. Vůz Santa Fe v provedení 2,2 CRDi se ukázal jako atraktivní SUV, které nabízí posádce velké pohodlí a bezpečí nejen při jízdě po silnici, ale také na nepevném povrchu. Porota tvořená špičkovými automobilovými novináři ocenila mimo jiné skutečnost, že vozidlo nenechá svého majitele v nesnázích ani za velmi špatného počasí. Shodla se rovněž na tom, že Santa Fe má výrazně atraktivnější vzhled než všichni jeho konkurenti. Při rozhodování byl rovněž nezanedbatelný velmi příznivý poměr mezi cenou a přidanou hodnotou.

Vítězství je o to cennější, že na druhém místě skončil Land Rover Discovery. Medailové pozice doplnilo Audi Q7, tedy vůz dalšího dlouholetého výrobce zaměřeného také na jízdu v terénu. Mimo medailové pozice zůstaly známé vozy, jako jsou Mercedes-Benz třídy M, Jeep Grand Cherokee, Toyota RAV4 či VW Touareg.



Nová evropská centrála

AUTOMOBILKA HYUNDAI usiluje o další posílení pozic na evropském trhu. K naplnění tohoto cíle začala v říjnu sloužit nová evropská centrála v německém Offenbachu. Od začátku března 2005 vyrostla v tomto hesenském městě nákladem 50 milionů eur moderní pětipatrová prosklená budova na pozemku o rozloze 16 300 m². To v budoucnu umožní vybudovat podle potřeby další kancelářské plochy.

„Přesun našich obchodních, marketingových a poprodejních aktivit do Offenbachu byl nezbytným krokem pro náš další růst v Evropě,“ řekl při slavnostním zahájení K. H. Ahn, viceprezident společnosti Hyundai Motor Company. Nová centrála, která leží pouhých 15 km od významného německého obchodního a logistického města Frankfurtu nad Mohanem, má za úkol koordinovat aktivity značky na 26 evropských trzích. V současnosti zaměstnává asi 100 odborníků různých národností. Do budoucna se počítá s tím, že se jejich počet několikanásobně zvýší.

Hyundai prodává v současnosti v Evropě přes 350 000 vozů ročně a patří mu více než 2,2 % evropského trhu. Zásahu na tom má asi 2500 dealerství, které zaměstnávají kolem 28 000 pracovníků.

HCD10 Hellion – kupé do terénu

AUTOMOBILKA HYUNDAI PŘEDSTAVILA v listopadu 2006 na autosalonu v Los Angeles studii vozu HCD10 Hellion, která vychází z rostoucí poptávky motoristů po různých provedeních vozů 4x4. Pro vnější design vozu jsou charakteristické velmi krátké převisy, které zaručují třídvérovému vozidlu vynikající manévrovací schopnosti i mimo zpevněné vozovky. Přední část vozidla vyniká mohutnými klínovitými polisy na kapotě i v oblasti světel, čímž dostává vůz značně neotřelý vzhled. Dynamika vyzařuje také ze zadní části vozu.

Pro interiér je charakteristické oddělení prostoru řidiče od spolujezdce, propojující vnější a vnitřní design do jednoho celku. Žebra vnějšího designu, která jsou dobře viditelná i z interiéru vozidla, vystupují z postranních panelů, obklopují pasažéry a současně podírají stropní konzoli, která umožňuje integrované osvětlení interiéru.

Sedadla vozu jsou rovněž vybavena nápojeovým systémem, který místo pouhého držáku na lahve či kelímku umožňuje umístit vyměnitelnou nádržku. Dynamickou jízdu na silnici a bezpečné projetí složitějšího terénu zaručuje třílitrový diesel o výkonu 236 koní, který ovládá šestistupňová automatická převodovka. Studie HCD10 Hellion je doslova „prošpičkována“ nejmodernějšími technologiemi, jako jsou systém elektronické stability, převodovka typu Shift-by-Wire či bezdrátový internet.



NEWS

TŘETÍ NEJKVALITNĚJŠÍ ZNAČKA V USA

ZNAČKA HYUNDAI se v nejnovější Studii počáteční kvality 2006 SM (Initial Quality Study – IQS), kterou každoročně realizuje renomovaná společnost J. D. Power and Associates, umístila v USA na špici automobilových značek. V celkovém pořadí (včetně tzv. prémiových značek) skončila na vynikajícím třetím místě, hned za značkami Porsche a Lexus, a upevnila si tak postavení mezi automobilovou elitou. Studie počáteční kvality (IQS) se v automobilovém průmyslu používá jako měřítko kvality nových vozidel po 90 dnech ode dne jejich nákupu. Z výsledků studie vyplývá, že výrobci automobilů mohou dosahovat výrazných rozdílů v kvalitě zpracování a kvalitě výroby. Hyundai zaznamenal vyrovnané skóre v obou parametrech. Mezi značky, u kterých se vyskytl nejnížší počet poruch a nedostatků, se zařadily BMW, Chrysler, Hyundai, Lexus, Porsche a Toyota.

Mezi značky s nejmenšími problémy ze zpracováním patří GMC, Hyundai, Jaguar, Lexus, Nissan a Porsche.

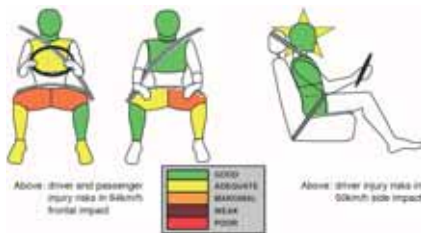
Velmi dobře se daří i jednotlivým modelům značky Hyundai. V kategorii kompaktních všestranných vozidel se na prvním místě umístil Hyundai Tucson, který byl už v loňském roce oceněn titulem „Nejkvalitnější model, jehož výroba začala v roce 2004“. Ve svých kategoriích se v první trojici nejlepších umístila i čtveřice dalších modelů Hyundai – Sonata, Grandeur, Elantra a Coupe.



Hyundai láme prodejní rekordy

LOŇSKÝ ROK může automobilka Hyundai směle považovat za další rekordní období. V celém světě prodala téměř 2,664 miliónu automobilů, což znamenalo proti předchozímu roku nárůst o 5,1 %. Přispěla k tomu zejména silná poptávka na zámořských trzích. Zámořské prodeje, na kterých se podílel vedle produkce v zahraničí také export ze tří korejských závodů, vykázaly růst o 6,1 % na 2 082 906 vozů. Na domácím trhu umístil Hyundai 581 092 vozidel, tedy o 1,8 % více než v roce 2005.

SUV Santa Fe získalo ★★★★★



V **NEDÁVNÉM** náročném crash testu EURO NCAP obdržel model SUV Santa Fe čtyři hvězdičky z maximálního počtu pěti. Z pohledu ochrany posádky dopadly velmi dobře zejména horní partie těla řidiče a spolujezdce. Při čelním nárazu získal vůz 12 bodů, což bylo z maxima 75 %. Ještě lépe dopadl oblíbený Hyundai při bočním nárazu, kde dostal až 17 bodů, tedy vynikajících 94 % z možného hodnocení.

Santa Fe současně potvrdilo, že zajišťuje vysokou bezpečnost také nejmladším pasažérům. Při hodnocení ochrany dětí ve věku 18 měsíců a tři roky obdržel vůz v provedení 2,2 CRDi GLS 37 bodů, což znamenalo 76 % a také čtyři hvězdičky.

Zatímco čelní náraz byl proveden při rychlosti 64 km/h, u bočního to bylo 50 km/h. Během testu mělo vozidlo ve výbavě mimo jiné čelní airbagy řidiče a spolujezdce, boční a hlavové airbagy, stejně jako bezpečnostní pásy s předpináním. K ochraně nejmenších pasažérů sloužila sedačka Britax-Römer BabySafe Plus Universal a pro tříleté dítě Britax-Römer Duo Plus ISOFIX.



Nejprodávanejším vozem se loni stala Elantra, které dobře asistovaly zejména Sonata, Tucson a Accent.

Na domácím korejském trhu si velmi dobře vedly osobní vozy v čele se Sonatou, jejichž odbyt vzrostl o 7,2 % na téměř 327 000 vozidel.

Ze tří korejských výrobních závodů směřovalo do zámoří v loňském roce téměř 1,2 miliónu aut. Dynamický růst produkce vykázaly zámořské výrobní závody v Indii, Turecku, Číně a USA, které dodaly na trh téměř 886 000 aut. Znamenalo to velmi zajímavé meziroční zvýšení o více než 32 %.

Pro letošní rok si dala automobilka ještě odvážnější cíl – prodat celosvětově přes 2,7 miliónu aut. Na tomto výsledku by se měly zámořské podniky podílet více než miliónem vozidel.

V ČR jsme obsadili třetí a čtvrtou příčku

ZNAČKA HYUNDAI LONI POTVRDILA své významné postavení na českém trhu s osobními automobily, když udržela podle registrací vozů v roce 2006 celkovou čtvrtou příčku mezi prodejci automobilů. Mezi jejich dovozci obsadila dokonce třetí místo. Mohla se opřít zejména o vůz Getz, stejně jako SUV Santa Fe, ale i některé další modely. Podle oficiálních statistik Svazu dovozců automobilů bylo loni v Česku registrováno 6028 osobních a 1910 lehkých užitkových automobilů značky Hyundai, čímž patřila naší značce v prvním případě čtvrtá příčka s téměř 5 % trhu a v případě druhém osmé místo s 3,9 % trhu, což je oproti loňsku zlepšení o jedno procento. Mezi osobními automobily si ve třídě minivozů zdatně vedl Hyundai Atos, který vloni zaregistrovalo 729 zákazníků, což představovalo čtvrtou příčku mezi vozy této třídy a 11,4 % trhu (oproti roku 2005 nárůst o 26,3 %). Třetí příčka připadla v kategorii malých automobilů vozu Getz, pro který se loni rozhodlo 2641 motoristů (4 % trhu). Ve střední třídě měla značka Hyundai v první dvacítkě dva zástupce. Accent obsadil s 1120 registracemi vozů osmou příčku a Elantra s 366 registracemi skončila šestnáctá. Hyundai Coupe dosáhlo mezi sportovními vozy v kategorii osobních vozů se 41 registrovanými automobily na šestou příčku. Výsadní pozice potvrdili naši zástupci ve stále populárnějším segmentu SUV. S velkým náskokem v součtu vozů skončilo na první příčce Santa Fe (1353 ks), čímž jeho tržní podíl překročil 14 %. Velmi dobře mu sekundoval Tucson na třetím místě (690 ks – 7,2 %). O tom, že Hyundai měl vloni solidního zástupce i v kategorii LUV, svědčí jedenáctá příčka vozidel H-1, kterých bylo loni registrováno 367 kusů (3,5 % trhu).



V SR HYUNDAI UŽ V PRVEJ DESIATKE A LÍDROM SEGMENTU SUV

HYUNDAI NA SLOVENSKU má za sebou další úspěšný rok. V roce 2006 bolo v SR zaregistrovaných 2702 vozidiel značky HYUNDAI, čo predstavuje až 22% medziročný nárast a v rebríčku značiek postup do prvej desiatky. V kategórii užitkových vozidiel obsadil HYUNDAI dokonca 7. miesto (923 vozidiel) a zaznamenal tak nárast 49 %.

HYUNDAI jednoznačne potvrdil pozíciu lídra segmentu športovo-užitkových vozidiel (SUV), ktorý sa na Slovensku teší čoraz väčšej obľube. Bestseller tohto

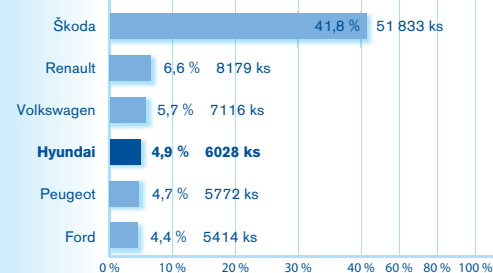
segmentu z roku 2005 HYUNDAI Tucson vystriedal minulý rok jeho starší a väčší brat Santa Fe druhej generácie. Za dvanásť mesiacov sa ho predalo neuveriteľných 527 vozidiel, čo je o to prekvapujúcejšie, že jeho nová verzia sa reálne začala predávať až v júni minulého roka. Nové Santa Fe nadviazalo na úspechy svojho predchodcu a je stelesnením kvalitatívneho pokroku, ktorý HYUNDAI za posledné roky urobil. Celkovo sa v minulom roku predalo až 1011

vozidiel Santa Fe, Terracan a Tucson, čo je o 417 kusov viac ako v roku 2005.

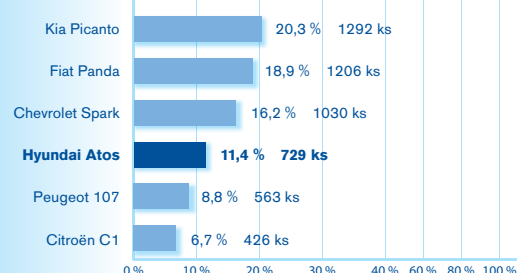
V kategórii športových automobilov sa v popredí drží i charizmatické Coupe, ktoré obsadilo piate miesto. Dlhodobu sa darí aj klasickým užitkovým vozidlám HYUNDAI – spolahlivá H-1 si s počtom 189 predaných vozidiel vybojovala pekné desiate miesto. Najpredávanejším modelom v minulom roku bol už tradične Getz s počtom 684 vozidiel, ktorý však stále nedosahuje predaje, aké by si objektívne zaslúžil. Druhé miesto patrí už spomínanému SUVérnovi HYUNDAI Santa Fe (527 ks), za ktorým nasledoval Accent s počtom 489 kusov a Tucson, ktorý si v minulom roku zakúpilo 427 zákazníkov.

Výsledky prodejů v ČR podle registrace vozů za rok 2006:

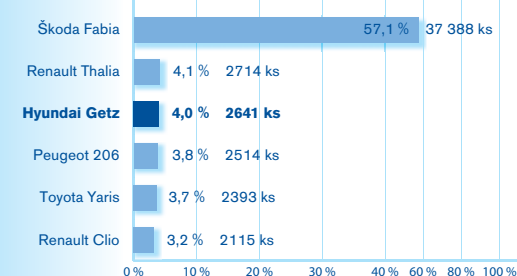
Celkové pořadí – osobní automobily



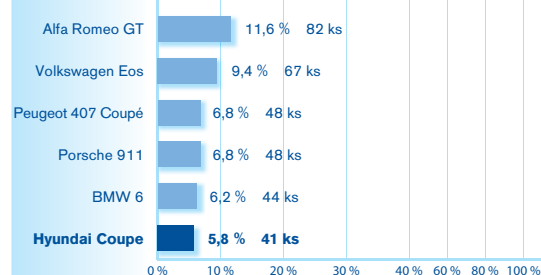
Minivozy



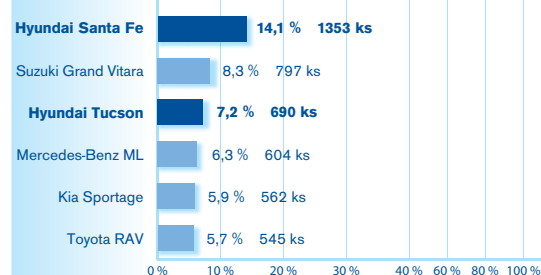
Malé vozy



Sportovní vozy



SUV (M1 + N1)



PŘEDSTAVUJEME

NOVÝ HYUNDAI COUPE s lepší výzbrojí

Sportovně laděný model Hyundai Coupe asi jen stěží přehlédnete.

Zcela určitě ani nenajdete žádnou podobnost s jiným vozem.

Coupe je totiž zcela své – designem, motorem i celkovými dojmy.

Platí to zvláště nyní, když na český trh přichází v modernizované verzi.



Continental Silver 2R



Technical Gray D4



Sky Blue US



Vivid Blue BV



Indigo Blue 2X



Shine Red JA



Rose Red 5F



Steel Gray 9A



Crystal White 7F



Stone Black 9F



COUPE SE UŽ DÁVNO ZAŘADILO mezi úspěšné modely, což jednoznačně dokumentují prodejní čísla. Celkově se ho za šest let prodalo na celém světě téměř 222 tisíc, jen v Evropě se pro něj rozhodlo 74 tisíc zákazníků. Oblíbeným autem je také v České republice i na Slovensku.

ATRAKTIVNÍ VZHLED

Aktuální facelift představuje další vývojovou fázi modelu a klade si za cíl přilákat ještě více zákazníků. Podpoří to jistě i přednosti, které si novinka uchovává z minulosti. Tedy že za přijatelnou cenu zprostředkuje sportovní jízdu umocněnou nízkými provozními náklady, vysokou spolehlivostí a nenáročnou údržbou. O tom, že jde o nový vůz, vás přesvědčí jiný, proti předešlému pojetí upravený a vylepšený vnější design, jenž z Coupe dělá ještě výraznější a dynamičtější vůz než dosud. Nové je například vzduchové sání s integrovanými mlhovými světly, jiný je i tvar předních světel a zadních svítilen. Na dynamičnosti vozu dodalo rovněž nové pojetí výfukových koncovek nebo zadní spodní nárazník v černé barvě. Celkový sportovní duch podtrhují v neposlední řadě nové disky kol z lehkých slitin, zdůrazňující charakteristickou jedinečnost bočního profilu.

SPORTOVNÍ VLASTNOSTI

Ambice nového Hyundai Coupe podtrhují jízdní vlastnosti. Těch pak vůz dosahuje především volbou motorů. Coupe je na českém a slovenském trhu k dispozici s dvojicí benzínových motorů o objemu 2,0, respektive 2,7 litru, skvěle ladících s jeho sportovním charakterem. Už totiž dvoulitrový čtyřválec s proměnným časováním CVVT a neuvěřitelnou chutí po otáčkách (105 kW/186,3 Nm při 6000/4500 min⁻¹) dokáže uspokojit hodně náročné, sportovně založené řidiče. Jak by ne, když s ním lze jet až (maximální) rychlostí 208 km/h a z místa na 100 km/h se dostat jen lehce přes devět sekund (9,1 s). Právě rychlostní opojení je však přece jen vyhrazeno výkonnější verzi. Předností silného šestiválce o obsahu 2,7 litru je kultura chodu a síla v nízkých a středních otáčkách (121 kW/245,1 Nm při 6000/4000 min⁻¹). Maximální rychlost u této varianty je omezena hodnotou 220 km/h, z místa na stokilometrovou hranici to trvá pouhých 8,2 sekundy. V obou motorických případech za sportovní zacházení přitom příliš nezaplatíte, vždyť kombinovaná spotřeba činí u dvoulitru 8,0 l/100 km a u šestiválce přijatelných 9,9 l/100 km.



DOBŘÁ CENA

Nový Hyundai Coupe je již v nabídce široké sítě značky v České republice i na Slovensku. Kromě všech výše uvedených předností nabídne také velmi přijatelnou cenu. Základní model 2,0i CVVT ve výbavě Dynamic stojí 549 900 Kč / 729 900 Sk, výkonnější šestiválcová verze o objemu 2,7 litru ve výbavě Sport (mimo jiné i se šestistupňovou manuální převodovkou) můžete mít za 639 900 Kč / 849 900 Sk. Co také jistě oceníte, je záruka – na vůz je poskytována garance tří let bez omezení počtu ujetých kilometrů.

PŘEDSTAVUJEME



Nový Hyundai Coupe: ceny jednotlivých verzí

DYNAMIC, 2,0i CVVT, 5st. man. přev.

549 900 Kč (s DPH)

729 900 Sk (s DPH)

SPORT, 2,7i V6, 6st. man. přev.

639 900 Kč (s DPH)

849 900 Sk (s DPH)

Výrazné novinky v interiéru

Nový Hyundai Coupe přináší novinky také ve svém interiéru. Nové modré LED podsvětlení ovládacích prvků a kontrolky zvyšuje přehlednost, styl a snadnou viditelnost, přičemž namáhání očí je u nich sníženo na minimum. Středový panel s novým designem a výraznými kovovými prvky, včetně větracích otvorů v novém stylu, přidává vozu na sportovní povaze i pohodlí. Protisluneční clony s integrovanými vnitřními zrcátky se dají v novém Coupe rozšířit do středu a zakrýt tím dosud odkryté místo u vnitřního zpětného zrcátka. Všechny tyto detaily přispívají k tomu, že vůz působí novým a čerstvým dojmem, přičemž plně využívají ověřenou ergonomii, která z Coupe činí vůz mimořádně vhodný na dlouhé jízdy.



Důraz na bezpečnost, bohatá výbava

Značka Hyundai myslí i ve svém sportovním modelu na bezpečnost. Standardem je samozřejmě čtveřice airbagů či protiblokovací systém ABS, připraveny jsou však i další prvky aktivní bezpečnosti – stabilizační systém ESP doplněný brzdovým asistentem BAS (standardem ve výbavě Sport). Do široké základní výbavy modelu patří například automatická klimatizace s kontrolou kvality ovzduší, sportovní sedadla, dálkové otevírání dveří, hliníkové pedály, výškově nastavitelný volant a sedadlo řidiče, elektricky ovládaná a vyhřívaná vnější zrcátka, elektricky ovládaná okna, paměť polohy předních sedadel, palubní počítač, a za příplatek například také kožené čalounění či posuvné a výklopné skleněné střešní okno. Oba modely jsou pak standardně obuty do pneumatik o rozměru 215/45 R17.

Základní technické údaje:

Nový Hyundai Coupe

Motor	2,0 CVT	2,7 V6
Zdvihový objem (cm³)	1975	2656
Maximální výkon (kW)	105	121
Při otáčkách (min⁻¹)	6000	6000
Nejvyšší točivý moment (Nm)	186,3	245,1
Při otáčkách	4500	4000
Maximální rychlost (km/h)	208	220
Zrychlení 0-100 km/h (s)	9,1	8,2
Kombinovaná spotřeba paliva (l/100 km)	8,0	9,9

Rozměry:

Délka (mm)	4395
Šířka (mm)	1330
Výška (mm)	1760
Rozvor náprav (mm)	2530
Objem zavazadlového prostoru (l)	312
Objem palivové nádrže (l)	55



Nový Hyundai Coupe DYNAMIC – v základní výbavě jsou zejména:

- Pneumatiky 215/45 R17
- Disky kol z lehkých slitin
- Přední mlhové světlomety
- Nárazníky v barvě vozu
- Vnější zrcátka v barvě vozu
- Anténa
- Antiblokovací brzdový systém ABS + EBD
- Bezpečnostní vzduchový vak řidiče a spolujezdce
- Boční bezpečnostní vzduchové vaky
- Imobilizér
- Předpínače bezpečnostních pásů
- Bezpečnostní výztuhy dveří
- Progresivní posilovač řízení
- Výškově nastavitelný volant
- Výškově nastavitelné sedadlo řidiče
- Sedadla konstrukce Recaro
- Kombinované čalounění – látka/kůže
- Ukazatel venkovní teploty
- Palubní počítač
- 6 reproduktorů
- Příprava na rádio
- El. ovládaná a vyhřívaná vnější zrcátka
- El. ovládání předních oken
- Dálkově ovládané centrální zamykání
- Alarm systém
- Automatická klimatizace s kontrolou kvality ovzduší
- Tónovaná skla
- Obložení přístrojové desky imitací kovu

- Kůže potažený volant a hlavice řadicí páky
- Přední sedadla vybavená systémem paměti polohy sedáku a opěradla

Doplňková výbava na přání

- Metalický lak 13 500 Kč
- Mech. zabezpeč. zařízení 6 900 Kč
- Kožené čalounění sedadel (pouze verze SPORT) 40 000 Kč
- El. ovládané posuvné a výklopné střešní okno 20 000 Kč

*Všechny ceny v Kč včetně DPH.
Kompletní ceník příslušenství žádejte u prodejce.



Nový Hyundai Coupe SPORT

má oproti verzi DYNAMIC v základní výbavě zejména:

- Elektronický stabilizační systém ESP
- Brzdového asistenta BAS
- Vyhřívaná přední sedadla



Dlouhodobý sponzoring



MILIÓNÝ FANOUŠKŮ FOTBALU v evropských zemích se již těší na jarní pokračování kvalifikace pro ME 2008, k jehož významným sponzorům bude opět patřit automobilka Hyundai. Pro tým bude velkou zkouškou hned první utkání s Německem. Může hodně naznačit pro další vývoj ve skupině. Všichni věříme, že český tým, který po loni zahájených vyřazovacích bojích drží postupovou příčku, dotáhne letošní náročné duely do úspěšného konce a na svátek fotbalu postoupí. Již nyní je však jisté, že na šampionátu v Rakousku

a Švýcarsku určitě nebude chybět oficiální „přepravce“ mistrů Evropy, značka Hyundai.

V rámci globálních marketingových aktivit vsadila automobilka zejména na sponzoring hlavních světových a evropských turnajů ve fotbale již v roce 2000. Od té doby se s jejími perfektními službami setkali hráči, členové jednotlivých výprav i hosté dvou evropských a dvou světových šampionátů. Například

dopravu mužstev, realizačních týmů a čestných hostů loňského MS v Německu zajišťovala flotila 899 osobních a dalších vozů, stejně jako stovky autobusů. Takto se s rostoucí kvalitou vozů Hyundai mohly seznámit tisíce osobností z různých oblastí podnikání, politiky i společenského života. Velmi důležité rovněž je, že logo a reklamy značky Hyundai vidí během šampionátu statisíce diváků na stadiónech a stovky miliónů při televizních obrazovkách po celém světě.

Sponzoring fotbalu vychází z dlouhodobé strategie společnosti Hyundai, jejímž cílem je patřit v roce 2010 mezi pět největších světových výrobců automobilů. Také proto byla dohoda o sponzorském partnerství s FIFA prodloužena až do roku 2014.

Kopaná – zápasy kvalifikace na ME 2008:

24. 3.	ČR – Německo
28. 3.	ČR – Kypr
2. 6.	Wales – ČR
8. 9.	San Marino – ČR
12. 9.	ČR – Irsko
17. 10.	Německo – ČR
17. 11.	ČR – SR
21. 11.	Kypr – ČR

Balón plný vzkazů



PŘED MS VE FOTBALE v Německu 2006 se na podporu českého týmu konala Hyundai fotbalová mise. Fanoušci psali na obří balón své vzkazy a povzbuzení českým reprezentantům. V rámci „Goodwill Ball Road Show“ je začali fanoušci psát 20. března 2006 na rušném místě v Praze u Anděla. Ohromný balón o průměru čtyři metry připomínající fotbalový míč pro obry potom navštívil postupně 19 měst v Čechách a na Moravě.

K nejkrásnějším místům, která pořadatelé vybrali, určitě patřilo historické náměstí v Českých Budějovicích (viz snímek vlevo nahoře), kam přišel také slavný internacionál Karel Poborský. Akci doprovázela výstava fotografií z desítky kvalifikačních zápasů české jedenáctky, jejichž autorem byl Martin Sidorjak.

Když se Fotbalová mise vrátila 11. května do Prahy na náměstí Míru, nezůstalo na balónu volné ani místo. Během zápasů šampionátu balón doprovázel český tým po stadiónech, na kterých hrál svá utkání. Obdobné akce proběhly také v dalších účastnických zemích, ale český balón patřil na šampionátu k těm nejhustěji popsaným.

Za slogan na šampionát

Autorem vítězného sloganu „Budem se rvát jako lvi, pro vítězství a fanoušky“, se stal Karel Kubát, ale slavnostního ceremoniálu v Německu se z rodinných důvodů nemohl zúčastnit. Cenu pro dvě osoby, včetně ubytování na dvě noci v hotelu Holiday Inn v Mnichově a vstupenek na zahajovací utkání MS ve fotbale v Německu, tak získal od společnosti Hyundai Jaroslav Svítal z Jihlavy, kterému jsme položili několik otázek (na snímku dole v popředí).

Bylo to poprvé, co jste se jako divák osobně účastnil tak významné fotbalové soutěže?

Ano.

Jaký byl váš největší zážitek z MS ve fotbale v Německu?

Slavnostní zahájení, to bylo něco úžasného. Viděl jsem na vlastní oči celebrity světového fotbalu, jako jsou Pelé či Franz Beckenbauer, včetně všech žijících mistrů světa, k tomu Claudii Schiffer... Organizace byla perfektní – to nemělo chybu.

Který český hráč vás nejvíce zaujal a proč?

Jednoznačně Pavel Nedvěd, který ve všech herních činnostech výrazně převyšoval ostatní české reprezentanty.

Fandil jste v „civilu“ nebo v národních barvách?

Samozřejmě v dresu týmu České republiky.

Pokusíte se i v budoucnosti dostat s Hyundai na obdobný sportovní svátek? Určitě – stálo to opravdu za to.

Jste, nebo byl jste dříve aktivním fotbalistou? Kterému českému ligovému týmu fandíte?

Byl jsem dlouhá léta aktivním hráčem v divizní a krajské soutěži. V Česku fandím Slavii Praha.



Napínavé rozuzlení ankety Fotbalista roku

LETOŠNÍ, V POŘADÍ 42. ROČNÍK ANKETY Fotbalista roku ČR, patřil snad k nejnapínavějším v historii. Naše společnost patřila mezi významné sponzory této vydažené společenské akce. Již potřetí si titul Fotbalista roku odnesl reprezentant Tomáš Rosický, v současnosti záložník londýnského Arsenalu. Těsně porazil brankáře Petra Čecha z Chelsea. Trojici nejlepších doplnil již bývalý reprezentant a hráč Juventusu Turín Pavel Nedvěd. Tomáš Rosický zvítězil také v divácké anketě o nej-užitečnějšího hráče. „Když jsme šli s Petrem Čechem společně na pódium, tak jsem si říkal, že je skvělé být druhý. A teď jsem rád, že jsem tuto krásnou cenu získal,“ řekl krátce po vyhlášení vítěze Tomáš Rosický.



Na snímku zleva: Jaromír Blažek, Tomáš Rosický, Daniel Kolář a Vítězslav Lavička.



Cenu pro Trenéra roku předával prodejní a marketingový ředitel Hyundai Motor CZ Zdeněk Fořt.

Velké věci se děly v anketě o Trenéra roku, kterou sponzorovala právě společnost Hyundai, když po pětileté nadvládě reprezentačního kouče Karla Brücknera zvítězil Vítězslav Lavička, trenér úřadujícího ligového mistra z Liberce. „Velice si toho vážím, protože mě zvolili novináři, kteří jsou velice nároční. Ocenění však neberu jen osobně, patří celému Slovanu. Všem lidem, kteří vytvářejí to skvělé klima v klubu a celý rok obětavě pracovali pro mužstvo a jeho úspěch,“ řekl mimo jiné vždy velmi skromný trenér, který získal cenu Rudolfa Vytlačila poprvé.

Talentem roku se stal Daniel Kolář ze Sparty Praha a Osobností Gambrinus ligy brankář ze stejného letenského oddílu, Jaromír Blažek.

Podporujeme i „malou“ kopanou

AUTOMOBILKA HYUNDAI je nejen významným partnerem UEFA a FIFA při organizaci MS či ME ve fotbale. Souběžně pořádá také mezinárodní turnaje v malé kopané pro své prodejce. Loni to byl Hyundai Mini World Cup 2006.

Výřazovací turnaj se loni konal za účasti dvanácti českých i zahraničních týmů v krásném sportovním areálu v Nymburku. Jeho vítězem se po napínavých bojích stalo družstvo BAGR Brno, které ve finálovém klání porazilo tým AP Bratislava 2:1. Brněnský celek, který reprezentoval prodejce Auto BALVIN, hraje spolu s malými změnami od roku 2004, kdy v obdobném turnaji k ME ve fotbale skončil třetí.

Vítěz nymburského turnaje získal vedle poháru a diplomu velmi hodnotné ceny v podobě dresů, míče atd. Jako nejlepší brankář byl vyhlášen brněnský Martin Kolář, který v semifinálovém zápase chytil dokonce přísně nařízenou penaltu.

V evropském kole se již tolik družstvu BAGR, jež reprezentovalo ČR, nedařilo. „Také díky těžkému vylosování jsme ve vyrovnaných zápasech postupně podlehlí mužstvům Švédska, Polska a Řecka,“ informoval nás Jaroslav Grégr, který je v jedné osobě manažerem, trenérem a kapitánem mužstva. Na omluvu je třeba uvést, že zatímco hráči BAGRu kopou maximálně okresní přebor, v dalších týmech, zejména Anglie, Polska, ale zejména Belgie a Španělska, se předvedli účastníci vyšších soutěží. „Dalším problémem bylo, že zatímco v Nymburku čítala soupiska dvanáct hráčů, ve Vídni pouze sedm,“ posteskl si Jaroslav Grégr.

Českým hráčům však neúspěch ve Vídni nevzal chuť do fotbalu. Pro další turnaj Hyundai Mini Euro Cupu v ČR, který se bude konat u příležitosti mistrovství Evropy ve fotbale 2008, si dali za cíl opět zvítězit a zúčastnit se mezinárodního finále.



„NA FOTBALOVÝ DŮCHOD ZDALEKA NEMYSLÍM“



Třicetiletého Stanislava Vlčka lze bez nadsázky přirovnat ke špičkové whisky – čím je starší, tím je kvalitnější. Letos patří tento útočník k nejlepším střelcům fotbalové Gambrinus ligy a se Slavii Praha by se rád popral o ligové prvenství. V motoristickém životě plně propadl značce Hyundai.

Následující rozhovor nám Stanislav Vlček poskytl v zimní přestávce ligové soutěže během přípravy na jarní část sezóny v prostorách Strahovského stadiónu.

Vzpomenete si ještě, kdy a kde jste s fotbalem začínal a kudy vedla cesta až do Slavie?

Mé první fotbalové krůčky byly v rodném Divišově v týmu tamních žáků. Ve starším dorostu jsem se propracoval do pražských Bohemians. V „dolíčku“ jsem také poprvé „naskočil“ na prvoligový trávník. Následovaly dva roky v Českých Budějovicích, abych pak na celých sedm sezón zakotvil v Olomouci. Působení v Česku přerušilo roční angažmá v Dynamu Moskva. Nyní již třetí rok v řadě kopu za Slavii.

Kdy jste dostal přezdívku Vlček?

Myslím, že se to se mnou táhne již od působení v Bohemians. Jména Vlček a Vlček mají k sobě hodně blízko. Není to tedy skutečná přezdívka, ale pouze upravené jméno, na které mezi klukama na hřišti slyším.

Jako vzor jste měl elitního střelce, Nizozemce van Bastena. Co jste na něm nejvíce obdivoval?

Když jsem začínal ligovou kariéru, tak on již patřil k evropské špičce. Byl stejně jako já útočník a moc se mi líbilo, jak si uměl najít prostor před brankou soupeře ve velkém vápně a potom nezadržitelně skóroval. To se nedá naučit, takový čich na branky již musíte mít v sobě.

Patřil jste po podzimní části ligy mezi tři nejlepší kanonýry. Myslíte někdy na to, že byste se mohl stát po skončení sezóny králem střelců?

Našlápnuto k tomu mám dobře, protože ještě nikdy na podzim jsem nevsítil osm branek jako v této sezóně. Například loni to byly pouze čtyři branky. Budu samozřejmě rád, když mi střelecká forma vydrží také v jarní části. Hlavním ale pro mě je úspěch mužstva, protože fotbal je přece krásná kolektivní hra. Kdyby se však sešel slávistický ligový titul s mým titulem krále střelců – to by byla paráda.

V současnosti nabíráte v přípravě fyzickou sílu a vytrvalost. Jak vypadá váš trénink?

Zatím opravdu nabíráme fyzickou kondici. Dnes jsme například ujeli na kolech za hodinu a čtvrt asi 30 km. Když chodíme běhat do obory Hvězda, tak to bývá kolem 10 kilometrů. Nejlepší příprava je však na horách. Vzhledem k nedostatku sněhu jsme ale letos místo na běžkách museli běhat po vlastních. Přiznám se, že už „vyhlížím“ přípravné zápasy, kde bych mohl nejlépe ukázat své fotbalové přednosti.

Co chybí Slavii k tomu, aby se konečně probodovala do Ligy mistrů?

O tento úspěch se tým snaží, zatím bohužel bez úspěchu, již sedm let. Všichni ale věříme, že to jednou musí přijít. Podle mě nám hodně chybí to, že nemáme vlastní stadión, kde by nás slávisťáci fanoušci náležitě podpořili a vyhecovali. Zde na Strahově, kde hrajeme své ligové i pohárové zápasy, bývá „chabá“ divácká kulisa – vždyť na ligová utkání chodí třeba jen 1500 diváků, kteří se na tribunách doslova ztratí. Proto se již moc těšíme, až poprvé vyběhneme na trávník nového stadiónu, který se konečně začal stavět v Edenu.

Bylo vám třicet let. Jak dlouho chcete ještě hrát vrcholovou kopanou?

Musím zaklepat, že jsem měl štěstí a vážnější zranění se mi zatím vyhýbala. Zároveň se cítím výborně a testy, které jsme před zimní přípravou podstoupili, mi to jen potvrdily. Na konec své hráčské kariéry ještě určitě nemyslím, ale nebudu teď říkat, do kolika let bych chtěl hrát...

Objevil jste se také v dresu české reprezentace. Nepomýšlíte na účast na příštím mistrovství Evropy?

Já jsem si loni zahrál v reprezentaci pouze jeden přátelský zápas. Potěšilo mě to, ale moc bych tento fakt nepřeceňoval. V první řadě musím podávat dobré výkony ve Slavii a pak by mohly přijít také další pozvánky k utkáním reprezentace.

Není žádným tajemstvím, že byste neodmítl pokračovat ve své fotbalové kariéře v některém ze zahraničních klubů. Prozradíte, kde byste si rád zahrál vy osobně?

Nejdřív musím říct, že v současnosti (pozn. redakce – konec ledna) mám nabídku na prodloužení smlouvy od Slavie a že na stole neleží žádná konkrétní nabídka z ciziny. Přes svého mana-



žera ale vím, že zájem o mě v zahraničí je. Nejraději bych si zahrál v Německu či Rakousku. Tyto země by mi vyhovovaly jak z hlediska fotbalového, tak i z pohledu rodiny.

Hovoříte o rodině. Zajímají se již dcery o kopanou?

Mám dvě dcery – sedmiletou Anetu a tříletou Natálii. Když je utkání ve vhodnou dobu, tak chodí tatínka povzbudit ve slávistických dresech a v doprovodu maminky. Je to moc fajn. Rodině se snažím maximálně věnovat zejména během dovolené. V létě ji trávíme zpravidla u moře, v zimě zase na horách. Letos to bylo u kamaráda a bývalého slávisty Karla Pitáka, který hraje nyní v Salcburku. Užili jsme si tam mimo jiné krásnou pohodu vánočních trhů.

Jak jste se dostal k vozům Hyundai?

Dříve jsem jezdil osobní mazdou. Lákal mě ale vyšší a prostornější vůz, který by byl vhodnější pro rodinu. Při surfování na internetu mě zaujal model Santa Fe, tehdy ještě starší verze, a manželku tehdy nový Tucson. Před rokem jsme se nakonec rozhodli pro Tucsona, který řídím já a jezdím s ním téměř denně z Benešova do Prahy na Strahov. Žena, která se větších vozů trochu bojí, dostala letos pod stromeček Getze, ve kterém vozí starší dceru na tenis a na klavír.

Co zatím kvalitám automobilů říkáte?

V dealerství mě přemluvili, abych zkusil vůz s automatickou převodovkou. Musím říct, že mi toto provedení maximálně vyhovuje, zejména při jízdě ve městě, kde nemusím stále řadit. Také manželčin Getz je vybaven automatem. Celkově vládne v rodině s oběma automobily maximální spokojenost. Za sebe mohu říct, že mi vyhovuje prostorný a pohodlný interiér, kde při častých cestách poslouchám hudbu a příjemně relaxuji. Při výletech na lyže zase oceňuji, že Tucson spolehlivě projíždí i sněhem zasypané silnice a mám přitom vždy pocit jistoty a bezpečí.

Znamená to, že nepatříte mezi sportovně založené řidiče?

To v žádném případě. Dávám přednost poklidné, bezpečné a pomalejší jízdě. A to i na dálnici, kde mi stačí jet maximální rychlostí kolem 120 km/h. Na trase mezi Benešovem a Prahou bych bláznivou jízdou stejně moc času nenahnal.

Určitě jste přemýšlel i o době, kdy ukončíte aktivní fotbalovou kariéru. Čemu se chcete věnovat potom?

Dvacet let hraji fotbal a rád bych u něj zůstal také do budoucna. Jako nejlepší variantu nyní vidím to, že se pokusím udělat trenérský kurz a pracovat jako fotbalový trenér.



Novou éru zahájí model i30

Korejská automobilka přichází na trh se smělými ambicemi.

Nový Hyundai i30 se stane soupeřem vozů v segmentu

nižší střední třídy. Jeho rivaly budou Škoda Octavia, Ford Focus,

Citroën C4, Toyota Auris, Peugeot 307 nebo Renault Mégane.

DŮVODŮ K TOMUTO TVRZENÍ JE NĚKOLIK. Nová i30 byla především vyvíjena jako typický evropský vůz. Zákazník na „starém kontinentu“ je celkem konzervativní a má vysoké nároky jak na karosářská provedení a vnitřní prostornost, tak na širokou paletu motorů a jízdní vlastnosti. Model i30 by měl podle všeho ve všech kritériích Evropanům vyhovovat. V Evropě byl navržen, bude se tu vyrábět (v českých Nošovicích) a také pouze na „starém kontinentě“ prodávat. Vedle nejpopulárnější karosářské verze, pětidveřového hatchbacku, během krátké doby nabídne i praktickou variantu kombi.

AUTOMOBIL S MODERNÍ KONCEPCÍ

Novým modelem i30 chce Hyundai oslovit řidiče a řidičky, jejichž prioritou při výběru vozu není pouze nízká cena. Zaujmut je chce moderní koncepcí vozu, stejně jako dostatečnou nabídkou pohonných jednotek (benzínových i dieselových), několika stupni rozmanité výbavy, širokou paletou barev karoserie a typů interiéru. Novinka automobilky Hyundai si svou výstavní premiéru odbyla na nedávném autosalónu ve švýcarské Ženevě, ale jak bude vypadat, naznačila už před půlrokem na obdobné automobilové výstavě v Paříži. Zde byl představen koncept Arnejs, později



se s vozem spojovalo kódové označení FD. V každém případě nový model Hyundai ještě v tomto roce nabídne zcela nový pohled na kategorii nižší střední třídy.

VĚTŠÍ, ŠIRŠÍ, PROSTORNĚJŠÍ

Pětidveřový hatchback se chlubí délkou 4245 mm, celkovou šířkou 1775, výškou 1480 milimetrů a rozvorem náprav 2650 mm. Také Hyundai i30 ve verzi kombi, které se objeví na trhu později, vyhoví i zákazníkům hledajícím především prostorný automobil. Tomu by totiž měl v neposlední řadě odpovídat i objem zavazadelníku, který bude u hatchbacku i kombi možné ještě zvětšit sklopením opěradel zadních sedadel. Celkově působí interiér vyváženě a ergonomicky na úrovni, volant se drží dobře, vhodně po ruce je i řadicí páka. V interiéru jsou použity kvalitní materiály, plasty jsou měkčené, sedačky mají dobré tvarování, jsou i dostatečně komfortní a rozlehlé.

ČTYŘI STUPNĚ VÝBAVY

Konkurovat chce Hyundai i30 rovněž dostatečně širokou výbavou. Bude nabízen celkem ve čtyřech stupních výbavy (Classic, Comfort, Style a Premium), a přestože jejich podoba pro český a slovenský trh ještě není definitivně stanovena, je téměř jisté, že standardem pro vůz bude osm airbagů, antiblokovací systém brzd (ABS), centrální zamykání, palubní počítač, audiosystém s přehrávačem CD a MP3 a patnáctipalcová kola. Za příplatek nebo u vyšších verzí standardně přibudou ještě stabilizační systém (ESP), klimatizace nebo šestnáctipalcová kola. Novinka bude nabízena v deseti možných barevných odstínech, dvou perlových a v šesti metalických. Interiér bude vytvořen ze dvou druhů látek nebo kůže ve dvou odstínech.

Rozměry:

Délka (mm)	4245
Šířka (mm)	1775
Výška (mm)	1480
Rozvor náprav (mm)	2650





ŠIROKÁ PALETA MOTORŮ

Zcela srovnatelný s konkurencí bude Hyundai i30 také motory. Zákazník si bude moci vybrat z pěti agregátů, z toho dvě alternativy nabídnou i dieselové provedení.

Nabídka startuje benzínovou čtrnáctistovkou s maximálním výkonem 80 kW při 6200 min⁻¹, šestnáctistovka poskytuje v benzínové variantě maximální výkon 90 kW při 6200 min⁻¹, v dieselové verzi výkon 85 kW při 4000 min⁻¹ a hlavně 235 Nm točivého momentu v rozmezí 1900 až 2500 min⁻¹. Jeho předností bude zcela jistě úspornost, protože kombinovanou spotřebu má na hranici 4,7 l/100 km. Vrcholem obou typů motorizací bude dvoulitr. Zatímco benzínová verze nabídne ze zdvihového objemu 1975 cm³ maximální výkon 105 kW při 6000 min⁻¹, u dieselové to bude z objemu 1991 cm³ maximální výkon 103 kW při 3800 min⁻¹. Největší točivý moment má benzínový dvoulitr na 188 Nm při 4600 min⁻¹, dieselový 304 Nm od 1900 do 2500 otáček. Benzínový dvoulitr spotřebuje na stokilometrové trase 7,1 litru pohonných hmot, dvoulitrový diesel pouhých 5,4 litru nafty. Motorizace pro kombi nebyly zatím zveřejněny, ale dá se čekat totožná nabídka.

Nové označení

Označení i30 „startuje“ u Hyundai novou éru nejen modelovou, ale i v označení. Zatímco v minulosti byly názvy pro vozidla vybírány tak, aby vyjadřovaly vlastnosti neodmyslitelně spjaté s jednotlivými modely, nyní se Hyundai rozhodl pro více „celostní“ přístup. Budoucí názvy vozidel budou orientovány na technologii a budou mít společný základ, snáze pochopitelný pro všechny. Hyundai se rozhodl pro alfa-numerické pojmenování, které vytvoří vazbu mezi technologií a základními hodnotami značky. Písmeno „i“ dokáže nést tři významy: představuje Inspiraci, Inovaci, Inteligenci. Model i30 je prvním vozem Hyundai nesoucím písmeno „i“ ve svém názvu. Číslo 30 je numerickým ekvivalentem přiděleným segmentu vozidla. V tomto případě evropskému segmentu C. U budoucích odvozených modelů nebo modelů spadajících do speciálních segmentů budou k písmenu „i“ připojována další písmena, například CW pro označení Crosswagon (kombi).

Korejec z Česka

V autosalonech značky se nový model Hyundai i30 objeví v celé Evropě o letních prázdninách tohoto roku. Brzy po pětidveřovém hatchbacku přijde do prodeje i pětidveřové kombi. Od roku 2009 by se měla tato novinka vyrábět kompletně v prvním evropském závodě značky Hyundai v českých Nošovicích. Do té doby bude vyráběna v Koreji.



Výhody, které nepřehlédnete

Společnosti Hyundai Motor CZ a Hyundai Motor SK připravily pro své zákazníky, kteří mají ve vozovém parku několik, ale třeba také desítky či stovky aut, speciální Hyundai Fleet Program s řadou zajímavých výhod.

KDO JE FLEETOVÝ ZÁKAZNÍK?

- Do kategorie fleetových zákazníků řadíme zejména velko-odběratele a firmy s větším vozovým parkem, které představují prodej tří a více automobilů na jednoho zákazníka, nebo firmy, jež vlastní tři a více vozidel libovolné značky.
- Dále sem patří třeba společnosti věnující se operativnímu leasingu motorových vozidel, autopůjčovny, které se zabývají krátkodobým a dlouhodobým pronájmem vozů, autoškoly či firmy taxislužby.
- Jinou velkou skupinou jsou zdravotnická zařízení – soukromá i státní, záchranné služby, lékárny a lékárníci, ale také lékaři a nadace působící ve zdravotnictví.
- Ve své nabídce ale myslíme také na osoby zdravotně postižené, které vlastní průkaz ZTP a ZTP/P, a na opatrovníky těchto občanů.
- K zajímavým zákazníkům patří i státní správa, zejména policie ČR a SR, městská policie, úřad vlády, jednotlivá ministerstva, městské a místní úřady.
- Svůj program nabízíme také zahraničním diplomatickým sborům v ČR a SR, stejně jako osobám, které mají stejná práva při nákupu jako diplomaté.
- V neposlední řadě je náš fleetový program určen dalším subjektům se „zvláštním režimem“, jako jsou novináři, V.I.P., případně cílové skupiny stanovené distributorem v časově limitovaném programu.

ZVÝHODNĚNÉ CENY PŘI NÁKUPU VOZŮ

V rámci Hyundai Fleet Programu poskytujeme zvýhodněné ceny při koupi nového vozu a individuální nabídku jeho financování. Jde o finanční leasing ve spolupráci s Hyundai Leasingem (v ČR i spotřebitelský úvěr HIT kredit). Při volbě operativního leasingu zajistíme tuto službu u renomované leasingové společnosti – například ve spolupráci s Business Lease.



INDIVIDUÁLNÍ PŘÍSTUP, OPTIMÁLNÍ ŘEŠENÍ

Značka Hyundai může díky své dobře rozvinuté síti prodejců splňujících náročné podmínky standardu normy ISO 9001:2000 nabídnout fleetovým zákazníkům v ČR a SR optimální prodejní a servisní zázemí, odborné poradenství v oblasti vozového parku, stejně jako individuální přístup podle potřeb každého klienta.

Cílem našeho programu je přinést podnikatelským subjektům a zákazníkům se zvláštním režimem optimální řešení jejich vozového parku, které uspokojí individuální požadavky mobility a současně zajistí ekonomický provoz vozového parku.

KONTAKT

Každému zájemci poskytne odbornou konzultaci a vypracuje detailní nabídku kterýkoliv z našich autorizovaných prodejců.

Kontakt pro ČR: Lukáš Malík,

Fleet manažer HYUNDAI Motor CZ,

e-mail: malik.lukas@hyundaimotor.cz, tel.: +420 251 025 319

Kontakt pro SR: Jaroslav Krajčír,

e-mail: krajcir@hyundaimotor.sk, tel.: +421 2 6381 5491

Singapur: Hyundai vytlačil Toyoty a Mercedesy

MIMORÁDNÝ ÚSPĚCH zaznamenala značka Hyundai v Singapuru, kde získala velkou zakázku od tamní největší taxikářské společnosti. Ta předtím používala vozy Toyota a Mercedes-Benz. Dohoda se společností Comport Delgro zní na dodávku 1700 vozů Sonata v provedení diesel v letošním roce. Další 2 až 3 tisíce aut by měly přibývat každoročně v následujících letech. Celkově jde o úctyhodný počet 10 000 vozidel. Singapurská vláda zpřísnila kontroly emisí dieselových vozů a od loňského října jsou do provozu schvalována pouze vozidla, která splňují normu Euro 4. Proto nyní Sonata 2.0 CRDI nahradí starší vozy Toyota Crown a Mercedes-Benz. Zákazník se k tomuto kroku rozhodl poté, co si v dlouhodobém testu vyzkoušel dvě Sonaty. Každá najela 100 000 km a prošla několika zkouškami bezpečnosti a spolehlivosti. Zástupci společnosti Hyundai si velmi pochvalují skutečnost, že získali jako fleetového zákazníka nejvýznamnějšího dopravce v Singapuru a současně i perfektní mobilní reklamu, kterou denně uvidí v ulicích Singapuru statisíce lidí. Současně se zvýšila naděje prodat vozy Sonata také dalším taxikářským firmám, protože zde jezdí celkem přes 22 000 taxiků.



STARDEALER 2007

Správna voľba

Spoločnosť H a H AUTO, s. r. o., predáva vozidlá značky HYUNDAI v košickom regióne už od roku 2001. V minulom roku predala celkovo 170 vozidiel tejto značky, čo jej okrem iného prinieslo titul Stardealer 2007.

ZAČIATKY NEBOLI JEDNODUCHÉ

„V čase, keď sme uvažovali o rozšírení ponuky predávaných vozidiel v našom autocentre na Moldavskej ceste v Košiciach, HYUNDAI bol horúcim kandidátom. Obrovský technický potenciál značky, výrobný sortiment, nízka poruchovosť a prevádzkové náklady boli jasnými argumentami pri rozhodovaní. Navyše sme dobre poznali ľudí, ktorí nanovo rozbiehali zastúpenie tejto značky v Čechách a na Slovensku. Dôverovali sme tímu na čele s pánom Richardom Kopečným a verili sme, že tento projekt bude úspešný,“ vysvetľuje konateľ spoločnosti Ing. Martin Hrehor. „Dnes už máme za sebou 6 rokov predaja vozidiel HYUNDAI a výsledky len potvrdili náš predpoklad.“

Začiatky však neboli úplne ružové, keďže značka HYUNDAI na určitý čas vypadla zo slovenského trhu nových vozidiel. „Museli sme nanovo robiť osvetu, veľmi nám však pomohol nástup nových modelov, akými boli Santa Fe, Coupe alebo Getz. Dnes je už situácia výrazne iná a povedomie ľudí o značke HYUNDAI je omnoho vyššie. Neprehliadnuteľné je dominantné postavenie v tak prestížnom segmente vozidiel SUV na čele s novým Santa Fe. A to už zákazníci citlivo vnímajú,“ dodáva M. Hrehor.

OBCHOD S AUTAMI JE AKO VODA V DLANIACH

Správna lokalizácia predajne, vhodná predajná stratégia, komunikácia so zákazníkmi, úroveň servisu, odborná zdatnosť personálu a rozsah poskytovaných služieb, to sú parametre, na ktoré stavil košický predajca. „Obchod s vozidlami je ako voda, ktorú držíte v dlaniach. Úspech vám neutečie, len ak sa vám tie diery darí správne upchávať,“ hovorí M. Hrehor. Za hlavnú devízu však považuje svojich zamestnancov, keďže sú to oni, ktorí rea-



lizujú predstavy a zámery firmy. Aj preto koncom roku 2005 výrazne skvalitnili obsadenie servisu. „Po roku od tejto zásadnej zmeny sme presvedčení, že to bolo správne rozhodnutie. Presvedčajú nás o tom noví zákazníci nášho servisu, ktorí nás vyhľadávajú aj z okolitých oblastí, nielen z Košíc.“

BYŤ VIDENÝ JE ZÁKLAD

Veľmi dôležitá je prezentácia spoločnosti v danom regióne. „Myslím si, že je podstatné, aby nás zákazníci vnímali ako autosalón, ktorý sa pri kúpe nového vozidla rozhodne oplatí navštíviť. Preto musíme byť stále na očiach. Priznám sa, že sme veľký dôraz kladli na výber umiestnenia celej prevádzky,“ vyjadril sa M. Hrehor. Dnes sa predajňa nachádza pri vyhľadávanom nákupnom centre Optima v Košiciach, čo prinieslo nepochybne veľa pozitív. Firma navyše podporuje svoje zviditeľňovanie sa v regióne celoročnou prezentáciou vozidiel priamo v Optime a samozrejmosťou sú účasti na rôznych výstavách či prezentácia v médiách. Podpora z ich strany patrí i košickému Veterán klubu či Zoologickej záhrade.

Košický predajca chce pokračovať v nastúpenom trende, ktorý spočíva v neustálom zdokonaľovaní všetkých aktivít. „V marci tohto roka by sme mali mať úspešne zavedený systém riadenia kvality podľa normy ISO 9001:2000. Pre majiteľov starších áut HYUNDAI plánujeme tento rok zvýhodnené podmienky údržby spojené s odbornou diagnostikou. Títo zákazníci sa veľakrát nechajú nachytať neautorizovaným servisom, kde im vozidlá opravujú často neodborne a nakoniec z dlhodobého hľadiska i drahšie,“ dodáva p. Hrehor.

HODNOTA ZNAČKY HYUNDAI STÚPA

„HYUNDAI je dnes vnímaný ako kvalitná značka za veľmi priaznivú cenu. Všetky súčasné modely sú vysoko kvalitné a dlhodobo vykazujú nízke náklady na riešenie reklamácií,“ povedal konateľ spoločnosti. Tento trend potvrdili aj novinky Santa Fe a Accent. Santa Fe bolo v minulom roku najpredávanejším SUV na Slovensku. A čo si o ňom myslí p. Hrehor? „Je to auto, s ktorým sa výborne jazdí a navyše je nádherné.“ Z ďalších benefitov značky „vypíchal“ najmä 3-ročnú záruku bez obmedzenia počtu kilometrov na všetky modely HYUNDAI. „Samozrejme sme plní očakávaní, čo prinesie novinka v segmente nižšej strednej triedy, ktorá príde na náš trh na jeseň tohto roka,“ dodáva na záver p. Hrehor.

Kontakt: H a H AUTO, s. r. o., Moldavská 28, Košice, tel.: 055/644 53 12, e-mail: auta.hyundai@hrehor.sk



DODÁVKA S NOVÝM MOTOREM

Jednou z předností automobilky Hyundai je,

že svou nabídku neustále inovuje.

Dokladem toho je také nový motor 2,5 CRDi VGT,

jímž jsou nyní vybaveny modely řady H-1.

Základní technické údaje:

Hyundai H-1	
Zdvihový objem	2,5 litru
Nejvyšší výkon	103 kW
Při otáčkách	3800 min ⁻¹
Nejvyšší točivý moment	314 Nm
Při otáčkách	2000-3000 min ⁻¹
Maximální rychlost	163 km/h
Zrychlení 0-100 km/h	19,4 s
Kombinovaná spotřeba paliva	9,0 l/100 km



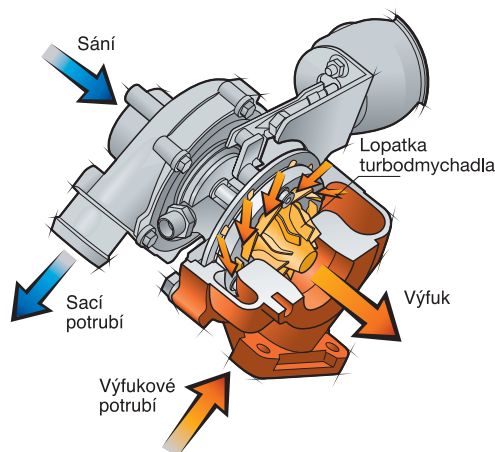
NOVÝ MOTOR nahrazuje v nabídce turbodiesel o stejném objemu, na rozdíl od něj ale plní emisní normu Euro4. Čtyřválcový diesel s 2,5litrovým objemem je vybaven moderním vstřikovacím systémem Common Rail a VGT. Systém označovaný zkratkou VGT (Variable Geometry Turbocharger) zajišťuje vyšší účinnost přepřívání, zejména pak rychlejší nárůst plnicího tlaku turbodmychadla už v nízkých otáčkách. Natáčením rozváděcích lopatek statoru turbodmychadla lze výrazně zmírnit takzvaný turboefekt, tedy prodlevu reakce motoru běžícího v nízkých otáčkách na sešlápnutí pedálu akcelérátoru. Může za to nízká rychlost malého množství výfukových plynů, které je v daném okamžiku k dispozici.

Systém VGT dokáže lépe odebrat energii výfukových plynů i při jejich malém množství, a tím zvýšit schopnost akcelrace turbíny, potažmo kompresoru plnicího motoru kyslíkem. Výsledkem technického zlepšení je zvýšení točivého momentu v celém rozsahu otáček a zrychlení reakce motoru na pokyny plynového pedálu.

Nový motor v modelu H-1 dosahuje nejvyššího točivého momentu 314 Nm v rozmezí 2000 a 3000 otáček a maximálního výkonu 103 kW při 3800 otáčkách za minutu. Jeho kombinovaná spotřeba je 9,0 litru nafty na 100 km, přičemž maximální rychlost dosahuje hodnoty 163 km/h a zrychlení z místa na 100 km/h za 19,4 s.

H-1 je nabízena jako tří- nebo šestimístné auto. Zájemce o co největší užitkovost vozu uspokojí Hyundai H-1 pale-

tu možností. K dispozici je dodávka s krátkým (2810 mm) nebo dlouhým (3080 mm) rozvorem, s provozní hmotností až 2080 kilogramů. Hyundai H-1 dodávka nabízí rovněž různé varianty dveří, podle potřeby a přání křídlové nebo vyklápěcí.



Hyundai H-1, ceny jednotlivých verzí

H-1 3Van, rozvor 2810 mm	409 900 Kč / 529 900 Sk
H-1 3Van, rozvor 3080 mm	449 900 Kč / 579 900 Sk
H-1 6Van, rozvor 3080 mm	469 900 Kč / 599 900 Sk

(Ceny jsou bez DPH)

HYUNDAI MOTOR ZLÍN

Šíří na Zlínsku dobré jméno vozů Hyundai

Společnost Hyundai Motor Zlín patří k nejstarším, ale také k nejvýznamnějším prodejcům automobilů Hyundai v Česku.

VE ZLÍNSKÉM KRAJI působí již od roku 1992. Právě zde začala tato značka v ČR provozováním celního skladu. Od zahájení prodeje patří mezi 10 nejlepších prodejců v české síti Hyundai a má věrné zákazníky v ČR i na Slovensku. Dealerství si oblíbila také řada známých osobností z řad umělců a sportovců.



„Od zahájení prodeje patříme

mezi 10 nejlepších prodejců

v české síti Hyundai a dealerství

si oblíbila také řada známých osobností

z řad umělců a sportovců.“

Když projíždíte rušnou třídou Tomáše Bati ve Zlíně, nemůžete přehlédnout prostorný a výrazně prosklený objekt autosalónu Hyundai Motor Zlín. Druhé dealerství je rovněž situováno na zajímavém místě – v těsné blízkosti centra Uherského Hradiště. Obě prodejny opírají své dobré prodejní výsledky o skutečnost, že působí na automobilovém trhu již 15 let.

„Většina našich zaměstnanců zde pracuje již delší dobu, takže znají dobře potřeby věrných zákazníků,“ říká Jaroslav Zlámálík, ředitel společnosti Hyundai Motor Zlín.

Vedle komplexních servisních služeb zde nabízejí škálu financování jak nových, tak ojetých vozů, včetně jejich pojištění soukromou pojišťovnou Ladislava Samohýla, majitele firmy Hyundai Motor Zlín.

Úspěchy obou dealerství se opírají hlavně o osobní přístup k zákazníkovi. „Neposíláme majitelům našich vozů žádné dopisy, ale kontaktujeme je telefonicky a zveme na neformální návštěvu k nám,“ vysvětluje nám Jaroslav Zlámálík. Nejde však o to, aby hosta během návštěvy zahltili informacemi o nových vozech či službách. Naopak, snaží se mu, třeba při šálku kávy, maximálně pozorně naslouchat, zjišťovat, zda nemá nějaké problémy se stávajícím vozem a zda by jeho současným potřebám nevyhovoval jiný model. Až v druhé řadě jde o informaci o novinkách s pozváním na předváděcí jízdu, kterou považují za nejdůležitější.

Osobní přístup vyplývá také ze specifika zlínského regionu. K nejprodávanějším zde nepatří jinde velmi oblíbený Getz, ale dražší vozy, jakým je například Santa Fe. Jen za prosinec loňského roku těchto SUV prodali šestnáct.

Rok 2006 byl zatím neúspěšnějším z pohledu prodeje fleetovým zákazníkům, kde se společnost Hyundai Motor Zlín umístila na druhém místě v celé dealerské síti v Česku.

Vozy Hyundai mohou potenciální zákazníci zhlédnout nejen v obou dealerstvích, ale také ve zlínských hypermarketech Tesco, Makro či Terno, kde jsou vystavovány po celý rok. Široká motoristická veřejnost je také vidí při soutěži Barum Rally, která je zařazena do kalendáře Mistrovství Evropy. Auta se prezentují v průběhu celé soutěže přímo na trati.

„Významným obdobím pro obě dealerství jistě bude zahájení výroby v továrně Hyundai na severní Moravě, kdy se ještě zvýší zájem o vozy naší značky,“ tvrdí ředitel Zlámálík.

Pro ty, kteří už automobily Hyundai mají, patří závěrem naše pozvání k návštěvě ojedinělého muzea automobilových veteránů Aloise Samohýla ve Zlíně.

Kontakt: HYUNDAI MOTOR ZLÍN, a.s.

Zlín-Louky, Třída T. Bati 387, tel.: 577 158 099,

email: hyundai@zlin.cz

Uherské Hradiště, Na Morávce 1263, tel.: 572 556 517,

email: hyundai@uhr.cz



Chtěla bych
s mámou a tátou
jezdít na moc výletů.



NOVÝ ACCENT. Již od 279 900 Kč / 359 900 Sk.

Stačí tak málo, abyste své rodině splnili tak moc. Spolehlivý automobil, který maximálně dbá o vaši bezpečnost a který spoustou výbavy rozmazlí vás i vaše děti. ABS+EBD, 2 airbasy, el. ovládání předních oken a zpětných zrcátek s vyhříváním, palubní počítač, výškově nastavitelný volant, centrální zamykání, 3 roky záruka a bezpočet dalších příjemných vylepšení. Praktické a komfortní auto s velkým prostorem a s možností volby ze tří pohonných jednotek: benzin 1,4i, 1,6i nebo úsporný diesel 1,5 CRDi VGT. To vše v jednom krásném rodinném balení je nový Hyundai Accent. Protože vaše rodina si zaslouží něco extra.



HYUNDAI

www.hyundai.cz

HYUNDAI OFF ROAD DAY 2006

Setkání na Rabí nadchlo majitele SUV

Na osm desítek majitelů vozů Hyundai vlastnících SUV Santa Fe, Tucson či off road Terracan se vloni na podzim sešlo při čtvrtém ročníku HYUNDAI OFF ROAD DAY 2006 v krásném prostředí kolem hradu Rabí. Získali zde nejen nové zkušenosti a poznatky při jízdě ve volném terénu a o schopnostech svých vozů, ale společně s rodinnými příslušníky si zde užili hodně adrenalinu a zábavy.



ZÁBAVA I POUČENÍ

Již tradiční setkání připravili jeho organizátoři tak, aby posádky vozů musely zvládnout nejen jízdu po ní „cestou necestou“, ale také třeba přejet vodní tok a zdolat některé další terénní nástrahy. Nikdo se nenudil. Soutěžící rodinní příslušníci plnili úkoly se zaujetím – chodili na speciálně upravených kládách, stříleli ze vzduchovek či brokovnic, pádlovalo se na nafukovacích „buřtech“, létalo na zavěšené kladce přes vodní hladinu...

Protože se akce konala pod mohutným hradem Rabí, nemohly chybět ani různé historické činnosti. Účastníci setkání si mohli zastřílet z luku na terč či vyrobit vlastní svíci. A to by akce nesměla být u zlatonosné řeky Otavy, aby si každý zájemce nevyřýžoval ten svůj zlatý „nugget“.

PROKOPOVI? PŘIJELI I DO TŘETICE

Až na první ročník, kdy ještě nevlastnili SUV, se všech tří dalších „off road dnů“ pravidelně účastní se svým Santa Fe Pavel Prokop s manželkou a dvěma dcerami (na snímku vpravo dole). Dodnes si pamatuje na počátky, kdy jak on, tak i ženská část posádky s obavami koukali na první strmý kopec u Dobřan, který měl jejich tříměsíční vůz zdolat. Dnes si již hlava rodiny pochvaluje, že se během tří setkání naučil slušně zvládat svůj vůz také při přejezdu vodního toku, v rozbahněném terénu nebo bez problémů vyměnit propíchlé kolo.

Zatím nejvíce se Prokopovým líbila právě poslední akce na hradě Rabí. „Jako rodina a posádka jsme strávili nádherný den plný pohody. Už program před samotným startem nás nadchnul,“





vzpomíná Pavel Prokop. Dcery, kterým je letos 9 a 12 let, si poprvé mohly zastřílet ze vzduchovky, potom si vyrýžovaly zlato a ručně vyrobily svíce. Úžasný zážitek!

Také organizaci závodu si Pavel Prokop pochvaloval. Jeho délka byla podle něj příjemná a obtížnost přiměřená. Kvalitnější než v minulosti byl také itinerář a úkolů na stanovištích se nyní mohli podle svých sil zúčastnit všichni, tedy nejen řidič. Příjemným překvapením pak bylo i konečné umístění, kdy se jejich Santa Fe podařilo dojet do cíle na pěkném desátém místě.

Pavel Prokop, jak sám tvrdí, se během soutěže i zamiloval – tedy moc se mu zalíbil inovovaný model Santa Fe vítězné posádky. Začal proto hned přemýšlet o tom, že si ho bude asi muset do budoucna také pořídit.

Všem členům rodiny Prokopových se moc líbily také akce na hradě, kde si samozřejmě nenechali ujít možnost prohlídky míst, která postupně vznikala od 13. století.



VLAJKOVÁ LOĎ S DIESELOVÝM SRDCEM

Obliba dieselových pohonů v Evropě neustále stoupá, což se samozřejmě promítá i v modelovém portfoliu automobilky Hyundai. Nejnověji přibyl dieselový motor do nabídky reprezentativního modelu Grandeur.

VLAJKOVÁ LOĎ AUTOMOBILKY přišla ve své aktuální generaci před rokem a přinesla zcela nové pojetí. Nová limuzína byla navržena tak, aby přímo konkurovala zavedeným evropským značkám – nabídla kultivovanost, vysokou kvalitu provedení a typický evropský design. Od nyníška k tomu patří i možnost volby mezi benzínovým a dieselovým motorem.

Ve srovnání se zážehovou verzí, vybavenou vidlicovým šesti-
válcem o zdvihovém objemu 3,3 litru, nabízí diesel především
úspornější provoz. Jedná se o řadový šestnáctiventilový čtyř-
válec s hliníkovou hlavou, který při objemu 2,2 litru dává výkon
114 kW při 4000 otáčkách a především 343 Nm v širokém
spektu otáček 1800 až 2500 min⁻¹. V kombinovaném cyklu
by spotřeba tohoto 4895 mm dlouhého, 1865 mm širokého
a 1490 mm vysokého sedanu neměla na sto kilometrové vzdá-
lenosti překročit osmilitrovou hranici spotřeby nafty. Předností
této verze Grandeuru je vedle příznivých hodnot provozu a jíz-
dních možností velmi dobré odhlučnění interiéru – daleké cesty
tak zvládnete bez častých zastávek u čerpací stanice a ještě v ma-
ximálním klidu a pohodlí.

Na tom se podílí také skutečnost, že Grandeur je proti
předchůdci o 20 milimetrů delší a širší a o 70 mm vyšší. Toho
bylo dosaženo především rozšířením rozvoru kol o 30 mili-

metrů (2780 mm), takže ve vnitřním prostoru je nyní daleko
více místa než dřív. Větší je Grandeur i v dalších parametrech.
Kupříkladu zavazadla v něm mohou být proti minulosti větší
o 60 litrů, jelikož výsledný objem má hodnotu 523 litrů. Široká
je rovněž nabídka vybavy – snad kromě volby metalického
laku má Grandeur už všechno myslitelné v základní výbavě.
Nepřehlédnutelnou výhodou je rovněž poskytovaná záruka,
která je tři roky, a to bez omezení počtu najetých kilometrů.
Dieselový motor 2,2 CRDi VGT je u Grandeuru spojen
výhradně s pětistupňovou automatickou převodovkou. Cena
dieselového modelu je 989 900 Kč / 1 249 900 Sk (s DPH).

Základní technické údaje:

Hyundai Grandeur	
Verze	2,2 CRDi VGT
Zdvihový objem	2188 cm ³
Válce	4
Nejvyšší výkon	114 kW
Při otáčkách	4000 min ⁻¹
Nejvyšší točivý moment	343 Nm
Při otáčkách	1800-2500 min ⁻¹
Maximální rychlost:	202 km/h
Zrychlení 0-100 km/h	11,4 s
Kombinovaná spotřeba paliva	7,9 l/100 km



VY SE PTÁTE, MY ODPOVÍDÁME

Majitelé vozů značky Hyundai a naši potenciální zákazníci zasílají denně poštou či e-mailem na některou z adres našich pracovníků nejeden dotaz. Váš zájem a důvěra nás těší. Snažíme se na ně, jak čas dovolí, reagovat. Vybrané otázky jsme zodpověděli i v naší poradně.



Odpovídá
Antonín Jedlička,
technický ředitel,
Hyundai Motor CZ

Přeji hezký den a stálé zdraví.
Mám jeden obyčejný dotaz: karoserie vozů Hyundai je pozinkovaná, nebo jenom máčená v antikorozi barvě? Kdo mě to řekne na 100 %. Už jsem zadal šest dotazů na prodejce, ale je to tři proti třem...

Díky za odpověď.
Vlado (emailová adresa)

Karoserie vozu Hyundai je ponořena do zinko-fosfátové lázně, která vytvoří na karoserii film na ten je poté nanášena elektrolitická základová barva. Tím dochází k ochraně karoserie před prorozáváním. Hyundai poskytuje na díly karoserie záruku 6 let od data zakoupení vozidla a to bez omezení počtu ujetých kilometrů.



Pohled do jedné z továren, kde se „rodí“ nové modely Hyundai



PŘEJDĚTE NA
DEFEND®



KOMPLEXNÍ ZABEZPEČENÍ VOZIDEL A PROSTOR PROTI VLOUPÁNÍ A ODCIZENÍ

Červená znamená STOP. Stát na místě je cesta do pekla. Přejděte na zelenou, přejděte na Defend

Stále více autosalonů poznává a oceňuje výhody zeleného proudu a přechází k nám. Chtějí pro své zákazníky to nejlepší. Volí jedinou značku, která nabízí komplexní zabezpečení vozidel a prostor proti vloupání a odcizení – od mechanického zabezpečení Defend Lock přes elektromechanické zabezpečení kapoty a kufru Defend Hook, elektromechanické zabezpečení nákladových prostor Defend Cargo až po satelitní zabezpečení Defend Locator. Připraveny jsou také zajímavé služby Defend Garance, Defend Shop a Defend Assistance.

V rámci své široké nabídky produktů a služeb jsme pro Vás připravili atraktivní balíčky Defend, které Vás jistě osloví. Každý náš produkt je pro Vás dnes ještě atraktivnější a cenově výhodnější.

Více informací najdete na www.prejdetenazelenou.cz

volejte zdarma: 800 222 900

www.defend.cz



Odpovídá Jan Červinka,
vedoucí oddělení náhradních dílů,
Hyundai Motor CZ

Dobrý den, chtěla bych si dovybavit své auto Santa Fe nějakými speciálními doplňky. Můžete mi prosím poradit, kde se mohu seznámit s tím, co Hyundai nabízí?

Tatiana Wartuschová, Praha 10

S nabídkou doplňků se můžete seznámit na našich webových stránkách www.hyundai.cz, kde si v sekci PRODEJ A SLUŽBY najdete PŘÍSLUŠENSTVÍ a dále si vyberete model Santa Fe. Vybrané zboží je možné si objednat u kteréhokoliv z autorizovaných prodejců Hyundai. Jejich seznam je rovněž na našich webových stránkách.



Odpovídá Veronika Jakubcová,
Public Relations Manager,
Hyundai Motor CZ

Dovolte mi prosím obrátit se k vám v jistém zájmu.

Shlédl jsem před nedávnem snímek vozu od výrobce značky, kterou zastupujete. V katalogu jsem jej pro rok 2006 ale nenalezl. Měl bych o tento vůz zájem. Jedná se o Hyundai HCD II, ke kterému bych

potřeboval znát technická data, vybavení a kolik stojí, a nějaké další podrobnosti... Zřejmě se na našem trhu neprodává. Jestli je v prodeji v Německu, tam bych si zajel. Pokud můžete mému požadavku vyhovět, byl bych vám velice vděčný. S úctou a pozdravem,

Milan Nechvátal, Třebíč

Dobrý den, často se v novinách objevují obrázky zajímavých vozů Hyundai s označením HCD nebo HED, můžete mi vysvětlit, co tyto zkratky znamenají? Děkuji.

Milan Pražák, Praha 9

Jak je uvedeno v odpovědi na předchozí otázku, Hyundai má na světě několik výzkumných a vývojových center. Jedno z nich je v americké Kalifornii. Studie vozů navržené právě zde pak nesou označení HCD (Hyundai California Design). Druhé takové centrum je v německém Rüsselsheimu, studie a koncepty zhotovené zde pak mají označení HED (Hyundai European Design). Pro zajímavost je možné si některé z nich prohlédnout na následujících snímcích.



HCD 2



HCD 6



HED 1



HCD 8



HCD 7

Několik výzkumných a vývojových středisek Hyundai na celém světě neustále pracuje na vývoji nových automobilů a technologií, které budou používány v budoucnosti. Tyto studie jsou pak vystavovány na světových autosalonech v Ženevě, v Paříži, ve Frankfurtu, v Los Angeles, Detroitu, v Seoulu a v některých dalších veletržních městech. Jsou především dokladem vývoje společnosti Hyundai. Vůz Hyundai HCD II je jedním z nich. Tuto studii si není možné zakoupit.

Tenisové smeče duněly v Radonicích



Společnost Hyundai Motor CZ zahájila loni 30. listopadu novou sportovní tradici. Uspořádala první ročník Hyundai Tenisu Cupu 2006 pro své partnery z řad velkoodběratelů.



CELKEM TŘINÁCT TENISOVÝCH DVOJIC si to mezi sebou rozdalo nejdříve ve dvou skupinách ve vyřazovacích bojích. Z každé kvalifikační skupiny postoupily čtyři nejlepší páry, které mezi sebou dále bojovaly vyřazovacím způsobem.

Historicky prvními vítězi Hyundai Tenisu Cupu 2006 se stali Robert Hejduk, zástupce společnosti IMIGe CR, a Radim Sochor, kteří porazili Andreje Bobáka a Lukáše Malíka z pořádajícího Hyundai Motor CZ. Na třetí příčce skončili Jan Kloud ze ŠkoFINu a Jan Pešek. Soutěž útechy se stala kořistí Martina Hrona a Františka Vršeckého ze společnosti Lease Plan.

Vítězové byli odměněni poháry a dárkovým košem, všichni účastníci turnaje obdrželi dárkové předměty Hyundai. Po dobu akce měli zájemci možnost otestovat si vozy Santa Fe a Sonata.

Věříme, že se všem tenistům z řad velkoodběratelů akce líbila a v příštím roce se zúčastní ještě v hojnějším počtu.



AMBICIÓZNÍ PROJEKT na nošovickém poli

PRÁCE V DVOUSETHEKTAROVÉ NOŠOVICKÉ ZÓNĚ

byly zahájeny loni na podzim skryvkou ornice, kdy bylo přemís-
těno více než 640 tisíc krychlových metrů zeminy. V současné
době probíhá srovnávání a zhutňování terénu a souběžně se
připravuje výstavba, která má začít v březnu. Po instalaci tech-
nologie bude ve druhé polovině roku 2008 zahájena zkušební
výroba a od března 2009 se rozjede 1. fáze sériové výroby s ka-
pacitou 200 000 aut ročně. V roce 2011 pak bude zahájena sériová
výroba ve 2. fázi, kterou se celkový objem ročně vyproduk-
ovaných aut zvýší na 300 000. V nošovickém závodě Hyundai
Motor Manufacturing Czech (HMMC) se budou vyrábět vozy
tzv. segmentu C (do této kategorie patří např. Citroën C4, Fiat
Stilo, Ford Focus, Honda Civic, Opel Astra, Renault Mégane
nebo Škoda Octavia). V první fázi to bude ročně sto tisíc vozidel
nového typu, vycházejícího z úspěšné Elantry, a sto tisíc kusů
modernizované verze populárního SUV Tucson. Ve druhé fázi,
od roku 2011, přibude ročně sto tisíc kusů velkoprostorového
MPV, které bude speciálně pro evropský trh navrženo ve vývoj-
ovém centru Hyundai v Německu.

Společnost HMMC do Moravskoslezského kraje následuje
zhruba desítku korejských firem, které jsou zavedenými doda-
vateli jednotlivých komponentů pro Hyundai, např. Mobis



(montáž modulů), Hysco (úprava ocelových sviteků), Dymos
(sedadla), DongHee (palivové nádrže), Plakor (plastové náraz-
níky a palubní desky) nebo Sungwoo Hitech (lisované díly
karoserií). Kromě nich se na dodávkách budou podílet i další
renomovaní výrobci automobilových součástí. Místní dodavatelé
mají šanci uspět jak u subdodavatelských firem, tak i u HMMC,
a to zejména ve službách.



Rozhovor s panem Kimem Eokjo, prezidentem HMMC

Jaké jsou strategické záměry společnosti Hyundai v Evropě?

Postavit v Nošovicích svůj první evropský výrobní závod a v roce 2009 zahájit sériovou výrobu. Naším strategickým cílem je v roce 2010 v Evropě překročit hranici 700 000 prodaných vozů.

Můžete nám přiblížit časový plán a jednotlivé etapy výroby a rozvoje nošovické investice?

Letos na jaře chceme zahájit výstavbu výrobních objektů. Rozjezd výroby se předpokládá v polovině roku 2008 a zahájení sériové výroby na počátku roku 2009. V roce 2011 bude objem sériové výroby rozšířen na 300 000 aut ročně.

Neobáváte se konfliktů kvůli odlišné kultuře?

Společnost Hyundai Motor Company nemá továrny jen v Koreji, ale i v Číně, Indii, Turecku a v USA. Svá obchodní zastoupení má ve 193 zemích světa a všude tam se musela vyrovnat s místními kulturními a sociálními zvláštnostmi. Mnozí naši manažeři studovali v Evropě a v USA a vědí, že když jdou do jiného prostředí, musejí se přizpůsobovat.



Rozhovor s panem Jaromírem Radkovským, generálním manažerem pro lidské zdroje společnosti HMMC



Na práci ve společnosti Hyundai se ptají i lidé, kteří nemají s výrobou aut nic společného, a přesto by měli zájem získat zaměstnání v Nošovicích. Mají vůbec šanci?

Samozřejmě! Jsou vítáni! V České republice není nikdo, kdo by uměl vyrábět auta značky Hyundai. Z tohoto důvodu jsme připraveni poskytnout všem vybraným zaměstnancům adekvátní zaškolení a dlouhodobý trénink, pro mnohé dokonce přímo v Koreji. Od zájemců ovšem požadujeme alespoň výuční list, ochotu pracovat a loajalitu k firmě.

Jaký bude průměrný plat pracovníků v HMMC?

Průměrný plat se bude odvíjet od profese, zkušeností a kvalifikace. Určitě bude srovnatelný s platy v jiných zahraničních firmách v České republice, případně i vyšší.

Kam se tedy konkrétně obrátit, pokud by měl člověk zájem o práci v HMMC?

Svůj životopis může zaslat na adresu kariera@hyundai-motor.cz. Spolupracujeme také s personálními agenturami a připravujeme otevření vlastního náborového centra. Našími partnery při náboru budou samozřejmě také úřady práce.

Život Korejců na druhém konci světa

HYUNDAI A DESÍTKY DALŠÍCH INVESTORŮ přinášejí už dnes na Ostravsko kromě hospodářského boomu také nebyvalou kulturní a národnostní pestrost. V Ostravě dnes pracuje padesátka Korejců, řada z nich dlouhodobě. Mnozí se s českým prostředím sžívají tak těsně, že přijímají česká jména – tak jako hlavní právník automobilky Kim Dosik, jemuž kolegové říkají Tomáš. Horší je to s jazykem: „Čeština je pro nás stejně těžká, jako pro Čechy korejština,“ posteskl si „Tomáš“ Kim, ale hned připomíná, že mu čeština úplně cizí není: „Jako první jsem zvládl slovo pivovar – a to je pěkně dlouhé!“ směje se.

Korejci se sžívají i s českou kuchyní – třeba Sang Heejin, jedna z žen v korejském týmu rodící se automobilky, má slabost pro tradiční český guláš nebo vepřové koleno: „Samozřejmě s výborným českým pívem,“ zdůrazňuje.

Na druhou stranu korejská komunita na oplátku obohacuje například severomoravskou gastronomii. Zajít si totiž dnes v Ostravě na pravé kimči – pálivou korejskou specialitu z kysaného zelí – dávno není problém. Skoro stejným tempem, jako v regionu přibývá továren na autodíly, se tu totiž otvírají i exotické restaurace.

RALLYE PEKING

PO HEDVÁBNÉ NITI DO ČÍNY

Bezmála stovka historických vozů se ve druhé polovině loňského roku zúčastnila Rallye Amsterdam-Peking. Trasu dlouhou 17 650 km zajišťovalo 20 vozů Tucson, Terracan a Santa Fe, které poskytli nizozemský dovozce značky Hyundai, společnost Greenib Car.

Veteráni různých značek, jejichž datum „narození“ mohlo podle propozic závodu být mezi lety 1934 a 1976, vyrazili 15. července 2006 z amsterdamského náměstí Dam, aby je 11. srpna uvítalo neméně známé pekingské náměstí Tiananmen (Nebeského klidu). Dlouhá a náročná trasa se vinula jako nit po historické „hedvábné stezce“, která sloužila od starověku k čilému obchodování mezi západní Evropou a Čínou. Z Nizozemska směřovala kolona automobilů přes Německo, Rakousko, Maďarsko, Rumunsko a Bulharsko do Turecka, kde navázala na asijskou část slavné stezky.



Podstatně náročnější a dobrodružnější úsek rallye čekal na účastníky v kavkazských republikách bývalého Sovětského svazu či v Turkmenistánu a Kazachstánu, ale zejména v exotickém Mongolsku a v nejlidnatější zemi světa, v Číně. Většina denních etap měřila kolem 800 km, přičemž teplota vzduchu přes den vystupovala často ke 40 °C. Při deseti až dvanácti hodinách za volantem si posádky bohatě užily všudypřítomný prach a písek. Velkým nepřítelem všech byla také rostoucí únava a nedostatek spánku.



Velké útrapy všem ale vynahradily neopakovatelné dojmy z nádherné, často člověkem téměř nedotčené přírody, setkání s divokými zvířaty, zejména s velbloudy a koňmi, kteří účastníkům dokonce přebíhali přes cestu. Účastníci rallye mohli rovněž obdivovat množství výstavních paláců, ale také fragmenty historických staveb – často již zapomenutých a pískem zavátých civilizací. Ve finále si s velkým zájmem prohlédli část Velké čínské zdi, 6500 km dlouhé největší lidské stavby na světě, která s většími či menšími úspěchy chránila čínské císařství před mongolskými nájezdníky.

V asijských státech se účastníci rallye dostávali na silnicích do situací, které se v Evropě vidí již jen v kině. Často pomocí archaických dopravních prostředků zde převládají předměty a zvířata takovým způsobem, že civilizovaný motorista nepřestává žasnout. Současně ale musí obdivovat odvahu a vynalézavost místních lidí. Ti po celé trase velmi srdečně vítali nadšené motoristy, kteří si v Pekingu splnili své velké dětské sny.

K tomu, aby přes mimořádně náročné podmínky dopadlo vše dobře, výrazně přispěl právě doprovod dvacítky vozů Hyundai s pohonem 4x4. Některé sloužily jako pojízdné autodílny, další zabezpečovaly servisní služby, jako například telefonické spojení, nebo je využívali ke své práci novináři.



Trasu dlouhou 17 650 km zajišťovalo 20 vozů Tucson, Terracan a Santa Fe, které poskytl nizozemský dovozce značky Hyundai, společnost Greenib Car.



Z Nizozemska směřovala kolona automobilů přes Německo, Rakousko, Maďarsko, Rumunsko a Bulharsko do Turecka, kde navázala na asijskou část slavné stezky do Číny.



DOPLŇKY

SHOP

Jarní nabídka



dětská peněženka 57 Kč / 74 Sk

kód H02PG005

plyšový medvídek 99 Kč / 129 Sk

kód H02PG001

pero v krabičce 109 Kč / 142 Sk

kód H02PG061

dámská mikina 774 Kč / 1006 Sk

vel. S – kód H02PG027

vel. M – kód H02PG028

vel. L – kód H02PG029

vel. XL – kód H02PG035

dámské tričko 411 Kč / 534 Sk

vel. M – kód H02PG024

vel. L – kód H02PG025

vel. XL – kód H02PG026

dámské červené tričko

s dlouhým rukávem 411 Kč / 534 Sk

vel. S – kód H02PG042

vel. M – kód H02PG043

vel. L – kód H02PG044

vel. XL – kód H02PG045

osuška Hyundai 280 Kč / 364 Sk

kód H02PG068

batoh Hyundai červený 345 Kč / 449 Sk

kód H02PG009

batoh Hyundai modrý 345 Kč / 449 Sk

kód H02PG008

čepice s kšiletem Hyundai 196 Kč / 255 Sk

kód H02PG022

pánská mikina s kapucí 951 Kč / 1236 Sk

vel. M – kód H02PG040

vel. L – kód H02PG041

vel. XL – kód H02PG017

vel. XXL – kód H02PG018

pánské tričko 286 Kč / 372 Sk

vel. M – kód H02PG031

vel. L – kód H02PG032

vel. XL – kód H02PG033

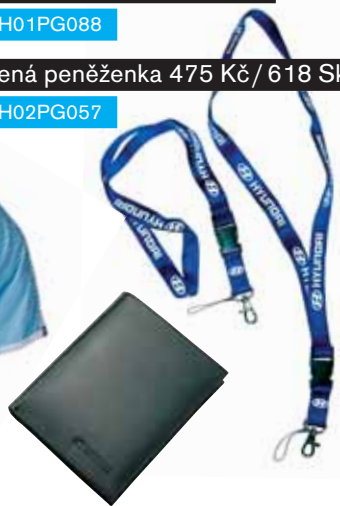
vel. XXL – kód H02PG034

šňůrka na krk 38 Kč / 49 Sk

kód H01PG088

kožená peněženka 475 Kč / 618 Sk

kód H02PG057



Celkovou nabídku najdete u našich autorizovaných prodejců a na internetových stránkách www.hyundai.cz a www.hyundai.sk, jejichž prostřednictvím si vybrané zboží můžete objednat. *Ceny jsou s DPH.

16V



Castrol TXT Softec MB. Motorový olej vyvinutý speciálně pro motory s filtrem pevných částic. Napomáhá zachování maximálního výkonu motoru, chrání jeho části i při vysokém zatížení, prodlužuje životnost výfukového systému, zabraňuje úniku oleje a snižuje spotřebu paliva. To vše z lásky k motorům vozů Hyundai i všech ostatních. Benzinových, dieselových i LPG...

IT'S MORE THAN JUST OIL. IT'S LIQUID ENGINEERING.



Z lásky k motoru.



Rozjed'te to s námi!

Finanční leasing | **Hit**Kredit

Hlavní výhody

- rychlé a jednoduché uzavření zákaznické smlouvy
- minimum požadovaných podkladů
- garance neměnné výše měsíční splátky
- výhodné pojištění
- akční nabídky – žádejte u svého prodejce Hyundai



Zlatá koruna za značkové financování automobilů
– ČSOB Leasing

www.csobleasing.cz

Infolinka: 800 150 150

