

di Giovanni Iozzia



IL FUTURO È SAFE & CLEAN

Christian, Andrea e Alessandro sono i fondatori di Wash Out, startup comprata di recente da Telepass che lava l'auto lì dove si trova, senza acqua e con prodotti ecologici. Oggi hanno iniziato a offrire anche servizi di sanificazione, ma i tre ragazzi stanno già pensando al prossimo step: fare piccoli interventi di riparazione senza che il proprietario debba portare il veicolo dal meccanico

Non so se oggi, quattro anni dopo e con un figlio, riavrei lo stesso coraggio.

Ci ho pensato molto questa estate", confida **Christian Padovan**, 32 anni, fondatore e ceo di **Wash Out**, la startup che lava l'auto senza acqua lì dove si trova e con materiali ecologici. "Nell'estate 2016 ero in call con l'India per fare la nostra prima app. Mi sembra preistoria". Poi nell'estate 2020 Wash Out viene acquisita dal gruppo Telepass e per Christian è l'inizio di una nuova storia. "La gente sopravvaluta

sempre quello che può fare in un anno e sottovaluta invece quello che può fare in più anni". Padovan cita Bill Gates che a sua volta si è ispirato al guru Anthony Robbins. "Ricordo che mi aspettavo di più nel primo anno e invece c'è voluto più tempo". Neanche tanto, però, per arrivare a una exit (la vendita della startup) in tempi da manuale. "Dall'interno hai una percezione dilatata del tempo e con gli altri del team iniziale fa un certo effetto trovarsi nella nuova situazione". Come ci sono arrivati i tre co-fondatori under 30 come

Nella foto in alto Christian Padovan, co-fondatore di Wash Out. Nella pagina a fianco, alcuni washer mentre puliscono le auto.

Christian, Andrea Galassi e Alessandro Morlin? Tutto è cominciato con la voglia di fare qualcosa di proprio. Padovan ha abbandonato giurisprudenza per fare il sales manager per un'industria dell'acciaio. Morlin si stava allenando per aprire il suo studio da commercialista. Galassi si trovava a Dubai per una società di consulenza. Agli amici raccontava una cosa che non aveva mai visto: sapete che qui lavano le auto

mentre sono parcheggiate nei garage dei grandi magazzini? Da lì si accende la lampadina. "Perché non portare un po' di innovazione nel settore dell'autolavaggio fermo da 50 anni? L'idea ci piace, ne parliamo e io a un certo punto dico: dobbiamo cominciare a farla. Io sono uno smanettone, uno pratico, mi piace lavorare sul prodotto. Così contatto un gruppo di ragazzi indiani per lo sviluppo della nostra prima app, il prototipo da testare sul mercato. La gente prenotava e io dovevo collegare manualmente i possibili washer. Per quasi un anno ho lavorato no stop, tranne il giorno di Ferragosto e di Natale. Facevamo tutto in tre, adesso siamo in 20". L'idea dell'autolavaggio comodo, veloce e sostenibile cominciava a prendere forma. Del resto, chi è che non vorrebbe evitare di andare in quei luoghi desolati e lontani dai centri abitati che sono gli autolavaggi tradizionali? Wash Out intercettava proprio questo bisogno: ha costruito una piattaforma digitale per mettere in contatto chi vuole soddisfarlo con chi può farlo e utilizza i prodotti ecologici di un'azienda italiana per la pulizia senza acqua. Si chiama **Mafra**, all'inizio aveva qualche dubbio ma ha fornito i prodotti necessari per cominciare. "Hanno creduto in noi e ora si sentono parte della crescita di Wash Out, che per loro è diventata un cliente importante". Wash Out è piaciuta subito. Nel 2018 ha vinto la prima edizione di B Heroes, la docu-serie ideata da Fabio Cannavale e in onda su SkyUno, ottenendo 800mila



83

WASH OUT • PADOVAN

euro e il primo incontro con Telepass. Da quel momento la pellicola accelera: il servizio entra nell'offerta di TelepassPay, Telepass nel 2019 partecipa al round che porta un altro milione e un anno dopo decide di acquisire la startup. Che è ancora una piccola startup (circa 60mila lavaggi nel 2019 per 1 milione di fatturato, più di 100 washer in cinque città), ma con un tasso di crescita e prospettive di sviluppo interessanti: nel 2020 i lavaggi saranno il doppio, nonostante il lockdown che, anzi, ha confermato le potenzialità dell'impresa: Wash Out ha pivotato, come di dice in gergo, verso la sanificazione dei veicoli, rafforzando la sua capacità di presa sul mondo business

(flotte aziendali, trasporti). "I nostri clienti business, all'inizio soprattutto concessionari auto, vedevano solo il vantaggio logistico: non dovevano più spostare le auto per averle pulite", spiega Padovan. "Dopo sono cresciute la sensibilità e l'attenzione per la sostenibilità". Secondo una ricerca dell'Università Ca' Foscari di Venezia, l'uso di Wash Out nel 2019 ha fatto risparmiare 51 metri cubi di acqua e circa 5.100 chili di anidride carbonica perché sono stati evitati 35mila chilometri per gli spostamenti da casa o lavoro verso un autolavaggio. Con questo impatto ambientale e, adesso, con l'igienizzazione Wash Out rientra perfettamente nella

strategia safe & clean di Telepass, cioè la mobilità sicura e sostenibile. "L'abbiamo proposta anche ai privati. In autunno vedremo come andrà la domanda e quale sarà la frequenza del servizio". Per Padovan, da fondatore e ceo, e per Wash Out, da startup parte di un'azienda che fattura oltre 220 milioni di euro ed è stata valutata 2 miliardi, è cominciata una nuova avventura. L'autolavaggio è un servizio semplice che potrebbe essere replicato. "Certo, ma siamo gli unici ad avere avuto una capacità finanziaria e organizzativa per essere un'impresa con una struttura resiliente". I washer sono come i rider del food delivery? "No, c'è una professionalità diversa. Pur essendo lavoratori autonomi, ricevono una formazione e chi di solito comincia lo fa per un lungo periodo. E poi non ci fermeremo solo alla pulizia dell'auto", anticipa Padovan: "Andremo verso il mondo della cura dell'auto,

oltre l'ambito delle pulizie che comunque resteranno il nostro core business. I servizi aumenteranno con l'obiettivo di rendere più semplice la vita dell'automobilista. Abbiamo il vantaggio di arrivare alle auto dei clienti, di toccarle e quindi di poter fare piccoli interventi di manutenzione o riparazione. Obiettivo: far risparmiare tempo". Perché portare l'auto dal meccanico (e aspettare che vi conceda la sua attenzione) per sostituire una lampadina quando può venire qualcuno a farlo lì dove l'auto si trova? E magari senza che sia necessaria la vostra presenza? "Faremo dei test e vedremo quali servizi funzioneranno meglio". Una corsetta appena possibile per liberare la mente e il poco tempo libero per il figlio di due anni, Padovan adesso ha davanti a sé una sfida: rimanere un founder, conservare la mentalità dello startupper dentro una grande azienda. "Ho tanto da apprendere, ma mi è stato anche chiesto di non cambiare troppo".