

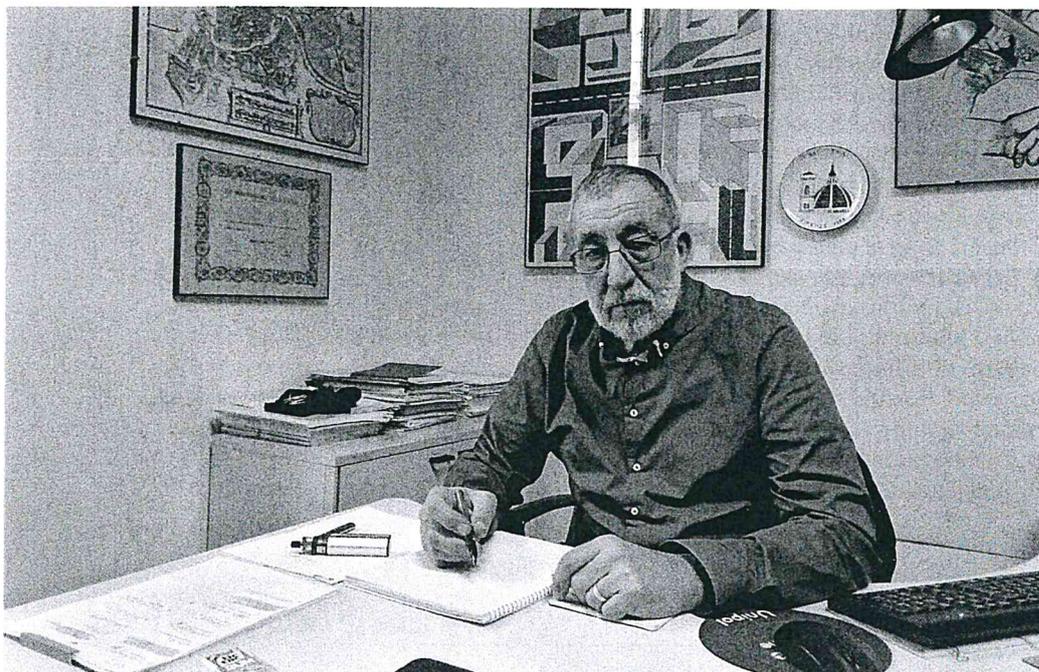
## DISTRIBUTORI E AUTOLAVAGGI: SERVONO STRUMENTI PER CONSENTIRE LORO DI OPERARE CON PROFITTO SUL MERCATO

*In entrambi i casi le imprese si confrontano con problematiche che rischiano di compromettere la loro possibilità di garantirsi la necessaria remuneratività. Ne abbiamo parlato con Giuseppe Sperduto, presidente di Assolavaggist e vice presidente di Fiab.*

Quando lo contattiamo per intervistarlo nella sua duplice veste di presidente Assolavaggist e di Vice presidente di Faib in modo da fare il punto su alcune delle questioni che più di altre stanno mettendo a dura prova gli operatori della distribuzione carburante e anche del settore autolavaggio, Giuseppe Sperduto esordisce prendendo le mosse dalla questione forse più spinosa: quella delle commissioni sui pagamenti elettronici. Un tema caldo che, però, è solo una delle sfide con le quali devono confrontarsi le attività che gestiscono un impianto di autolavaggio a sé stante o inserito in un distributore di carburante. In questo caso il crescente apprezzamento dimostrato dagli automobilisti per il lavaggio professionale ha favorito la nascita

di attività che non sempre rispettano alla lettera tutte le normative vigenti. Questo insieme alla difficoltà con cui gli enti preposti riescono a garantire controlli capillari e continuativi porta alla creazione di un mercato dove chi investe per dotarsi di strutture e impianti a norma si trova a competere con strutture che, non avendo sostenuto questi costi, possono proporre il servizio a un prezzo tanto basso da essere per loro insostenibile. Con tutto quello che questa situazione comporta sulla redditività media degli impianti a norma.

**Partiamo dalle trattative con il Ministero che da tempo vedono impegnate le associazioni di categoria sul tema delle commissioni sui**



### **pagamenti elettronici. A che punto siamo?**

Il tema cruciale dell'abbattimento dei costi della monetica è stato al centro di un incontro presso il Ministero dello Sviluppo Economico che si è svolto lo scorso 5 marzo. Si tratta di una questione fondamentale per i gestori delle stazioni di servizio che, a seguito dell'entrata in vigore dell'obbligo di emissione di fattura elettronica, si trovano a dover fronteggiare un'impennata dei costi legati alle commissioni da pagare per i pagamenti elettronici che sta mettendo a rischio non solo la redditività, ma anche la stessa sopravvivenza di molte aziende. Tenga conto che questo è un mercato dove un gestore guadagna mediamente 3 centesimi a litro, perché le accise incidono per il 67% dell'importo e il resto è costo industriale. È quasi superfluo osservare che con 3 centesimi non si sopravvive. L'obbligatorietà della fattura elettronica e, con essa, dell'uso della moneta elettronica ha il pregio di ridurre l'incidenza di abusi, come un uso non corretto della scheda carburanti, e soprattutto contribuisce a limitare la quantità di contante presente nelle stazioni di servizio. Ne consegue che in prospettiva nella percezione della criminalità organizzata queste strutture dovrebbero perdere sempre di più la connotazione di "bancomat a cielo aperto" e di conseguenza essere meno esposte al rischio di rapina. Purtroppo, come abbiamo evidenziato ancora una volta nell'ambito dell'incontro svoltosi a inizio marzo al Ministero di economia e finanza, i costi bancari legati a questo spostamento dei pagamenti rischiano di essere insostenibili. Tanto più che, nonostante le smentite successive, è un fatto che alcuni istituti di credito hanno colto la ventilata possibilità del credito d'imposta per elevare le commissioni per i pagamenti con carte di credito. Per questo nell'ambito dell'incontro al Mef abbiamo rinnovato la richiesta di un intervento atto a ridurre l'impatto di questi costi. Come è noto, lo sconto fiscale dei costi della monetica che ci era stato inizialmente promesso è stato in parte smentito da un'interpretazione dell'Agenzia delle Entrate dello scorso gennaio, che ha stabilito che il rimborso può essere calcolato soltanto sulle transazioni effettuate da clienti titolari di partita Iva. Un'altra promessa che ci era stata fatta era che l'abbattimento sarebbe entrato in vigore anche per il periodo compreso tra luglio, mese in cui era inizialmente previsto



l'entrata in vigore dell'obbligo di fattura elettronica, e dicembre 2018. Di fatto, però, questa opzione non era mai stata resa attuabile. Inoltre, la nuova promessa era di partire dal gennaio di quest'anno, ma solo per una parte del 50% della spesa. Al momento siamo ancora in attesa dell'emendamento promesso. Ribadisco che per noi la questione è cruciale, perché in gioco è la sopravvivenza delle stazioni di servizio e senza risposte procederemo applicando la norma già approvata, facendo ricorso al credito.

**Proprio per cercare di rendere più profittevoli molte stazioni di servizio hanno inserito anche attività "non oil", come il servizio bar o l'autolavaggio che è presente nel 60% delle strutture...**

L'obiettivo è duplice; creare i presupposti per migliorare il conto economico del distributore, ma anche ampliare la gamma dei servizi offerti alla clientela. In Italia l'autolavaggio comincia a diffondersi negli anni 80 quando le stazioni di servizio cominciano ad inserirlo proprio come servizio aggiuntivo al cliente. Di recente si è innescato un processo che ha indotto molte attività a cercare di compensare i mancati introiti del carburante con una parte degli utili garantiti dall'autolavaggio. Anche l'inserimento del Bar è sempre più frequente, ma diventa interessante soprattutto se l'attività viene supportata da servizi come il pagamento delle bollette, la vendita di tabacchi o altro.

**Tra i soci di Assolavaggesti quanti sono i distributori con area dedicata al car wash?**  
 Direi che rappresentano tra il 60 e il 65% del totale. A spingere i gestori a dotarsi di questo servizio contribuisce anche il crescente apprezzamento per il lavaggio professionale al quale sempre di più viene garantito il merito di assicurare un maggiore rispetto del veicolo e risultati nettamente superiori a quelli offerti dal lavaggio casalingo. Oggi il lavagista che vuole provare a fidelizzare la propria clientela deve soprattutto fare in modo di farsi riconoscere come un professionista in grado di offrire un servizio di qualità. Sulla carta sembra facile. In realtà anche in questo ambito la questione costi emerge in tutta la sua crucialità. Perché per il gestore di un lavaggio fatto con professionalità, usando prodotti di qualità, mettendo a disposizione personale all'altezza del servizio ha dei costi che gli impediscono di offrire la prestazione a prezzi bassi con realtà che quantomeno accettano qualche compromesso in più sul fronte della qualità. E questo è un handicap difficile da superare, se si considera che, come è ovvio, l'automobilista tiene conto anche del prezzo. Soprattutto quando si registrano promozioni e ribassi che inducono il cliente a formarsi un'erata percezione del prezzo corretto. Per non parlare del fenomeno degli autolavag-

gi, per così dire, artigianali che già da alcuni anni ha preso piede nelle regioni del Sud e Centro Italia e si sta diffondendo a macchia d'olio. Tanto che sta cominciando a diventare evidente anche nel Nord Italia. Tenga conto che già nel 2013 avevo lamentato il fatto che in una sola circoscrizione di Roma erano ben 98 i laboratori di lavaggio attivi. Da allora la situazione è solo peggiorata.

La conseguenza di tutto questo è che, per restare ad Assolavaggesti, la percentuale delle strutture è rimasta stabile, ma si assiste a una progressiva diminuzione della redditività che ormai è prossima al livello di guardia per effetto della pressione sui prezzi. Tenendo conto di tutti i costi legati alla gestione di un'attività di autolavaggio – personale assunto regolarmente, prodotti di qualità che soddisfano i dettami delle normative in tema di salvaguardia della salute dei dipendenti e dei clienti e della tutela dell'ambiente - il prezzo di listino di un lavaggio auto dovrebbe attestarsi intorno ai 13/15 euro su Roma e tra i 18 e 20 euro sulla piazza di Milano. Sotto questo profilo la domanda da porsi è: tutti gli autolavaggi offrono le stesse garanzie e sono rispettosi delle normative vigenti? E nel farla, penso ai tanti lavaggi artigianali, ma non solo.

## Che cosa intende quando parla di attività artigianali?

Si tratta fondamentalmente di autolavaggi o laboratori del lavaggio che aprono in palazzi residenziali o commerciali dove vanno ad occupare spazi precedentemente occupati da negozi che hanno cessato l'attività. Si tratta di attività di lavaggio a mano che molto spesso ottemperano agli adempimenti di legge previsti con semplici autocertificazioni, ad esempio, di uso di depuratori che scaricano nelle condutture comunali, considerate sufficienti per questo tipo di attività. Le informazioni in nostro possesso, ma basta leggere le notizie di stampa sui tanti sequestri effettuati, ci autorizzano a sollevare ben più di un dubbio sul fatto che gli obblighi di legge siano stati rispettati. In molti casi, come emerge anche dai pochi controlli effettuati dalle autorità competenti, i prodotti usati non sono ben identificati e il loro impatto ambientale è quantomeno incerto. Prima di proseguire, però, voglio sgombrare il campo su un fatto: la mia posizione non è di ostilità per partito

cc Foto Henry



preso a queste attività. Più semplicemente la questione che voglio sollevare è che il diritto di stare sul mercato dovrebbe essere riconosciuto solo alle attività che agiscono nella correttezza e quindi pagano le tasse, rispettano le norme sull'ambiente, assumono i propri dipendenti, ecc. Soltanto in questo modo infatti è possibile creare un mercato sano dove le aziende si confrontano ad armi pari. La mia presa di posizione mira a ottenere che l'attività di controllo a cui sono doverosamente soggette le nostre aziende venga estesa in modo altrettanto puntuale e continuo anche ai lavaggi artigianali.

### **Scusi, ma per aprire non hanno bisogno di un'autorizzazione dalle autorità competenti?**

Il problema di fondo è che a differenza di quello che succede per le attività di autolavaggio o per i distributori di carburante che inseriscono anche l'autolavaggio, chi decide di avviare un'attività di autolavaggio a mano nella stragrande maggioranza di casi si limita semplicemente ad inoltrare una SCIA - Segnalazione Certificata di Inizio Attività. In questo modo può avviare l'attività dalla data di presentazione della segnalazione, senza dover attendere le verifiche e controlli preliminari da parte dell'amministrazione competente. Non solo, per il principio del silenzio assenso la mancata risposta dell'amministrazione competente entro 30 giorni dall'inoltro della domanda, ha valore di provvedimento di accoglimento della stessa. Accoglimento che, quindi, avviene senza alcun controllo preventivo.

Come associazione siamo impegnati a sensibilizzare chi di dovere sul fatto che queste attività hanno indubbiamente tutto il diritto di esistere e di provare a prosperare, ma solo a condizione che adempiano a tutti gli obblighi, da quelli fiscali a quelli legati alla salvaguardia dell'ambiente, a cui sono soggette le nostre attività di autolavaggio. Nonostante tutte le nostre rimostranze, devo dire che, purtroppo, le uniche attività per le quali sono stati adottati provvedimenti restrittivi sono quelle che non avevano regolarizzato il personale. Proprio in queste settimane ho avuto modo di vedere la pubblicità di uno di questi laboratori. Il lavaggio a mano veniva proposto in promozione al prezzo di 5 euro comprensivi di un caffè e di un alberello profumato. E, nel caso questo non bastasse a convincere l'automobilista, veniva promesso



che la macchina sarebbe stata restituita lavata in 20 minuti, grazie al servizio offerto da uno staff composto da otto persone. Tenendo conto dello stipendio medio che un autolavaggio normalmente riconosce a un dipendente regolarmente assunto, basta un rapido calcolo per capire che per essere remunerativa un'attività di questo tipo dovrebbe richiamare e servire tanti clienti da bloccare tutta una circoscrizione con la fila di veicoli in entrata!

A onor del vero anche quando viene applicato il prezzo pieno, che in media è pari a 10 euro, i dubbi restano. Come abbiamo evidenziato in diverse occasioni ad alcune municipalizzate tra cui Acea, ci risulta che la stragrande maggioranza di queste attività non utilizza acqua di pozzo, come da obbligo, ma acqua corrente. Un nostro impianto di autolavaggio utilizza, invece, solo acqua di pozzo che dopo l'uso viene raccolta, depurata e riutilizzata nelle fasi iniziali del lavaggio, come l'insaponatura. Questo consente di limitare l'uso di nuova acqua di pozzo al solo risciacquo. Non solo, la zona di lavaggio deve essere delimitata e circoscritta in modo da evitare che le acque usate per il lavaggio auto fuoriescano. Misure come questa servono a impedire che acque non depurate vengano immesse nel collettore. Come affrontano, invece, la gestione delle acque in questi lavaggi artigianali? Sappiamo che molte di queste attività dichiarano di essere dotate di impianti di depurazione, ma alla prova dei fatti spesso questi impianti si rivelano essere, lo dico a titolo esemplificativo e per dare un'idea, i classici

robottini per la pulizia delle piscine. Niente a che vedere con i nostri impianti di depurazione che sono ben più complessi e, ad esempio, prevedono ben più costose vasche di decantazione con profondità e raggio predefinito dalla norma. I fanghi che in esse si accumulano devono obbligatoriamente essere smaltiti – ribadisco ancora una volta ottemperando alle disposizioni di legge - almeno una volta l'anno. Il rispetto di questo solo adempimento ha un costo non indifferente: parliamo di cifre che, in base alla quantità dei lavaggi effettuati, possono andare dai 3 ai 6 mila euro. Tra le irregolarità che si riscontrano di frequente figurano anche quelle legate alla sicurezza. Un tipico esempio è la presenza nei locali utilizzati per il lavaggio da questi laboratori di lavaggio di prese interbloccanti per gli aspiratori. E questo sarebbe in palese inosservanza di quanto disposto dalla legge sulla sicurezza del lavoro.

Gli enti preposti appaiono in difficoltà nel garantire un controllo a tappeto delle attività. Per questo abbiamo fatto un intervento sulla Regione Lazio, ad esempio, in cui chiedevamo di bloccare i rilasci delle autorizzazioni e di subordinarle a un controllo preventivo dell'attività. Controllo che per le attività esistenti potrebbe essere previsto una volta che scatta il rinnovo. Per quanto ci riguarda, la complessità con cui ci scontriamo nasce dal fatto che i nostri interlocutori operano a livello regionale, provinciale o addirittura comunale come nel caso delle municipalizzate.

**Proprio per sostenere le attività di autolavaggio i produttori di impianti per car wash da qualche tempo propongono soluzioni come le App con le quali fidelizzare il cliente.**



### **Pensa siano utili?**

Sono indubbiamente utili. Il tema è che occorre fare in modo di non dequalificare il servizio come sta avvenendo. Anzi, la sfida è garantire qualità al servizio che si offre in modo da portare il cliente a non ragionare esclusivamente sul prezzo. Sui lavaggi selfizzati gli accettatori che possono gestire carta moneta e anche schede e chiavette prepagate sono sicuramente uno strumento che aiuta a fidelizzare il cliente che paga anticipatamente un certo numero di lavaggi ricevendo in cambio un lavaggio omaggio o altri benefit. Al di là degli strumenti, quello che mi preme sottolineare, però, è che a qualificare l'attività di autolavaggio sono il servizio, l'utilizzo esclusivo di prodotti accompagnati da esaustive schede tecniche e la professionalità del personale. Penso ad esempio alla sanificazione dei veicoli, alla pulizia delle tappezzerie, in alcuni casi alla rigenerazione delle stesse usurate, alla lucidatura dei fari, ect. Non bisogna dimenticare che quando si entra nella macchina del cliente è come se si andasse in casa del cliente.

