

EL MERCADO DE COCHES ANTIGUOS

Y EL POTENCIAL DEL TURISMO INDUSTRIAL

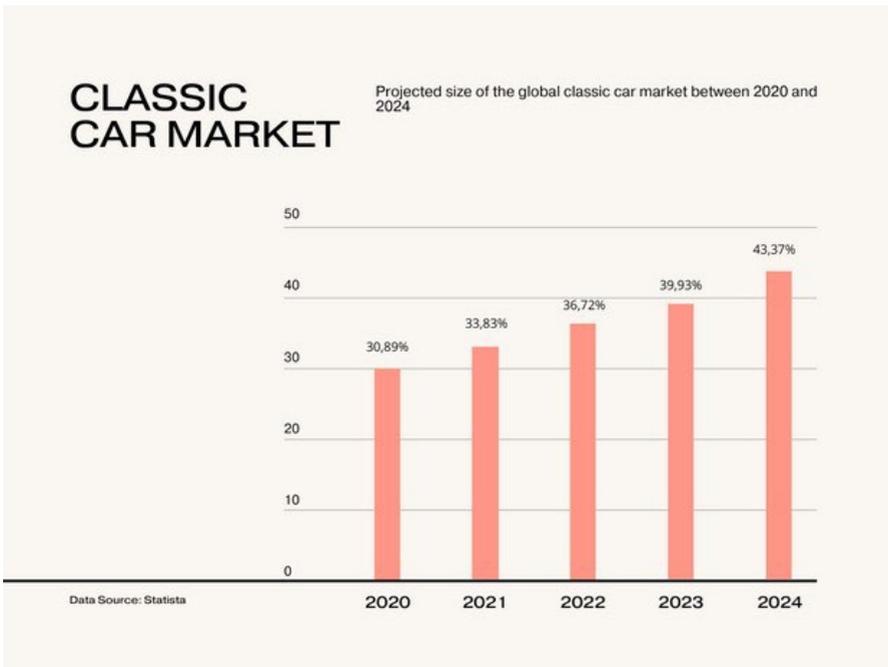
5

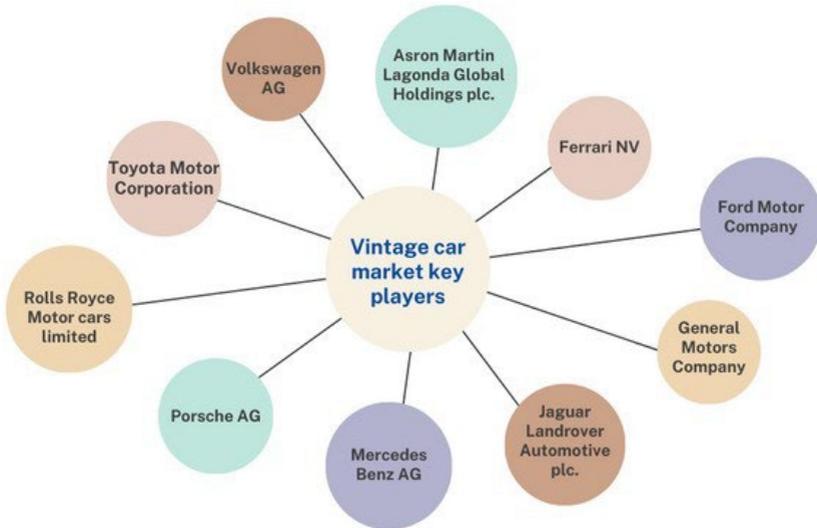


El mercado de coches de época es un vasto recurso con un importante potencial mundial para los aficionados, así como para quienes invierten en turismo, cultura y conservación del patrimonio industrial.



Este mercado experimenta un crecimiento continuo impulsado por una serie de factores, como el aumento de las inversiones de las grandes empresas, el interés por el patrimonio técnico y el placer que los aficionados obtienen del diseño vintage.





En Europa

Con un volumen total de 429.000 millones de euros en 2021, el mercado de coches usados en Europa es similar al de coches nuevos. En 2021 se venderán 32 millones de coches usados en Europa.

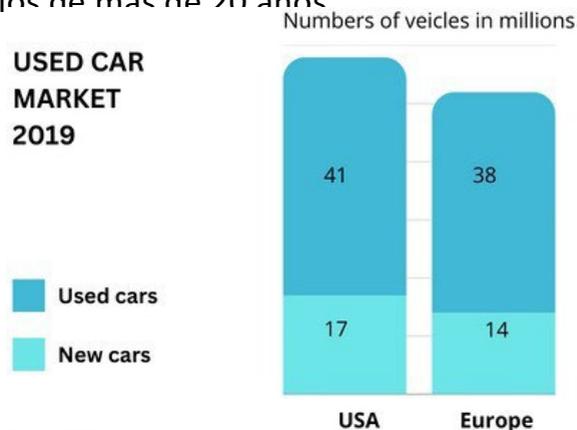
En Italia

Más del 25% del parque automovilístico está formado por coches de 20 años o más. Si tenemos en cuenta los que son realmente coches de época, la cifra sigue siendo significativa: más de 300.000 coches, el 7% del total de coches en circulación en Italia, repartidos uniformemente entre el Norte y el Sur, con un valor de 1.000 millones de euros.

103.900 millones de euros y un mercado colateral -que incluye seguros, eventos, servicios especializados, etc. - de 5.200 millones de euros anuales, lo que representa el 0,3% del PIB nacional.

En España

El mercado español de vehículos de ocasión se valoró en 37.060 millones de dólares en 2021, y se espera que alcance los 58.740 millones de dólares en 2027. En febrero de 2020, las matriculaciones de automóviles en España disminuyeron un 4,8% en comparación con 2021. Sin embargo, hubo un aumento del 17% en la demanda de vehículos de más de 20 años.



Este activo está especialmente infrautilizado para el turismo, mientras que los estudios demuestran que los propietarios y entusiastas de los coches de época son constantes y están dispuestos a vivir experiencias relacionadas con su pasión, como ferias y recorridos dedicados.

Numerosas son las iniciativas temáticas

en noviembre de 2019, Mercedes Benz organizó en Bombay (India) uno de los mayores rallies de coches de época del mundo. Pero no hace falta irse tan lejos para encontrar iniciativas valiosas. La Mille Miglia de Brescia, por ejemplo, representa un interesante escaparate para el sector, como iniciativa que se ha convertido en una referencia no solo para los aficionados, sino también en un acontecimiento cultural y popular, ganando reconocimiento más allá de las fronteras.

Además, gracias a las iniciativas de empresarios o asociaciones, se multiplican las ofertas que permiten visitar pueblos, ciudades o campos al ritmo de los coches que han marcado épocas recientes. Ya se trate del Loira, de la campaña del Chianti o de las callejuelas de Modica, cada vez más gente asocia el descubrimiento de destinos menos conocidos a medios de transporte que aportan a su viaje el sabor de tiempos pasados.

Un tema que actualmente está en el centro del debate público es la cuestión de la **sostenibilidad medioambiental**, especialmente cuando se trata del sector del automóvil. Para los propietarios de coches de época, las emisiones y la eficiencia del combustible no suelen ser factores decisivos a la hora de elegir un vehículo. También es cierto que cada vez son más los aficionados a los coches de época que se interesan por llevar un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente, como puede leerse en el [Informe Footman James](#).

De hecho, según los datos facilitados por el informe, el 66% de los aficionados afirma estar preocupado en cierta medida por el cambio climático, y el 77% cree que contribuye de algún modo a combatir sus efectos. Con este fin, el 40% ha recurrido a la compensación de emisiones de carbono en el pasado, mientras que el 52% de los aficionados consideraría la posibilidad de contribuir a un programa bien establecido para compensar las emisiones de su clásico.



Muchos fabricantes de automóviles sostienen que los coches antiguos son perjudiciales para el medio ambiente debido a su escaso ahorro de combustible y a sus mayores emisiones. Sin embargo, la mayoría de estos vehículos no circulan con regularidad ni lo suficiente como para tener un impacto local significativo. Y, aparentemente, la huella de carbono de producir un coche nuevo supera con creces el impacto de mantener un coche mucho más antiguo.

El Departamento de Energía de EE.UU. calcula que se necesitan 31.362 BTU de energía por libra para producir un vehículo nuevo: el equivalente a casi 1.000 galones de gasolina, sólo para fabricar un coche nuevo.

Al comprar un coche antiguo, la única energía implicada está en el transporte y el mantenimiento/repación, y pueden pasar años hasta que tenga el mismo impacto que la producción de coches nuevos.

Sin duda es un tema complejo, pero si la atención se desplaza del "qué" al "cómo", se pueden encontrar buenas prácticas sin renunciar a las propias pasiones.



Entre ellas, destaca la idea de conectar estratégicamente el patrimonio automovilístico con el de los emplazamientos industriales clausurados. En la actualidad, las acciones de promoción de coches de época vinculadas al turismo industrial siguen estando infravaloradas. Se trata de un nicho de viajes en expansión, que se está convirtiendo en una parte cada vez más importante del mercado del turismo cultural. Las minas, las fábricas, los antiguos emplazamientos artesanales son testimonios de un pasado reciente que desaparece rápidamente, pero que, con intervenciones previsoras de inversores privados y públicos, pueden convertirse en lugares de agregación, centros museísticos, espacios multifuncionales

y destinos para viajeros que buscan escapar del turismo de masas.

Considerando especialmente el valor histórico que representa el patrimonio automovilístico de los coches de época, una historia de acero y diseño, de revoluciones tecnológicas, una de las formas más infravaloradas de promover el sector es vincularlo al turismo patrimonial, incluyendo el patrimonio industrial, minas, fábricas, plantas, etc., testigos de un pasado reciente que está desapareciendo rápidamente. Una estrategia ventajosa para todos, ya que al tiempo que apoya a zonas a menudo abandonadas y económicamente deprimidas tras su desmantelamiento, puede transformar los vehículos viejos de un problema en una herramienta de crecimiento económico.

Ya hay ejemplos a seguir. Algunos museos británicos, explotaciones mineras abandonadas y reconvertidas en centros museísticos, han organizado ferias de vehículos antiguos para atraer a curiosos y aficionados. El más conocido es el Museo Nacional de la Minería del Carbón de Inglaterra, en Overton.



NATIONAL COAL MINING MUSEUM

Antes del advenimiento de la era digital, la mecánica, desde las excavadoras a las cadenas de montaje, pasando por los automóviles, era el sector emblemático de la producción industrial y daba empleo a una parte importante de la mano de obra de nuestros países. Según los organizadores de estos eventos, a menudo es el antiguo empleado de estos lugares, el obrero, el ingeniero, quien asocia su pasión por los automóviles al amor por la historia de la que se siente parte. Pero incluso para quienes no fueron testigos directos de aquellas épocas, el valor simbólico es evidente, y el encanto que ejercen aquellos coches icónicos y aquel mundo sigue siendo innegable.

En definitiva, no es difícil encontrar convergencias entre estos dos mundos del pasado reciente que, valorados en el tiempo presente, pueden expresar un gran potencial como vectores de desarrollo sostenible.

Son capaces de utilizar cuidadosamente los entornos y los recursos en la perspectiva del ahorro, la reutilización y la mejora de lo que se considera

anticuado.



CONCLUSIÓN

El proyecto Cool Classic Cars, a través de este manual y otras herramientas educativas disponibles en www.coolclassiccars.info pretende sacar a la luz las conexiones entre las tecnologías del siglo XX, las prácticas recreativas sostenibles y la conciencia medioambiental en el turismo.

El proyecto Cool Classic Cars, que reconoce el importante impacto de la industria turística en las emisiones de gases de efecto invernadero, pretende proponer nuevos enfoques para mitigar las repercusiones negativas promoviendo alternativas que favorezcan las experiencias sostenibles y respetuosas con la comunidad frente al turismo de masas.

Especialmente en el último capítulo, el manual expone las posibilidades sin explotar del mercado de coches clásicos para el turismo. Con su considerable tamaño de mercado mundial, el sector de los coches clásicos, si se vincula estratégicamente a la gestión y valorización de zonas industriales abandonadas, promete ser una herramienta de desarrollo económico. La hábil vinculación del patrimonio automovilístico e industrial beneficia a zonas a menudo abandonadas y económicamente deprimidas, al tiempo que transforma los coches clásicos de

CONCLUSIÓN

un potencial problema medioambiental en un catalizador del desarrollo sostenible.

CONCLUSIÓN

Para concluir, el proyecto Cool Classic Cars quiere apoyar un cambio de paradigma en el turismo, instando a las partes interesadas a favorecer opciones sostenibles, realzar el patrimonio cultural y explotar el potencial de los coches clásicos y los emplazamientos industriales.

