

36a Auto e Moto d'Epoca

Di Alessandro Maschi

Va in archivio l'edizione 2019 di Auto e Moto d'Epoca e segna ancora una volta numeri importanti: l'offerta di 90mila metri quadri di superficie espositiva, i 1600 espositori e le 5000 auto in vendita hanno portato a Padova oltre 130mila visitatori.



Significativa e sempre più importante la presenza straniera: alla consueta discesa di tedeschi e nord europei in generale - che con la loro capacità di acquisto hanno contribuito al rialzo affatto trascurabile del prezzo di vendita delle auto rispetto al mercato "reale" che esiste fuori dai quattro giorni padovani - si è aggiunta una cospicua rappresentanza della stampa specializzata d'oltre confine. Un segnale di chiaro apprezzamento del format che affianca a commercianti e club la presenza delle case costruttrici (in questa edizione l'esordio di Pagani e Seat) e dedica un'attenzione sempre maggiore alle *youngtimers*. Le auto ventennali sono infatti le vere protagoniste del motorismo storico di questi ultimi anni: riviste, fiere e club (con l'ASI in prima fila) tentano disperatamente di svecchiare la platea di appassionati puntando all'effetto nostalgia dei trentenni che difficilmente associano ricordi di infanzia a una Fiat 500 o a un'Alfetta (per non parlare di una Lancia Appia o di una Topolino) ma che avevano il poster della Ferrari F40, seguivano i successi sportivi della Lancia Delta Integrale e invidiavano l'amico più fortunato al

volante di una Peugeot 205 GTI. L'intento, peraltro condivisibile, si scontra con la legislazione italiana che non riconosce a questi modelli alcun beneficio fiscale ma appare un irrinunciabile investimento per un futuro non troppo lontano in cui gli attuali collezionisti e semplici appassionati non saranno più in grado di garantire la sopravvivenza del "museo mobile" e avranno eredi poco interessati al loro lascito. A peggiorare la situazione contribuiranno le sempre più pressanti problematiche ambientali che forse condanneranno le automobili a diventare semplici oggetti da esposizione, ma questo è un altro discorso.



Parlando di mercato, non esistono dati ufficiali sulle vendite avvenute in fiera o grazie alla fiera. Da semplici visitatori era impossibile non notare in ogni padiglione l'abbondanza di Porsche, uno dei marchi che ha visto le proprie valutazioni crescere vertiginosamente negli ultimi anni, ma più in generale l'impressione ricevuta è che il target della fiera sia medio-alto. Mettere in vendita a Padova una Spitfire o un altro modello di fascia bassa è forse una missione destinata al fallimento (specialmente ai prezzi visti in questi giorni...) mentre maggiore fortuna sembrano avere modelli più rari o prestigiosi: se i secondi possono forse contare sull'appeal esercitato sui visitatori stranieri, i primi sono destinati a un target avvezzo all'acquisto tramite i canali più tradizionali e per il quale la giornata in fiera rappresenta più una gita che una possibilità di acquisto.

Ricambi e automobilia occupano i soliti due padiglioni, dove i più attenti avranno notato lo spostamento di alcuni venditori e l'assenza di altri. Anche qui i prezzi non sono certo da saldo, ma con un po' di pazienza si riesce a trovare qualche chicca.

Infine un cenno all'asta gestita da Finarte e svoltasi nella giornata di venerdì: fanno molto rumore gli oltre 600mila euro battuti per il modello di punta – un'Alfa Romeo 6C 2500 Sport del 1947 - e l'identica cifra a cui è stata aggiudicata la coppia di Porsche 911 (ancora!) gemelle: una d'epoca restaurata alla perfezione e una moderna, in livrea abbinata alla prima. Scorrendo l'elenco completo dei risultati notiamo però che solo il 30% dei lotti battuti (17 su 55) ha trovato un nuovo proprietario e che tale fortuna non è capitata all'unica Triumph, una TR2 del 1955 sulla cui stima di vendita avevamo espresso qualche dubbio.







