

Dla Kowalskiego!

Czy Fiat 126p rzeczywiście zmotoryzował Polskę? W ostatniej ćwierci XX wieku był niewątpliwie najczęściej spotykanym samochodem na naszych drogach. Wszystko rozpoczęło się od kontraktu „O współpracy przemysłowej i licencyjnej na samochód małolitrażowy 126”, podpisanego z Fiatem 29 października 1971 roku. W kolejnym roku odbyła się oficjalna prezentacja modelu na salonie motoryzacyjnym w Turynie i nastąpił symboliczny początek jego krajowej produkcji, czyli montażu z dostarczanych włoskich części.

Jednak popularny później „maluch” nie pojawił się u nas na motoryzacyjnej pustyni. U progu lat siedemdziesiątych liczba zarejestrowanych w Polsce samochodów osobowych sięgnęła już dwóch milionów i w ten sposób zrównała się z liczbą jeżdżących po naszych drogach pojazdów konnych.

Struktura owego samochodowego parku była bardzo zróżnicowana, gdyż składały się na nią przedwojenne niedobitki użytkowane przez drogowych desperatów z uporem godnym lepszej sprawy, znacznie nowsze polskie warszawy, syreny, mikrusy i auta importowane skąpo z tzw. krajów demokracji ludowej. Te ostatnie dostępne były głównie dla nabywców z różnych względów uprzywilejowanych albo długo wyczeku-

jących na ich odbiór po wniesieniu stosownej przedpłaty.

Brakowało zatem w tej specyficznej ofercie jakiegokolwiek konkretnej i satysfakcjonującej propozycji dla najliczniejszej grupy zainteresowanych rodaków, nazywanych już wtedy „statystycznymi Kowalskimi”. Byli to przede wszystkim osobnicy już jeżdżący na motocyklach i motorowerach, a równocześnie głęboko przekonani, że zasługują na własne „cztery kółka”. Najpopularniejsze wówczas syrenki z racji niedostatecznej produkcji nie były w stanie tego popytu zaspokoić mimo zaporowej ceny (ponad 20 średnich miesięcznych wynagrodzeń).

Dlatego też sprzedaż Fiata 126p (za cenę syreny) ruszyła wcześniej i na większą skalę niż jego produkcja w Bielsku-Białej. Towarzyszyła temu chyba najbardziej masowa w PRL-u kampania reklamowa, w której potencjalnym nabywcom oferowano nie tyle fizycznie samochody, co przedpłaty uprawniające do ich nabycia w dość odległej przyszłości.

Realistyczne podobizny nowego obiektu powszechnych marzeń zdobyły koszulki, talerze i filiżanki, widokówki i okładki czasopism, a także (jako miniaturki) witryny sklepów z zabawkami. To pozwalało przypuszczać, że auto dla Kowalskiego rzeczywiście istnieje i wyobrazić sobie,

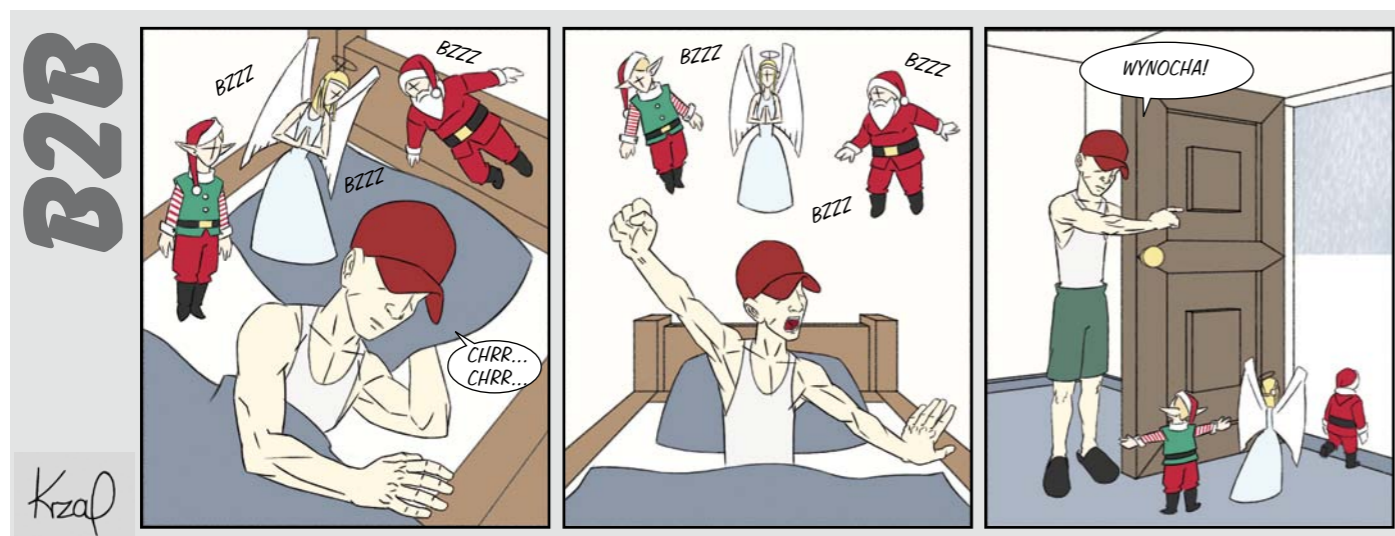


jak może wyglądać. Pozostawała sprawa trudniejsza, czyli przekonanie tegoż Kowalskiego, że mimo małych wymiarów i znacznie uproszczonej konstrukcji jest to samochód pod każdym względem pełnowartościowy.

Ruszyły zatem w Polskę demonstracyjne fiaciki, wypełnione szczelnie ekipami osiłków (po czterech w każdym), by pokazywać gromadzącym się gapiom użytkowe walory pojazdu. Prasa, radio i telewizja kibicowały entuzjastycznie wyprawie z Warszawy do Zakopanego malucha ciągnącego kempingową przyczepę. Organizowano firmowe zawody na lodzie, w których małe fiaty bez trudu wygrywały ze sportowymi modelami marki Porsche...

W efekcie cała ta „maluchomania”, choć sztucznie wywołana, powszechnie się przyjęła. Organizowano oficjalne i nieoficjalne fankluby, wymieniano publicznie techniczne i podróżnicze doświadczenia użytkowników... W całym tym rozgardiaszu przez lat niemal trzydzieści nie zwracano uwagi, że był to model dla Kowalskiego całkiem nieodpowiedni.

Hubert Kwarta



FOT. WYOCHA.PL, ARCHIWUM



GasShow19

exhibition&more

LPG CNG LNG

19-20 / 03 / 2019

Warsaw International Expocentre EXPO XXI

gasshow.pl

IMPREZA
TOWARZYSZĄCA

autoserviceEXPO2019