



# VIETATO CHIAMARLI VELOTAXI

La burocrazia soffocante, una corporazione e le mille leggi italiane impediscono la nascita di un veicolo pubblicitario ecologico e divertente. Ideale per le aree pedonali

di PAOLO STEFANATO

## PEDALA, UOMO SANDWICH. MA DA NOI NO

Portano passeggeri, non inquinano e fanno pubblicità. All'estero i ragazzi che li guidano, pagano 10 euro per noleggiarli e si tengono mance e prezzo delle corse. Peccato che da noi tutto ciò sia vietatissimo.

L'immagine dell'Italia insensibile allo sviluppo e soffocata dalla burocrazia trova amare, costanti conferme. Mettere insieme l'idea di un'attività innovativa, ecologica, economica, utile, creatrice di lavoro, non basta. Anche se a parole la politica è indirizzata con tutte le sue forze ad accelerare la ripresa e a deforestare l'ammasso di norme che la frenano. A parole. Nella pratica vince ancora l'ottusità burocratica, il principio del non-fare e del nascondersi dietro normative che chiamare incongrue pecca per difetto. Merita di essere raccontata la storia dei *velotaxi*, quei tricicli a pedale simili a dei risciò che in tutte le grandi città del mondo trasportano soprattutto turisti, ma che in Italia non riescono a decollare. Qui da cinque anni un imprenditore pubblicitario di lunga esperienza, Gianluigi Barone, sta cercando di superare gli ostacoli e di ottenere le autorizzazioni per svolgere questa

attività secondo principi d'impresa e di buon senso. Barone ha chiamato i suoi mezzi e la sua società Ri-Show, sfruttando il gioco di fonìa e di significato. Li ha scoperti a Berlino cinque anni fa e ha pensato di farli diventare anche in Italia un mezzo pubblico di trasporto e, insieme, un nuovo mezzo pubblicitario. Per ora non ci è riuscito, ma non demorde. Intanto utilizza i suoi mezzi, una quindicina, ma con modalità tali che non permettono al servizio di svilupparsi secondo le sue potenzialità. Nonostante l'ultima versione del Codice della Strada abbia aperto ai tricicli il noleggio con conducente, un decreto ministeriale del 2003 definisce infatti i "tricicli" come dei veicoli a motore.

La parola triciclo, legata al mondo dell'infanzia, non deve far pensare a mezzi antiquati: si tratta di veicoli stabili, aerodinamici, sicuri; vengono azionati da un pediatore che, nell'avvio e nelle salite viene "assistito" da un sistema elettrico alimentato a batteria. Dietro, due posti per i passeggeri. Si tratta di prodotti di buona tecnologia, che proprio per questo costano all'incirca 8 mila euro. Il sistema d'impresa, nelle 120 città di 90 Paesi in cui circola questo mezzo, funziona più o meno così: un'impresa pubblicitaria acquista una flotta di risciò e gestisce per i propri clienti i messaggi che questi vogliono diffondere. È un po' l'evoluzione dell'uomo-sandwich, o, se si preferisce, l'applicazione a un nuovo tipo di veicolo di quello che già avviene per tram, bus, metropolitane. I tricicli vengono poi affidati a "pedalatori" che assicurano la circolazione e la visibilità; questi pagano un noleggio molto basso alla società e trattengono in proprio il denaro dei clienti che accompagnano all'interno dei centri storici e, in particolare, nelle aree pedonali, dove sono trattati con tutti i diritti della bicicletta. Si formano così dei micro-imprenditori, uno per mezzo, che sono soprattutto studenti universitari, i quali in tutta trasparenza legale e tutelati dalle giuste assicurazioni, incassano tariffe e mance.

I numeri sono più o meno questi: 10 euro di "noleggio" al giorno, 2,5 euro di incasso per il primo chilometro, un euro per i chilometri successivi, otto ore di lavoro al giorno. Barone sta cercando da anni di ottenere le autorizzazioni per attivare an-

che a Milano e in altre città italiane questo modello d'impresa. Ma tutto si blocca sulla definizione di "tricyclo". Il nuovo Codice della Strada assimila i velocipedi alle biciclette, e dal luglio del 2010 li contempla tra i veicoli autorizzati al noleggio con conducente. La strada, a quel punto, sembrava spianata. Ma il ministero dei Trasporti, interpellato dal Comune di Milano e dallo stesso Barone, ha opposto il dettato del decreto ministeriale del 31 gennaio 2003, che definisce i tricicli come "veicoli a tre ruote simmetriche muniti di un motore con cilindrata superiore a 50 cm cubici se a combustione interna e/o aventi una velocità massima per costruzione superiore a 45 km/h. I veicoli in oggetto - precisa il ministero - sembrerebbero appartenere alla categoria dei velocipedi e come tali non rientrerebbero nella fattispecie dell'art. 85 del Codice della strada, quello che ammette il noleggio con conducente. «Le citate disposizioni di legge - precisa sempre il ministero - individuano dunque i due tipi di veicoli - velocipedi e tricicli - in modo puntuale, inequivocabile e non suscettibile di lettura estensiva mutuabile dal lessico comune o desumibile per via analogica da letteratura». In altre parole, che lo Zingarelli o il Devoto Oli smentiscano la definizione della legge, alla legge non interessa affatto.

Barone oggi possiede 15 Ri-Show ed è costretto a utilizzarli con modalità del tutto diverse, anche perché un'altra legge vieta di fare pubblicità per conto terzi sui velocipedi. Così la sua società li affitta, insieme all'insegna pubblicitaria che vi è applicata, a uno sponsor, il quale ne diventa titolare, paga le spese, il pedalatore, e svolge servizio di trasporto, che dev'essere gratuito. «Così è tutta un'altra cosa», ammette. «Si gravava lo sponsor di un'attività che non gli compete, fatta di richieste di autorizzazioni, documenti, dichiarazioni. Deve pagare direttamente i ragazzi ai quali è affidato il mezzo, ma per loro, compensati a giornata, manca l'incentivo del guadagno legato alla singola corsa, e quindi sono portati a far girare di meno il veicolo. E la pubblicità in questo modo è meno efficace e più cara».

A proposito di burocrazia, Barone elenca i documenti che il Comune di Milano richiede allo sponsor che sottoscrive il contratto di noleggio, per potergli dare l'autorizzazione all'attività e fargli pagare le tasse pubblicitarie: 1. Contratto di noleggio. 2. Richiesta di autorizzazione per l'esposizione di mezzi pubblicitari. 3. Dichiarazione di esposizione di mezzi pubblicitari. 4. Visura camerale antimafia. 5. Iscrizione alla Camera di commercio. 6. Fotocopia attribuzione della partita Iva. 7. Tre bozzetti di come sarà decorato il veicolo. 8. Fotocopia del legale rappresentante. 9. Delega alla società Ri-Show per poter presentare la necessaria documentazione. 10. Planimetria delle zone in cui circoleranno i veicoli.

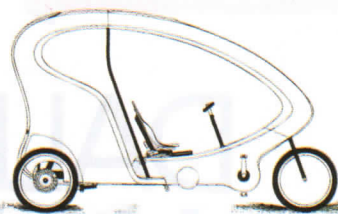
«Il Comune di Milano richiede almeno 30 giorni prima dell'uscita dei veicoli tutta la documentazione e la risposta - ironizza Barone - se si è fortunati arriva il giorno prima dell'evento. Nel frattempo occorre decorare i veicoli, trovare i pedalatori, organizzare le uscite...». Quesito banale: non esi-



1870



1910



2010...

steva addirittura un ministero della semplificazione? Non si doveva sburocratizzare, liberalizzare e facilitare l'apertura di nuove attività?

Ma non sono solo leggi e decreti a ostacolare la libera attività di un'impresa come questa, che in sé è minuscola e innovativa, e che quindi ha proprio le caratteristiche che si vogliono valorizzare se si punta a uno sviluppo diffuso. No: ci sono anche i regolamenti comunali, diversi da Comune a Comune. Per esempio quello di Firenze - riferisce Barone - limita a una superficie di 70 per 100 centimetri la decorazione del mezzo, la cui superficie totale è di 4 metri quadrati, sostenendo che altrimenti si inquinano visivamente il paesaggio e i monumenti. Quello di Verona non consente la pubblicità sulle biciclette (e la Ri-Show, per pubblicizzare una palestra, ha dipinto i mezzi con i colori del marchio senza scriverlo, ma trasferendolo sulle magliette indossate dai pedalatori).

Il Comune di Milano, che nel frattempo ha cambiato sindaco, maggioranza e sensibilità, ammette: «I nuovi mezzi c'interessano, ma a oggi le definizioni di legge ci impediscono di autorizzarli. Intendiamo inviare una lettera al ministero chiedendo di poter sperimentare ugualmente il servizio, anche perché la volontà della giunta è di allargare le attuali isole pedonali, e i velotaxi potrebbero essere veramente utili». Velotaxi? Guai chiamarli così, perché si potrebbero alimentare le guerre corporative dei taxisti, categoria particolarmente aggressiva, che già in qualche loro blog hanno cominciato a esprimere preoccupazione per la concorrenza che può derivare dalle bici a tre ruote.

Intanto da Berlino a New York, da Parigi a Copenhagen i tricicli dalle forme più ardite e originali girano tranquillamente, con soddisfazione di tutti: sponsor, pubblicità, pedalatori, utilizzatori finali, in gran parte turisti. Barone, con il macchinoso sistema oggi possibile, è comunque riuscito ad ammortizzare i suoi mezzi in un anno e mezzo. A regime, caduti (se cadranno) gli ostacoli, prevede di operare in nove città italiane, con 30 mezzi a Milano, 50 a Roma e 20 a Firenze e poi a Torino, Bologna, Napoli, Bari, Catania e Palermo. E a regime avranno un lavoro altrettanti pedalatori, con la Ri-Show che prevede di poter fatturare 7-800 mila euro all'anno. Barone è fiducioso di spuntarla. E già sta lavorando a un nuovo progetto: barche elettriche per valorizzare i Navigli. Ce la farà? ■

**DERIVA DAL VELOCIPEDE...**

...ma ha tre ruote e per la legge è un «veicolo a motore».



**NEI BLOG, LA POTENTE LOBBY DEI TASSISTI È SUL PIEDE DI GUERRA: HA PAURA DELLA CONCORRENZA DELLE BICI**