Boris Tadić, predsjednik Srbije, u Ženevi je podržao svojim osobom promociju projekta Fiata 500L koji bi, po riječima predsjednika, mogao rezultirati poboljšanju financijskog rejtinga i gospodarskoj stabilnosti zemlje. Očekivani izvoz od 1,5 milijardi eura značajno bi poboljšao sliku platne bilance.

Stariji se građani dobro sjećaju popularnog Fiće koji je „jurio“ lošim cestama diljem bivše zemlje. Redovi, „veze“ i „vezice“ bili su jedan od bitnih uvjeta da dođete do popularnog Fiće. Zavodi „Crvena zastava“ iz Kragujevca, bila je okosnica vojne industrije, uspostavila je licencni odnos sa FIAT-om glede proizvodnje tadašnjeg Fiata 600, potom 750, te drugih modela talijanskog proizvođača automobila. Neznam da li je istina, kružila je priča kako su ratari i stočari iz okolice Kragujevca nakon „treninga“ od šest mjeseci radili na traci sklapajući, od sviju željenog, Fiću. Sin Tita, Mišo Broz dobio je na poklon nakon diplome Fiću što se je tada smatralo prestižnim poklonom. Tako je Fićo dobio dodatnu promociju. Malo je koga brinulo da su po kupnji Fiće tek slijedile muke za njezinog vlasnika. Autor ovih redaka uspio se je u relativno mladoj dobi domoći tog prestižnog čuda. Po kupnji valjalo je obaviti prvi servis na kojem je obično konstatirano niz grešaka koje je valjalo ukloniti. To je zahtjevalo dobru vezu s mehaničarima koji su dobili gotovo status liječnika. Ja sam, primjera radi, uzimao slobodni dan, odlazio u Krško, Slovenija, jer sam „iz pouzdanih izvora informiran kako mehaničari na sjedalo u automobilu stave deku prije nego sjednu za upravljač, gdje su bili najbolji mehaničari. Mnogi mehaničari su „na crno“ popravljali kako bi se sretni kupci što prije mogli dičiti svojim ljubimcem. Nije bilo lako čekati tri ili više mjeseci da, po uplati, dobijete obavijest da vam je ljubimac upravo stigao. Fićo je bio veliki ponos njihovim vlasnicima, ali i cjelokupnoj zajednici. Do koje je mjere sezalo oduševljenje dovoljno je podsjetiti na izvoz, nasljednika Fiće, YUGO-a u SAD kada se je tvrdilo da konkurent Hyundai nema nikakve šanse. Takva su bila vremena, oduševljenja, očekivanja.

Sada novi automobil ponovno vraća samopoštovanje građanima Srbije temeljem obnovljene suranje sa talijanskim proizvođačem. Predsjednik Tadić u svojoj izjavi govori o zajedništvu, partnerstvu čime dodatno ohrabruje srbijanskog proizvođača i talijanskog partnera. Vrlo mudro, a vjerujem, i korisno.

Na žalost ni približno takvu priču nije moguće ispričati u slučaju Hrvatske. Zapravo je prošlogodišnja promocija hrvatskog elektroautomobila, rezultat hrvatske pameti, prošla gotovo nezabilježena. Bila je to vijest tek za jedan dan. Za veći, skuplji, elitni automobil zainteresirali su

se arapi, za onaj mali, koji bi mogao biti predmet masovne proizvodnje, nakon završetka sajma u Ženevi nitko više nije pitao. Tako je, najvjerojatnije, priča o novom tehnološki složenom proizivodu prije završila nego što je počela.

Uspoređujući ova dva slučaja mogu tek zamisliti što bi gospodin Tadić učinio da je u Ženevi mogao promovirati automobil koji je rezultat znanja srbijanskih konstruktora i koliku bi energiju utrošio da realizira proizvod – električni automobil koji bi mogao postati okosnica razvoja elektronske i strojarske industrije koja je nakon osamostaljenja Hrvatske završila u stečaju.

U Hrvatskoj nije primjereno bilo što više očekivati osim prigodnih priča.