

Un giovane uomo, in un pomeriggio di marzo, nel 1995, prende un vaporetto e poi un autobus, lascia la laguna veneziana guardando al di là delle torri del petrolchimico di Marghera, dove il cielo si estingue perduto in lontananza e sembra non esistano né cielo né mare. Il giovane uomo, spaventato da quella bellezza sorprendente, va in direzione opposta e gusta ogni metro di terraferma, di asfalto. Scende alla fermata distante un centinaio di metri da un concessionario d'auto; non c'è il marciapiede, ma un palo infilzato nella terra sterile e, attaccato al palo, un foglio con gli orari scoloriti e illeggibili.

Il giovane uomo segue la freccia che indica l'ingresso e gli orari di apertura, fissa il grande cartello LA VETRINA DELL'USATO, ovvero auto esposte in mezzo a erbacce sorte negli interstizi del bitume sbrecciato. Il sole di marzo colpisce le schede tecniche – anno di immatricolazione, cilindrata, alimentazione, chilometri percorsi, optional – adagiate sui cruscotti, i parabrezza rilasciano effetti contraddittori, e avvicinandosi è possibile scorgervi riflessi rami, lampioni, nuvole, e sembra di ascoltare echi, brani intermittenti, dichiarazioni frammentarie di venditori, di ciò che il tempo ha smentito. Poco oltre le frecce ASSISTENZA, OFFICINA, RICAMBI, esistono davvero i saloni delle auto nuove e perfette, nei quali la luce è uniforme e l'artificio domina la natura, e l'artificio è la natura; lì non stazionano esemplari con segni sulle portiere, graffi lungo le fiancate opera di qualche adolescente annoiato, o scalfitture sui paraurti, dettagli

che enfatizzano la distrazione dell'automobilista, la volontà distruttiva e autodistruttiva dell'essere umano. Dentro i saloni, il giovane uomo aspira l'aroma dell'invenduto carico di promesse, di nuovi incontri e lunghi viaggi, o di semplici tragitti provinciali e interregionali, trasformati in momenti unici, eccitanti, ai quali è difficile smettere di credere.

*L'odore del nuovo*, che il giovane uomo sente vicino in quel pomeriggio di marzo – tanto da identificarlo con qualcosa di intimo, con una parte di sé –, è la risultanza di studi in laboratorio. Acquistare un'auto nuova significa comprare anche la fugacità dell'odore che dura poche settimane: quante auto, con l'odore del nuovo, si acquistano in una vita? Ogni componente dell'auto è stata trattata in fabbrica durante la fase di assemblaggio, in modo che il giovane uomo, al momento dell'acquisto, potesse ritrovare qualcosa di incontaminato: l'invenzione di un odore o, addirittura, di un profumo, un profumo creato da uomini chiusi in stabilimenti edificati accanto a svincoli autostradali, uomini in camice bianco con il logo automobilistico impresso sopra il cuore; questi uomini in camice bianco centellinano cinquanta elementi senza che nessun componente prevalga sull'altro, creano ciò che, in modo invisibile, unisce collanti, solventi, vernici, gomme, plastiche, cere, resine sintetiche: un odore che, seppure replicabile, nella realtà diventa un istante preciso, l'istante in cui, nel marzo 1995, il giovane uomo entra nell'auto. Così, quasi infastidito dalla parlantina del venditore, si adagia sul sedile avvolgente di una berlina tedesca, e da vinto, come un re deposto che allunga le braccia verso se stesso trasformato in suddito bambino, stringe il volante.