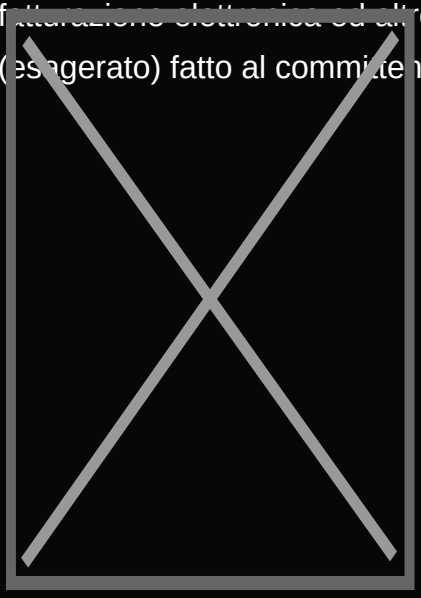
Buoni pasto: al bar servirebbe il doppio listino

buoni-pasto-88aa1566

L’ultima gara Consip per i buoni pasto dei dipendenti della pubblica amministrazione è stata aggiudicata con sconti rispetto al valore nominale che vanno dal 16,59% al 20,75% e con commissioni agli esercenti che variano dall’1,80% al 5,32%. Si tratta di commissioni virtuali, funzionali solo a portare a casa il “malloppo” da parte di questo o quell’emettitore perché anche un bambino capirebbe che un conto economico con uno sbilancio di quindici punti percentuali tra uscite (sconto a favore della stazione appaltante) ed entrate (commissione chiesta all’esercente) non sta in piedi. Ma allora come si risolve questa equazione impossibile? Attingendo dal credito che gli emettitori vantano sull’iva e dalle riserve assicurate dai buoni pasto scaduti, aumentando il contenzioso sui rimborsi, dilazionando ulteriormente il pagamento delle fatture, alzando il tetto della commissione sui buoni pasto di altre gare e, soprattutto, “inventando” servizi aggiuntivi per fare cassa. Ecco allora che insieme al convenzionamento per l’accettazione del proprio buono pasto l’emettitore offre il servizio di fatturazione elettronica ed altro ancora per generare le entrate necessarie a compensare lo sconto (esagerato) fatto al committente.

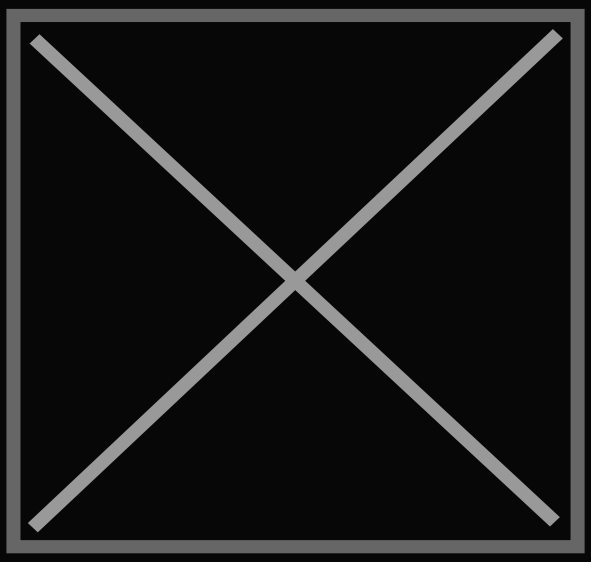


Si dirà ***“Ma i servizi aggiuntivi sono facoltativi e quindi l’esercente è libero di scegliere se accettarli o meno”***. Parole corrette solo sul piano formale perché la realtà che

conosciamo noi è completamente differente. I servizi aggiuntivi fanno parte di un unico pacchetto *chiavi in mano* la cui accettazione è la precondizione per ottenere il convenzionamento. Senza la loro sottoscrizione sfuma per l'esercente anche l'opportunità di poter contare sulle entrate generate da quella decina o centinaia di dipendenti che ogni giorno all'ora di pranzo gravitano intorno al suo locale. L'analisi della catena del valore del buono pasto offre spunti su cui riflettere. Abbiamo immaginato di consumare un panino e di confrontare il risultato economico nel caso di pagamento con buono pasto e di pagamento in contanti (v. grafico). Nel primo caso la perdita è di 0,16 euro, nel secondo il guadagno è di 0,14 euro. In definitiva tra l'incasso da buono pasto e quello in contanti c'è uno scostamento del 12% (0,30 euro su un valore di 2,50). Per mantenere invariato il guadagno il prezzo del panino acquistato con il buono pasto deve essere di 2,80 euro e non di 2,50 euro. Ed abbiamo volutamente trascurato il costo dovuto al supplemento di lavoro che la gestione dei buoni pasto richiede ad ogni impresa.

Proviamo a rispondere subito ad una domanda che immaginiamo ogni lettore voglia fare. ***"Se con i buoni pasto l'esercente ci perde perché li accetta?"*** Domanda legittima su cui si reggono i tanti luoghi comuni che alimentano il dibattito sui buoni pasto. In effetti ad una lettura superficiale il fenomeno risulta incomprensibile. Ma le ragioni di questa contraddizione possono essere molte. La prima, speriamo di non offendere nessuno, è che al bar non è frequente la disponibilità di una contabilità analitica di costi e ricavi e capita quindi di non avere immediata contezza del costo del buono pasto. La seconda ha a che fare con il sistema competitivo contraddistinto da decine di imprese che si contendono la stessa domanda. Il timore di perdere clienti, ancor prima del fatturato, è forte e spesso è alla base di decisioni all'apparenza irrazionali.

LA ''CATENA DEL VALORE'' DEL PANINO AL BAR



“Se non li prendo io, li prende qualcun altro”: questa è la risposta che sempre più spesso danno gli esercenti quando si chiede perché accettano i buoni pasto. In molti casi l’obiettivo principale è quello di ammortizzare i costi piuttosto che fare guadagni. Non proprio in linea con i canoni della corretta gestione economica ma è la realtà. Ma allora come si risolve il problema? La prima soluzione, di difficile realizzabilità, è che gli esercenti che operano sul medesimo mercato adottino un comportamento uniforme, ovvero rifiutino di convenzionarsi se le commissioni pagate sul buono pasto sono insostenibili come sempre più spesso avviene. Partendo dal presupposto che il pranzo è un bisogno reale non indotto dal possesso del buono pasto avremo come conseguenza che il lavoratore sceglierà di pagare *cash* il proprio pasto utilizzando i buoni per altri consumi, ad esempio per fare la spesa. La seconda soluzione, non irrealizzabile ma complicata per via di alcune clausole contrattuali che pure andrebbero interpretate, è che si adotti il doppio listino a seconda che il pagamento sia fatto in contanti o tramite buono pasto. Tuttavia, nei contratti tra emettitore ed esercente si trovano due clausole:

1) il rispetto del valore facciale del buono pasto;

2) l’applicazione del listino generale dei prezzi in vigore.

Sulla prima dobbiamo registrare un grande paradosso del modello italiano. L’esercente è il solo ad avere l’obbligo di legge al rispetto del valore facciale del buono pasto. Non deve rispettarlo la stazione appaltante e non deve rispettarlo l’emettitore che, insieme, attraverso la gara arrivano a svalutarlo anche del 20%. Di tre soggetti l’unico obbligato è quello che non partecipa alla gara. Stranezze del sistema e della legge. Sulla seconda è chiaro l’intento di evitare l’applicazione di un listino dedicato al buono pasto. Questa clausola contrattuale, a mio parere vessatoria ma senza la forza di legge della precedente, potrebbe essere superata con un listino generale che faccia esplicito riferimento al servizio del buono pasto come già avviene per il servizio al tavolo. In fondo la gestione dei buoni pasto implica costi aggiuntivi come accade per la gestione del servizio al tavolo. Soluzione tecnicamente semplice che tuttavia si troverà inevitabilmente a fare i conti con la reazione degli emettitori: soppressione, per inadempienza contrattuale, del convenzionamento. Ma se il buono pasto è un prodotto che, come qualsiasi altro prodotto, è sottoposto alle leggi del mercato occorre fare in modo che ciò valga lungo tutta la filiera e non fino a prima che esso venga speso. Resta evidente che l’obiettivo principale è di puntare alla eliminazione di qualsiasi vincolo contrattuale che impedisca di applicare anche al bar le leggi del mercato quando di mezzo ci sono i buoni pasto. È un obiettivo di sistema, non del singolo esercente, teso a dare all’impresa la possibilità di gestire il business come meglio crede senza che ci sia qualcuno che dall’esterno metta paletti. Sarà il bar a confrontarsi come meglio crede con i propri clienti anche accettando il rifiuto di frequentare un bar dove è in vigore un

doppio listino.

Questi ragionamenti sono tanto più attuali ora che è stato approvato un correttivo al codice degli appalti che, nella sostanza, suona così: ***“Lo sconto incondizionato all’esercente (leggi commissione) non potrà essere inferiore allo sconto fatto in gara alla stazione appaltante”***. Significa, tornando all’inizio di questo articolo, che ad uno sconto del 20,75% dovrà corrispondere non una commissione agli esercenti del 5,32% ma almeno del 20,75%. Questo riallineamento farà sparire le dilazioni nei pagamenti, le contestazioni delle fatture o i servizi aggiuntivi? Nessuno lo sa ma una cosa è certa: le commissioni medie sono destinate ad aumentare. Una ragione in più per liberare gli esercenti da vincoli contrattuali che impediscono di fare impresa in piena libertà e autonomia.