



RIVISTA DI LAVANDERIA INDUSTRIALE E PULITURA A SECCO
THE INDUSTRIAL LAUNDRY AND DRY-CLEANING MAGAZINE



DETERGO

#6

SINCE 1952

Giugno . June 2026



www.depurpadana.com



IMPIANTI DI DEPURAZIONE PER LAVANDERIE INDUSTRIALI

Expertise, since 1972.



Nuova installazione
presso



PEDERSOLI
MILANO

MANIFESTAZIONI EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026. Il mondo laundry cambia passo
EXHIBITIONS EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026. Where the future of laundry begins

LAVORO&IMPRESA Dalla tradizione all'innovazione, la rivoluzione industriale della lavanderia
CLEAN CENTER di Piacenza
WORK&BUSINESS CLEAN CENTER laundry Piacenza: leading the industrial shift from tradition
to innovation

REPORTAGE Self-service, quali le traiettorie del cambiamento? Self-service laundries, what are
the paths to change?

COVER STORY

DEPUR PADANA ACQUE, quarant'anni di
innovazione nella depurazione: il caso della
lavanderia PEDERSOLI MILANO

DEPUR PADANA ACQUE, forty years of
innovation in wastewater treatment.
Case study: PEDERSOLI MILANO laundry



KONA

LAUNDRY SOFTWARE

Ogni capo
ha la sua storia.
Mistral la conosce
a memoria.

Il **gestionale** più diffuso in Italia
per lavanderie industriali, con
tecnologia **RFID** chiavi in mano.



Laundry tag, hardware e software. **Un unico fornitore per tutto il progetto RFID**, dallo studio di fattibilità al go-live. Tracciabilità capo per capo su biancheria piana ospedaliera, horeca, divise e abbigliamento professionale.



+25

Anni di esperienza

1.000+

Utenti al giorno

500+

Moduli integrati

Gestione dotazioni e giri

Controllo costi industriali

App mobili per clienti e agenti

Fatturazione elettronica

Controllo consegne e bolle

Automazione linee di stiro

Viale Amendola 47
Castel S. Giovanni (PC)

0523.1885887
mistral@kona.it

WWW.KONA.IT



PAROTEX

FINEST TEXTILES MANUFACTURING FOR
HOSPITALITY AND INDUSTRIAL LAUNDRIES.
DESIGNED IN ITALY, BUILT TO LAST.



www.parotex.it

TOWARDS A CHANGING WORLD



**EXPO
DETERGO
INTERNATIONAL**

23-26 OTTOBRE/OCTOBER 2026
Fiera Milano

Associated to



it·ex

ITALIAN
ASSOCIATION
OF INTERNATIONAL
EXHIBITIONS

expodetergo.com



FIERA MILANO



AIFL

ASSOCIAZIONE ITALIANA FORNITORI LAVANDERIE



6 EDITORIALE

L'Europa rischia di perdere il filo del suo tessile

EDITORIAL

Europe risks losing the thread of its textile industry



8 COVER STORY

DEPUR PADANA ACQUE, quarant'anni di innovazione nella depurazione: il caso della lavanderia PEDERSOLI MILANO

DEPUR PADANA ACQUE, forty years of innovation in wastewater treatment. Case study: PEDERSOLI MILANO laundry



12 MANIFESTAZIONI

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026.

Il mondo laundry cambia passo

EXHIBITIONS

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026.

Where the future of laundry begins



20 ASSOSISTEMA

CCNL lavanderie industriali, Centrali di sterilizzazione e Servizi medici affini: sottoscritta l'ipotesi di rinnovo per il triennio 2026-2028



22 TRADE NEWS

ECOLAB. Rafforzare la resilienza idrica e l'efficienza operativa

ECOLAB. Advancing water resilience and operational efficiency



25 REPORTAGE

Self-service, quali le traiettorie del cambiamento?

Self-service laundries, what are the paths to change?



38 TRADE NEWS

HELPI, confezionamento industriale all'avanguardia

HELPI, cutting-edge industrial packaging

12



39 LAVORO&IMPRESA

Dalla tradizione all'innovazione, la rivoluzione industriale della lavanderia CLEAN CENTER di Piacenza

WORK&BUSINESS

CLEAN CENTER laundry Piacenza: leading the industrial shift from tradition to innovation



45 DIRITTO, FISCO&LAVORO

Fisco, Lavoro e rilascio del permesso unico di lavoro per extracomunitari, tutte le novità



50 INCENTIVI & PILLOLE DI MARKETING

Strategia di presenza in fiera e Agevolazioni & Incentivi

Fiera, la strategia si costruisce prima dell'apertura dei cancelli



54 ASSOSECCO

Illegalità e sicurezza



CONFARTIGIANATO

55 La rivoluzione circolare della moda

56 Da alleanza MUR, Università, Confartigianato nasce la prima laurea per i manager dell'artigianato e delle Pmi

58 Nel perimetro dei servizi il 61,4% dell'occupazione dell'artigianato. I valori dei servizi a vocazione artigiana

60 "I nuovi simboli GINETEX e la sfida della doppia W": innovazione, sostenibilità e professionalità nelle lavanderie del futuro

63 ISA 2025, revisione congiunturale straordinaria: come cambiano i voti di affidabilità fiscale



CNA

64 Dall'idraulico al pane, il conflitto entra nei prezzi quotidiani

64 Conto da oltre mille euro a famiglia dal caro energia

66 Decreto Lavoro, servono incentivi strutturali e meno burocrazie

67 Serve proroga per i versamenti fiscali 2026

68 ELENCO ISCRITTI A AIFL - ASSOCIAZIONE ITALIANA

FORNITORI LAVANDERIE

MEMBERS OF AIFL - ITALIAN ASSOCIATION OF LAUNDRY SUPPLIERS

70 INDICE DEGLI INSERZIONISTI

ADVERTISERS' DIRECTORY

50



Detergo utilizza MAGNO NATURAL, carta usomano totalmente riciclabile
Detergo uses MAGNO NATURAL, totally recyclable uncoated paper

Parameter	Standard	Unit	
Basis weight	ISO 536	g/m ²	80
CIE whiteness (D65/10°)	ISO 11475	%	144
Opacity	ISO 2471	%	91,5
Bulk	ISO 534	cm ³ /g	1,27

Per sfogliare la versione digitale del magazine
For the digital edition of Detergo magazine, visit detergo.eu





L'Europa rischia di perdere il filo del suo tessile

Europe risks losing the thread of its textile industry

C'è un dato che più di ogni altro racconta la crisi del tessile europeo: per il terzo anno consecutivo produzione, fatturato e occupazione continuano a scendere. Non si tratta più di una fase congiunturale, ma del segnale evidente di un progressivo indebolimento industriale che rischia di lasciare l'Europa senza uno dei suoi settori storici più strategici. L'allarme lanciato da EURATEX non riguarda soltanto la moda o il Made in Europe inteso come simbolo di qualità, creatività. In gioco c'è molto di più: una filiera produttiva che alimenta comparti fondamentali come sanità, difesa, edilizia, mobilità e agricoltura. Un ecosistema industriale che garantisce occupazione, innovazione e sostenibilità, e che oggi si trova schiacciato tra costi energetici insostenibili, consumi deboli e concorrenza globale sempre più aggressiva. La situazione è accidentata da qualche anno e anche la strada per i prossimi anni è lastricata da dubbi e insidie. La pressione delle importazioni asiatiche cresce costantemente, mentre le piattaforme online extraeuropee continuano a operare in un contesto percepito dalle imprese europee come profondamente squilibrato. Da una parte aziende chiamate a rispettare standard ambientali, sociali e produttivi sempre più rigorosi; dall'altra operatori internazionali che spesso riescono a entrare nel mercato europeo con costi e controlli molto diversi, spesso inesistenti. Il risultato è sotto gli occhi di tutti: imprese che chiudono, produzione che si delocalizza e perdita progressiva di competitività. E mentre Bruxelles lavora a nuove strategie industriali – dall'Industrial Accelerator Act alla riforma del Codice doganale – il mondo produttivo avverte che il tempo delle attese è finito. Le parole del presidente di EURATEX, Mario Jorge

The European textile industry is experiencing a severe and prolonged crisis, with production, revenue, and employment declining for the third consecutive year. This persistent downturn signals a progressive industrial weakening that threatens to erode Europe's strategic position in a historically vital sector. EURATEX, the voice of the European textile and apparel industry, has raised an urgent alarm, emphasizing that the stakes extend far beyond fashion and the "Made in Europe" label. The ramifications impact a broad industrial ecosystem, supplying critical sectors such as healthcare, defense, construction, mobility, and agriculture. This intricate network, which underpins employment, innovation, and sustainability within Europe, is currently under immense pressure. Unsustainable energy costs, sluggish consumption, and aggressive global competition are creating an environment where businesses are struggling to survive. The challenges have been mounting for years, with the path ahead appearing increasingly uncertain. Imports from Asia continue to surge, while non-European online platforms operate in a market perceived by European companies as fundamentally unbalanced. European businesses are bound by increasingly stringent environmental, social, and production standards, while international competitors often access the European market with significantly lower - or non-existent - costs and controls. The consequence is a stark reality of factory closures, production relocation, and a progressive erosion of competitiveness. While Brussels is developing new industrial strategies, including the Industrial Accelerator Act and reforms to the Customs Code, the industry feels that the time



Machado, fotografano con lucidità il momento: ogni settimana il tessile europeo perde aziende, competenze e capacità produttiva. Una contraddizione evidente rispetto agli obiettivi di sostenibilità e autonomia industriale dichiarati dall'Unione Europea. Perché spostare la produzione fuori dall'Europa non significa eliminare l'impatto ambientale, ma semplicemente trasferirlo altrove, aumentando al tempo stesso la dipendenza economica del continente.

Il punto centrale è proprio questo: l'Europa vuole davvero difendere la propria manifattura oppure accetta il rischio di trasformarsi in un mercato sempre più dipendente dalle produzioni esterne? La partita del tessile è emblematica perché rappresenta il laboratorio perfetto delle contraddizioni europee. Da un lato la volontà di guidare la transizione ecologica e digitale; dall'altro un apparato industriale che fatica a sostenere costi, vincoli e competizione globale.

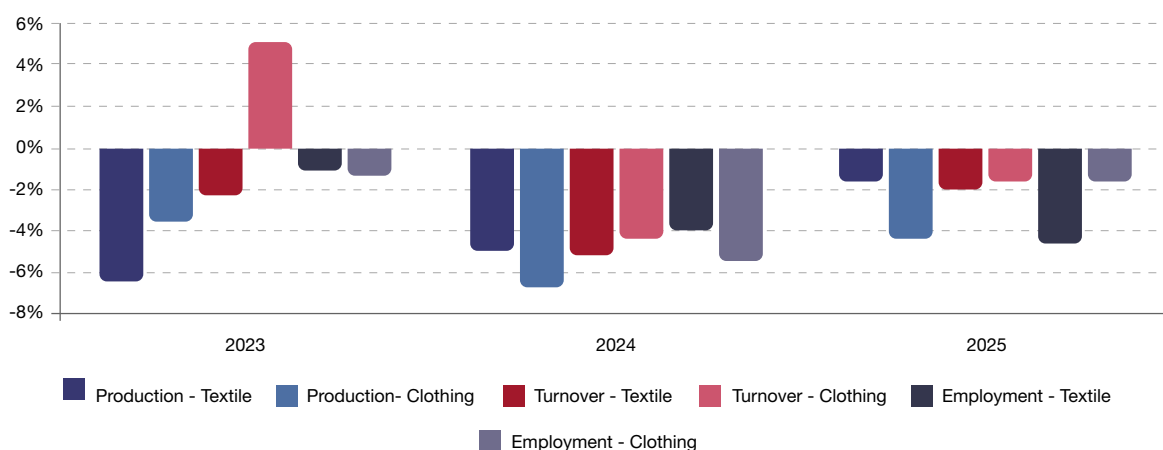
Difendere il tessile oggi non significa proteggere il passato, ma decidere quale futuro industriale avrà l'Europa nei prossimi decenni. Senza interventi concreti su energia, regole e controllo del mercato, il rischio è che il continente perda non soltanto fabbriche e posti di lavoro, ma anche know-how, innovazione e autonomia strategica.

Abbiamo come l'impressione che "la cura stia ammazzando il cavallo" per utilizzare un'efficace espressione popolare. 🍀

for deliberation has passed. EURATEX President Mario Jorge Machado captured the urgency, stating that the European textile sector is losing companies, skills, and production capacity weekly. This trend directly contradicts the European Union's declared objectives of sustainability and industrial autonomy.

EURATEX argues that relocating production outside Europe does not eliminate environmental impact but merely shifts it elsewhere, simultaneously increasing the continent's economic dependence. The core question facing Europe is whether it intends to actively defend its manufacturing base or accept the risk of becoming increasingly reliant on external production.

The textile industry's struggle serves as a potent symbol of European contradictions: the ambition to lead the ecological and digital transition clashes with an industrial apparatus grappling with costs, constraints, and global competition. Defending the textile sector today is not about preserving the past; it is about shaping Europe's industrial future for decades to come. Without concrete interventions in energy policy, regulatory frameworks, and market controls, the continent risks not only losing factories and jobs but also invaluable know-how, innovation capacity, and strategic autonomy. As the popular expression goes, "the cure is killing the horse," suggesting that current policies may be inadvertently undermining the very industry they aim to support. 🍀



Source: EURATEX Economic Update 2026. Textile & Clothing sectors combined



DEPUR PADANA ACQUE, quarant'anni di innovazione nella depurazione: il caso della lavanderia PEDERSOLI MILANO



DEPUR PADANA ACQUE, forty years of innovation in wastewater treatment. Case study: PEDERSOLI MILANO laundry

Da oltre quarant'anni opera nel settore della depurazione industriale, affrontando una delle sfide più delicate per il sistema produttivo italiano: trattare le acque reflue in modo efficiente, sostenibile e compatibile con normative ambientali sempre più stringenti. È il percorso di Depur Padana Acque, azienda specializzata nello sviluppo di impianti per la depurazione industriale che, nel tempo, ha saputo ritagliarsi un ruolo di riferimento grazie a una costante attività di ricerca tecnologica e alla capacità di progettare soluzioni su misura per comparti produttivi molto diversi tra loro.

For over forty years, Depur Padana Acque has been operating in the industrial water treatment sector, tackling one of the most delicate challenges for the Italian production system: of the most complex challenges facing Italian manufacturing today: treating wastewater efficiently, sustainably, and in compliance with increasingly stringent environmental regulations. Specialized in the design and construction of industrial purification plants, the company Depur Padana Acque has progressively established itself as a benchmark in the sector through continuous technological



Dall'industria alimentare a quella tessile, dal settore chimico alle lavanderie industriali, la società ha sviluppato sistemi capaci di adattarsi alle caratteristiche specifiche di ogni scarico, con un approccio che punta non soltanto all'efficacia depurativa ma anche all'ottimizzazione energetica e gestionale degli impianti.

Uno degli aspetti che contraddistingue l'attività dell'azienda è infatti la convinzione che non esista una tecnologia universalmente valida per ogni situazione. Ogni impianto viene studiato in funzione delle caratteristiche del refluo, degli spazi disponibili, delle esigenze produttive e degli obiettivi ambientali del cliente. Un approccio che negli anni ha portato Depur Padana Acque a diventare spesso pioniera nell'applicazione di nuove soluzioni tecnologiche.

Parallelamente, l'azienda ha costruito una rete di assistenza tecnica strutturata, con tecnici specializzati impegnati nella manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti. Un servizio considerato strategico, soprattutto in un settore dove continuità operativa e rispetto dei parametri ambientali rappresentano elementi essenziali.

Il sistema MBR

Tra le tecnologie più avanzate adottate negli ultimi anni trova spazio il **sistema MBR, acronimo di Membrane Bio Reactor**, oggi considerato una delle migliori tecnologie disponibili per il trattamento biologico delle acque reflue industriali. Il sistema utilizza membrane di ultrafiltrazione con porosità estremamente ridotta, in grado di trattenere solidi sospesi, batteri e microrganismi patogeni, restituendo un'acqua depurata di qualità molto elevata.

L'utilizzo della tecnologia MBR presenta vantaggi significativi soprattutto nel comparto delle lavanderie industriali, dove i volumi d'acqua trattati quotidianamente sono molto elevati e la qualità dello scarico assume un'importanza centrale. Oltre a garantire un effluente finale particolarmente pulito, il sistema consente infatti di ridurre sensibilmente gli spazi occupati dal depuratore rispetto agli impianti tradizionali.

Grazie alla possibilità di mantenere concentrazioni elevate di biomassa attiva all'interno del comparto biologico, gli impianti MBR possono essere progettati con dimensioni più compatte, permettendo interventi di revamping e potenziamento anche in aree in-

research and the development of highly customized solutions tailored to a wide range of industries.

From the food industry to textiles, from the chemical sector to industrial laundries, Depur Padana Acque has developed systems capable of adapting to the specific characteristics of each wastewater stream, with an approach that focuses not only on purification effectiveness but also on the energy and management optimization of the plants.

A defining element of the company's philosophy is the conviction that no single technology can be universally applied to every industrial context. Each plant is therefore engineered according to the composition of the wastewater, the available installation space, production requirements, and the client's environmental objectives. This tailor-made approach has frequently positioned the company among the pioneers in the implementation of innovative treatment technologies.

Alongside plant engineering, Depur Padana Acque has also built a highly specialized technical assistance network dedicated to ordinary and extraordinary maintenance activities. In a sector where operational continuity and compliance with environmental parameters are essential, after-sales support represents a strategic asset.



MBR System

A key innovation is the **Membrane Bio Reactor (MBR) system**, a leading technology for biological wastewater treatment. Utilizing ultrafiltration membranes, with extremely fine porosity, MBR systems produce high-quality purified water by retaining suspended solids, bacteria, and pathogens.

This is particularly advantageous for industrial laundries due to high daily water volumes and stringent discharge quality requirements. MBR systems also offer significant space savings compared to traditional methods, making them ideal for industrial areas with



dustriali caratterizzate da limitati spazi disponibili. Un aspetto che oggi assume un valore ancora più rilevante, considerando il crescente costo delle superfici industriali e la necessità per le aziende di ottimizzare ogni area produttiva.

La qualità dell'acqua trattata apre inoltre prospettive importanti sul fronte del riutilizzo idrico. In un contesto segnato dai cambiamenti climatici e da periodi sempre più frequenti di scarsità d'acqua, poter recuperare e reimpiegare parte delle acque depurate nei processi produttivi rappresenta un vantaggio strategico sia dal punto di vista ambientale sia economico.

Un caso specifico, l'impianto di Bareggio

È in questo scenario che si inserisce il progetto realizzato per **Pedersoli Milano**, realtà attiva nel settore delle lavanderie industriali per l'hôtellerie di lusso. L'azienda ha scelto di investire in un nuovo impianto di depurazione per il **sito produttivo di Bareggio**, in provincia di Milano, il più grande stabilimento della rete.

L'intervento nasce dalla volontà di rafforzare ulteriormente gli standard ambientali del sito produttivo e di dotarsi di una tecnologia capace di garantire elevata efficienza depurativa, affidabilità gestionale e sostenibilità nel lungo periodo.

Per Depur Padana Acque si è trattato di un progetto particolarmente complesso, soprattutto per i vincoli legati agli spazi disponibili all'interno dell'area industriale. La soluzione è stata sviluppata attraverso una progettazione fortemente personalizzata, modellata su misura e costruita sulle specifiche esigenze operative del cliente.

“PEDERSOLI MILANO, utilizzo di un sistema biologico a membrane MBR composto da due moduli ECOBLOCK”

Determinante, in questo senso, è stato l'utilizzo dei moduli ECOBLOCK, sistemi modulari prefabbricati che consentono una configurazione flessibile degli impianti. La struttura componibile ha permesso di adattare perfettamente il depuratore agli spazi esistenti, evitando interventi edilizi particolarmente invasivi.



L'impianto installato a Bareggio è un sistema biologico a membrane MBR composto da due moduli ECOBLOCK accoppiati tra loro, ciascuno con dimensioni di 3,6 metri di diametro e 11 metri di lunghezza. All'interno di uno dei due moduli trova posto il com-

limited space and for revamping existing facilities.

By maintaining high concentrations of active biomass within the biological compartment, MBR plants can be designed in much more compact configurations. This allows revamping and upgrading interventions even in facilities where available space is limited - an increasingly valuable feature given the rising cost of industrial real estate and the need to optimize production areas.

The quality of the treated water also creates important opportunities for water reuse. In a context increasingly marked by climate change and recurring water shortages, the ability to recover and reuse treated water within production processes represents a strategic advantage both environmentally and economically.



Case study: the Bareggio plant

Within this framework, the project developed for **Pedersoli Milano** took shape. The company, active in the industrial laundry sector for luxury hospitality, decided to invest in a new wastewater treatment plant for its **production facility in Bareggio**, near Milan - the largest site within its industrial network.

The project was driven by the objective of further strengthening the site's environmental standards while adopting technologies capable of ensuring high purification efficiency, operational reliability, and long-term sustainability.

For Depur Padana Acque, the project represented a particularly complex engineering challenge, constrained by space limitations within the production area. The solution was therefore developed through a highly customized design approach tailored specifically to the client's operational requirements.

“Advanced MBR Technology with two ECOBLOCK Modules at PEDERSOLI MILANO”

In this context, the use of ECOBLOCK modules proved decisive. These prefabricated modular systems enable highly flexible plant configurations and allowed the treatment system to be perfectly integrated into the existing spaces without requiring invasive construction work.

The plant installed in Bareggio is an MBR biological membrane system composed of two coupled ECOBLOCK modules, each



parto di ultrafiltrazione costituito da membrane a fibra cava. La portata di progetto raggiunge circa 450 metri cubi al giorno. L'obiettivo dell'intervento è quello di assicurare un abbattimento efficace delle sostanze inquinanti presenti nei reflui industriali prodotti dalla lavanderia, restituendo all'ambiente un'acqua depurata compatibile con i limiti previsti dalle normative vigenti per l'immissione in pubblica fognatura.

“L'impianto rientra tra requisiti e gli incentivi previsti da Transizione 4.0 e Iperammortamento”

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla gestione dei fanghi di supero, ovvero la biomassa batterica in eccesso generata dal processo biologico. L'impianto è infatti dotato di una sezione di disidratazione meccanica basata su una tecnologia a coclea con dischi flottanti, capace di ridurre significativamente l'umidità residua del fango. Una soluzione che permette di diminuire i volumi destinati allo smaltimento e, di conseguenza, i relativi costi logistici e ambientali.



Sul fronte gestionale, il depuratore è completamente automatizzato e integrato con la rete dati aziendale. Il sistema consente il monitoraggio da remoto e la teleassistenza tecnica, garantendo rapidità di intervento e continuità operativa. Caratteristiche che hanno inoltre consentito all'investimento di rientrare nei requisiti previsti dal Piano Transizione 4.0 per l'accesso agli incentivi destinati ai beni strumentali innovativi.

La collaborazione tra Depur Padana Acque e Pedersoli Milano rappresenta oggi un esempio concreto di come l'innovazione tecnologica possa trasformare la gestione delle acque reflue industriali in un elemento strategico per la sostenibilità delle imprese. Un modello che coniuga efficienza produttiva, riduzione dell'impatto ambientale e attenzione crescente al recupero delle risorse idriche, sempre più centrali nelle politiche industriali del futuro. •

measuring 3,6 meters in diameter and 11 meters in length.

One of the modules houses the ultrafiltration compartment consisting of hollow fiber membranes. The design flow rate reaches approximately 450 cubic meters per day.

The objective of the intervention is to ensure effective reduction of pollutants present in the industrial wastewater produced by the laundry, returning purified water to the environment that is compatible with the limits set by current regulations for discharge into the public sewer system.

Particular attention was also paid to the management of excess sludge, i.e., the excess bacterial biomass generated by the biological process. The plant is equipped with a mechanical dewatering section based on screw technology with floating discs, capable of significantly reducing the residual moisture content of the sludge. This solution allows for reducing the volumes destined for disposal and, consequently, the related logistical and environmental costs.

“The plant complies with 4.0 Transition requirements and Hyper Amortization”

From an operational standpoint, the treatment plant is fully automated and integrated into the company's data network. The system enables remote monitoring and teleassistance, ensuring rapid intervention and maximum operational continuity. These characteristics also allowed the investment to qualify under the incentives provided by the 4.0 Industry Transition Plan for innovative industrial equipment.

Today, the collaboration between Depur Padana Acque and Pedersoli Milano represents a concrete example of how technological innovation can transform industrial wastewater management into a strategic pillar of corporate sustainability. It is a model that successfully combines production efficiency, reduced environmental impact, and strategic water resource recovery - key elements for future industrial policies. •



DEPUR PADANA ACQUE SRL
Viale Maestri del Lavoro, z.i. Borsea
45100 Rovigo RO - Italy
T. +39 0425 472211
info@depurpadana.it | depurpadana.com

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026

Il mondo laundry cambia passo
Where the future of laundry begins



Intervista a Livio Bassan, Presidente di EXPODETERGO

Presidente Bassan come si è arrivati a questa edizione e, in particolare, quali sono state le tappe di avvicinamento a EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026?

“Abbiamo inaugurato l’Early booking EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 con il convegno a Maranello (MO), il 24 e il 25 maggio dello scorso anno. Il rombo dei motori delle fiammeggianti Ferrari e la passione per il cavallino rampante hanno reso ancora di più interessante e piacevole la due giorni in terra emiliana. Un ottimo mix tra professionalità, cultura e sport. La chiusura della fase promozionale, della vendita degli spazi fieristici, a fine novembre 2025 ci aveva già fatto capire che sarebbe stata un’edizione straordinaria in quanto avevamo riscontrato da parte delle aziende internazionali grandissimo interesse e partecipazione. Certo, le tensioni diplomatiche nel mondo e i conflitti in aree strategiche come il Medio Oriente e l’est Europa in particolare, lasciano un po’ attoniti e preoccupati. Auspichiamo che nella seconda parte dell’anno anche le tensioni geopolitiche possano sciogliersi ed avviarsi a risoluzione che per l’economia mondiale rappresenterebbe una boccata d’ossigeno”.

Il claim della manifestazione è “Towards a Changing World”. Per quale motivo è stato scelto e cosa rappresenta?

“Abbiamo scelto questo claim perché racconta perfettamente il momento storico che il nostro settore sta vivendo. Il mondo della cura del tessile sta cambiando rapidamente sotto la spinta di

Interview with Livio Bassan, President of EXPODETERGO

President Bassan, how did we arrive at this edition and, in particular, what were the steps leading up to EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026?

“We launched the Early Booking campaign for EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 with a conference held in Maranello (Modena) on May 24th and 25th of last year. The roar of the engines of the spectacular Ferraris and the passion for the prancing horse made the two days event in Emilia even more engaging and memorable. An excellent mix of professionalism, culture, and sport.



Livio Bassan,
Presidente di
President of
EXPODETERGO



sostenibilità, digitalizzazione, automazione e nuove esigenze dei mercati internazionali.

“Towards a Changing World” significa quindi guardare avanti, accompagnando il cambiamento senza subirlo. La fiera vuole essere un luogo dove innovazione tecnologica, efficienza produttiva e responsabilità ambientale si incontrano. È un messaggio che parla non solo al nostro settore, ma all'intero sistema industriale internazionale”.

EXPODETERGO INTERNATIONAL è riconosciuta come un evento globale. Quali sono oggi i principali mercati esteri di riferimento?

“Storicamente l'Europa resta il nostro principale mercato di riferimento con uno sguardo attento all'area del mediterraneo, ma negli ultimi anni abbiamo registrato una crescita molto importante da Medio Oriente, Asia e Nord America.

Ci sono inoltre segnali molto interessanti provenienti da Paesi emergenti dove il settore delle lavanderie industriali e professionali sta investendo fortemente in tecnologia, automazione ed efficientamento energetico, proprio in virtù dello sviluppo del turismo. La forza della manifestazione è proprio quella di riuscire a riunire operatori provenienti da oltre cento Paesi diversi”.

Come vi preparate a dialogare con visitatori provenienti da realtà così diverse? E quali differenze notate rispetto al mercato italiano anche in virtù dell'esperienza maturata nelle precedenti edizioni?

“Una fiera internazionale oggi deve avere una mentalità internazionale. Questo significa prepararsi non soltanto sul piano organizzativo e linguistico, ma soprattutto comprendere culture industriali e approcci al business molto differenti.

I clienti del Nord Europa, ad esempio, sono molto focalizzati su sostenibilità ed efficienza energetica; il Medio Oriente guarda molto alla qualità del servizio e alle grandi capacità produttive; gli Stati Uniti sono orientati alla produttività e all'automazione.



The conclusion of the promotional phase and the sale of exhibition space, already completed by the end of November 2025, immediately gave us a clear indication that this would be an extraordinary edition, thanks to the strong interest and participation shown by international companies. Of course, the current geopolitical tensions and conflicts in strategic areas such as the Middle East and Eastern Europe leave us concerned. We hope that the second half of the year will bring greater stability and a gradual easing of tensions, which would provide a positive stimulus for the global economy.”

The event's claim is “Towards a Changing World”.

Why was it chosen, and what does it represent?

“We chose this claim because it perfectly reflects the historical moment our sector is experiencing. The world of professional textile care is rapidly changing driven by sustainability, digitalization, automation, and new demands from international markets. “Towards a Changing World” therefore means looking forward, accompanying change rather than being subjected to it. The fair aims to be a place where technological innovation, production efficiency, and environmental responsibility come together. It's a message that extends beyond our industry and reflects the challenges facing the entire international industrial system.”

EXPODETERGO INTERNATIONAL is recognized as a global event. What are the main foreign reference markets today?

“Historically, Europe remains our main reference market, with a particular attention to the Mediterranean region, but in recent years we have recorded very significant growth from the Middle East, Asia, and North America. There are also very interesting signals coming from emerging countries where the industrial and professional laundry sector is investing heavily in technology, automation, and energy efficiency, precisely due to the development of tourism. The strength of the event lies precisely in its ability to bring together operators from over a hundred different countries.”





Il mercato italiano, invece, mantiene una forte attenzione alla qualità del risultato finale e alla flessibilità operativa. Sono approcci diversi ma complementari, e proprio questo rende la fiera estremamente dinamica”.

Cosa rende EXPODETERGO INTERNATIONAL

particolarmente attrattiva rispetto ad altri eventi di settore?

“EXPODETERGO è il braccio operativo di AIFL, cioè l’Associazione italiana fornitori di lavanderia, quindi i produttori, cioè il centro nevralgico e pulsante della filiera della manutenzione tessile. Credo che il nostro principale punto di forza sia la specializzazione. EXPODETERGO INTERNATIONAL è una manifestazione verticale, altamente qualificata, dove gli operatori trovano tecnologie realmente operative e soluzioni concrete. L’eleganza della fiera ci viene sempre riconosciuta dagli operatori del mercato.

Molti macchinari vengono presentati in funzione, e questo permette ai visitatori di vedere direttamente performance, qualità e innovazione applicata.

Inoltre, la fiera rappresenta un luogo autentico di networking internazionale: qui nascono relazioni commerciali, partnership industriali e opportunità strategiche che spesso proseguono ben oltre i giorni dell’evento”.

Quali opportunità di business internazionale vi aspettate da questa edizione?

“Ci aspettiamo un’edizione molto forte sotto il profilo commerciale. Il settore sta attraversando una fase di profonda trasformazione e le aziende cercano partner tecnologici affidabili.

Per gli espositori sarà fondamentale incontrare buyer provenienti dai mercati emergenti, dove si stanno sviluppando nuovi investimenti in ambito hospitality, sanità, industria tessile e lavanderia industriale.

Oggi la possibilità di creare connessioni internazionali rappresenta un valore strategico enorme, soprattutto in un contesto economico globale sempre più competitivo”.

How do you prepare to engage with visitors from such diverse backgrounds? And what differences do you notice compared to the Italian market, also based on your experience from previous editions?

“Today, an international trade fair must have an international mindset. This means preparing not only organizationally and linguistically but, above all, understanding very different industrial cultures and business approaches. Northern European customers, for example, are very focused on sustainability and energy efficiency; the Middle East pays close attention to service quality and high production capacity; while the United States is strongly oriented toward productivity and automation. The Italian market, on the other hand, maintains a strong focus on the quality of the final result and operational flexibility. These are different but complementary approaches, and it is precisely this that makes the fair extremely dynamic.”

What makes EXPODETERGO INTERNATIONAL particularly attractive compared to other sector events?

“EXPODETERGO is the operational arm of AIFL, the Italian Association of Laundry Suppliers, thus the nerve center and beating heart of the textile maintenance supply chain. I believe our main strength is specialization. EXPODETERGO INTERNATIONAL is a vertical, highly qualified event where operators find truly operational technologies and concrete solutions. The elegance of the fair is always recognized by market operators. Many machines are presented in operation, allowing visitors to directly see performance, quality, and applied innovation. Furthermore, the fair represents an authentic international networking venue: commercial relationships, industrial partnerships, and strategic opportunities are born here, often continuing well beyond the event days.”

What international business opportunities do you expect from this edition?

“We expect a very strong edition from a commercial perspective. The sector is undergoing a phase of profound transformation,

SETTORI SECTORS

MACCHINARI PER IL LAVAGGIO AD ACQUA E A SECCO	MACCHINARI & LOGISTICA	MACCHINARI PER LO STIRO	DETERGENTI SOLVENTI	MANUFATTI TESSILI	ACCESSORI
LAUNDRY & DRY-CLEANING MACHINES	MACHINERY & LOGISTICS	IRONING EQUIPMENT	DETERGENTS SOLVENTS	TEXTILE PRODUCTS	ACCESSORIES



and companies are looking for reliable technological partners. For exhibitors, it will be crucial to meet buyers from emerging markets, where new investments are being made in hospitality, healthcare, the textile industry, and industrial laundries. Today, the ability to create international connections represents enormous strategic value, especially in an increasingly competitive global economic context.”

Quali saranno i principali trend internazionali del settore cleaning e laundry presenti in fiera?

“I temi centrali saranno sicuramente sostenibilità, automazione, digitalizzazione e intelligenza artificiale. Vedremo impianti sempre più efficienti dal punto di vista energetico, sistemi intelligenti per l’ottimizzazione dei consumi, software avanzati di gestione dei processi e soluzioni capaci di ridurre l’impatto ambientale. Anche l’ergonomia e la gestione della manodopera saranno aspetti centrali, perché uno dei grandi problemi internazionali del settore resta la difficoltà nel reperire personale qualificato”.

What will be the main international trends in the cleaning and laundry sector showcased at the fair?

“The central themes will certainly be sustainability, automation, digitalization, and artificial intelligence. We will see increasingly energy-efficient plants, intelligent systems for consumption optimization, advanced process management software, and solutions capable of reducing environmental impact. Ergonomics and labor management will also be crucial topics, as one of the major international problems in the sector remains the difficulty in finding qualified personnel.”



Quanto pesano oggi sostenibilità, risparmio energetico, digitalizzazione e automazione? E quale ruolo può avere l’intelligenza artificiale?

“Oggi questi temi non sono più opzionali: sono fattori decisivi per la competitività delle imprese. La sostenibilità non riguarda soltanto l’ambiente, ma anche la riduzione dei costi operativi e l’efficienza produttiva.

L’intelligenza artificiale, in particolare, avrà un ruolo sempre più rilevante nella gestione dei processi, nella manutenzione predittiva, nell’ottimizzazione dei consumi e nel controllo qualità. Credo che questa edizione mostrerà concretamente come AI e automazione stiano già entrando nella quotidianità delle lavanderie industriali e professionali”.

I clienti internazionali esprimono esigenze diverse rispetto al mercato italiano su questi aspetti?

“Dipende dai mercati. Alcuni Paesi del Nord Europa e del Nord America sono sicuramente molto avanti su sostenibilità, digitalizzazione e automazione.

How important are sustainability, energy efficiency, digitalization, and automation today? What role can Artificial Intelligence play?

“Today, these topics are no longer optional: they are decisive factors for business competitiveness. Sustainability is not only an environmental issue, but also a matter of reducing operating costs and improving production efficiency. Artificial intelligence, in particular, will play an increasingly significant role in process management, predictive maintenance, consumption optimization, and quality control. I believe this edition will concretely demonstrate how AI and automation are already becoming part of the daily operations of industrial and professional laundries.”

Do international customers express different needs compared to the Italian market regarding these aspects?

“It depends on the market. Some countries in Northern Europe and North America are certainly very advanced in terms of sustainability, digitalization, and automation. Italy, however, continues to



L'Italia, però, continua a distinguersi per capacità tecnica, qualità manifatturiera e flessibilità produttiva. Direi quindi che non esiste un mercato "più evoluto" in senso assoluto: esistono sensibilità differenti e soprattutto esigenze diverse che rappresentano anche tratti culturali e a. Ed è proprio dal confronto internazionale che nascono spesso le innovazioni più interessanti".

Quali risultati vi aspettate da questa edizione e come si misura oggi il successo di una fiera internazionale?

"Naturalmente ci aspettiamo una partecipazione molto elevata sia in termini di espositori perché i numeri parlano chiaro in quanto nella sostanza siamo in sold out, sia di visitatori nazionali e internazionali. Già i primi segnali sono estremamente positivi. Ma oggi il successo di una fiera non si misura soltanto nei numeri. Conta la qualità dei contatti, la capacità di creare networking, lo sviluppo di nuovi progetti industriali e il valore delle relazioni che nascono durante l'evento. EXPODETERGO INTERNATIONAL vuole essere sempre più una piattaforma globale di confronto, innovazione e business per tutto il settore della cura del tessile". •

distinguish itself with technical expertise, manufacturing quality, and production flexibility. I would therefore say that there isn't an "absolutely more evolved" market: there are different priorities and, above all, different needs that also represent cultural traits. And it is precisely from international comparison that the most interesting innovations often arise."

What results do you expect from this edition, and how is the success of an international fair measured today?

"Of course, we expect very high participation both in terms of exhibitors – as the numbers speak for themselves, we are essentially sold out – and in terms of national and international visitors. The first signals are already extremely positive. But today, the success of a fair is not measured solely by numbers. The quality of contacts, the ability to create networking, the development of new industrial projects, and the value of the relationships born during the event matter. EXPODETERGO INTERNATIONAL aims to be increasingly a global platform for discussion, innovation, and business for the entire textile care sector." •



**Intervista a Paola Sarco,
Head of BUILDING & INDUSTRIAL EXHIBITIONS
di Fiera Milano**

Dottoressa Sarco, durante il COVID molti analisti sostenevano che le fiere avessero perso definitivamente centralità. Oggi invece gli eventi internazionali stanno tornando a crescere. Ci siamo sbagliati tutti?

"Più che sbagliarsi, si è sottovalutato il valore dell'incontro diretto. Le piattaforme digitali sono utili, ma non sostituiscono il confronto tra aziende, clienti e tecnici.

Le fiere restano il luogo dove si prendono decisioni concrete e si costruiscono relazioni di lungo periodo. Chi investe in impianti vuole vedere risultati reali: prestazioni, affidabilità, semplicità d'uso. Una dimostrazione dal vivo permette di capire subito il valore di una tecnologia e confrontarsi direttamente con chi la produce".

**Interview with Paola Sarco,
Head of BUILDING & INDUSTRIAL EXHIBITIONS
of Fiera Milano**

Dr. Sarco, during the COVID pandemic, many analysts argued that trade fairs had permanently lost their central role. Today, however, international events are experiencing renewed growth. Were those predictions ultimately mistaken?

"Rather than being wrong, the value of direct interaction was underestimated. While digital platforms are useful for information gathering and maintaining contact, they cannot replace the essential exchange between companies, clients, and technicians. Trade fairs remain the place where concrete decisions are made and long-term relationships are built. For those investing in significant industrial equipment, live demonstrations are invaluable. A live demonstration allows you to immediately understand the value of a technology and interact directly with its producers."

Il digitale quindi non basta? La presenza fisica resta decisiva quando si parla di investimenti industriali importanti?

“Il digitale aiuta a informarsi e a mantenere i contatti, ma gli investimenti industriali richiedono fiducia e verifiche dirette. Quando si parla di macchinari e processi produttivi, vedere, confrontare e parlare di persona fa ancora la differenza”.

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 da sempre ha una forte connotazione internazionale. Oggi il mercato si sta spostando molto rapidamente. Dove state vedendo la crescita più forte? Nord Europa? Bacino mediterraneo? Est Europa? Stati Uniti? Far East?

“È un mercato che cresce in maniera direttamente proporzionale al progresso del benessere economico. Stiamo vedendo segnali molto positivi dal bacino mediterraneo, dal Medio Oriente e da diversi Paesi asiatici. Cresce anche l’interesse dell’Est Europa, soprattutto per le tecnologie orientate all’efficienza energetica e all’automazione dei processi”.

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 può ambire a diventare una vera piattaforma globale? Quanto pesa oggi il mercato mediorientale?

“EXPODETERGO ha tutte le caratteristiche per rafforzare il proprio ruolo internazionale. Il Medio Oriente è un’area molto importante perché sta investendo in hospitality, turismo e servizi industriali. Prima delle recenti tensioni geopolitiche stavamo registrando una crescita concreta di operatori e buyer provenienti da quell’area”.

Nel 2022, quando il mondo usciva ancora con fatica dalla pandemia, EXPODETERGO INTERNATIONAL superò i 16 mila visitatori. Oggi quali numeri è possibile aspettarsi per il 2026? Ma soprattutto: conta di più la quantità o la qualità dei visitatori?

“L’obiettivo è crescere ancora, con un aumento significativo dell’offerta espositiva (+ 20% di metri quadrati rispetto all’edizione precedente) ci attendiamo sicuramente un numero maggiore di visitatori ma oggi la qualità conta più dei numeri assoluti. Per gli espositori è fondamentale incontrare persone che abbiano reale capacità decisionale e progetti di investimento concreti.



Paola Sarco, Head of BUILDING & INDUSTRIAL EXHIBITIONS di/of Fiera Milano

So digital isn't enough after all? Does physical presence remain crucial when it comes to major industrial investments?

“Digital tools help to get informed and stay in touch, but industrial investments require trust and direct verification. When talking about machinery and production processes, seeing, comparing, and speaking in person still makes a difference.”

EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 has always had a strong international connotation. In today's rapidly evolving market, where are you observing the most significant growth? Is it concentrated in Northern Europe, the Mediterranean region, Eastern Europe, the United States, or the Far East?

“It's a market that grows directly proportional to economic well-being. We are observing particularly positive signals from the Mediterranean basin, the Middle East, and several Asian countries. There is also growing interest from Eastern Europe, especially for technologies oriented towards energy efficiency and process automation.”

Can EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 aspire to become a truly global platform? And how significant is the Middle Eastern market today?

“EXPODETERGO has all the characteristics to strengthen its international role. The Middle East is a very important area because it is investing in hospitality, tourism, and industrial services. Despite recent geopolitical tensions, the event was registering concrete growth in operators and buyers from this region prior to these developments.”

In 2022, when the world was still emerging from the pandemic, EXPODETERGO INTERNATIONAL welcomed more than 16.000 visitors. What attendance figures do you expect for the 2026 upcoming edition? And above all, in today's market, does visitor quantity matter more than visitor quality?

“The goal is to grow further; with a significant increase in exhibition space (+20% square meters compared to the previous edition), we certainly expect a larger number of visitors, but today quality matters more than absolute numbers. The priority is connecting exhibitors with individuals possessing real decision-making authority and concrete investment projects.



EXPODETERGO INTERNATIONAL è considerata un appuntamento immancabile a livello internazionale in grado di creare opportunità di business concrete ed efficaci”.

Essendoci un proliferare di fiere anche piccole e a carattere locale, le aziende scelgono con estrema attenzione dove investire budget fieristici. Perché un espositore internazionale dovrebbe scegliere Milano e EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 invece di altre piattaforme europee o asiatiche?

“Perché Milano è un punto di incontro strategico tra Europa, Mediterraneo e mercati internazionali. EXPODETERGO offre una forte specializzazione di settore, visitatori qualificati e un contesto dove innovazione, industria e relazioni commerciali si incontrano in modo concreto”.

Quanto conta il peso internazionale di Fiera Milano nell'attrarre grandi operatori globali?

La capacità organizzativa italiana può ancora fare la differenza nel sistema fieristico mondiale?

“Conta molto. Fiera Milano è riconosciuta a livello internazionale per organizzazione, servizi e capacità di attrarre operatori da tutto il mondo. L'Italia continua ad avere un ruolo importante perché sa unire competenza industriale, accoglienza e qualità degli eventi”.

Passiamo al futuro delle fiere. Tra dieci anni le fiere esisteranno ancora nello stesso modo?

“Le fiere continueranno a esistere, ma cambieranno profondamente il loro ruolo. Le aziende oggi investono tempo e risorse solo in occasioni che generano valore concreto: contatti qualificati, opportunità commerciali, aggiornamento professionale e visione strategica del mercato. Per questo motivo, il futuro delle fiere sarà sempre più orientato alla qualità delle connessioni piuttosto che alla quantità degli espositori o dei visitatori.

Ma la fiera non si esaurirà più nei giorni dell'evento. Diventerà una piattaforma continua, capace di accompagnare la community durante tutto l'anno attraverso strumenti digitali, contenuti online, matchmaking, networking e servizi di aggiornamento permanente”.

In chiusura, se dovesse convincere oggi un grande operatore internazionale a venire a Milano nel 2026, quale sarebbe il motivo principale per cui non può permettersi di mancare EXPODETERGO INTERNATIONAL?

“Perché EXPODETERGO INTERNATIONAL è il luogo dove si incontrano innovazione, mercato e decisori del settore. In pochi giorni è possibile vedere le tecnologie più avanzate, creare nuove relazioni commerciali e capire in quale direzione sta andando il comparto a livello mondiale”. •

EXPODETERGO INTERNATIONAL is recognized as an unmissable international event for generating effective business opportunities.”

Given the growing proliferation of trade fairs, including smaller regional events, companies are becoming increasingly selective in allocating their exhibition budgets. Why should an international exhibitor choose EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 in Milan over other European or Asian platforms?

“Because Milan is a strategic meeting point between Europe, the Mediterranean, and international markets. EXPODETERGO offers strong sector specialization, qualified visitors, and a context where innovation, industry, and commercial relations meet concretely.”

How important is the international reputation of Fiera Milano in attracting major global players? Can Italian organizational expertise still make a meaningful difference within the global trade fair ecosystem?

“Fiera Milano's international standing significantly contributes to attracting global operators. Fiera Milano is internationally recognized for its organization, services, and ability to attract operators from all over the world. Italy's enduring role stems from its combination of industrial expertise, hospitality, and the ability to host high-quality events.”

Let's move on the future of trade fairs. In ten years, will they still exist in their current form, or will they have evolved into something fundamentally different?

“Trade fairs will continue to exist, but their role will change profoundly. Companies today invest time and resources only in opportunities that generate concrete value: qualified contacts, commercial opportunities, professional development, and strategic market insights. Consequently, future fairs will prioritize the quality of connections over sheer numbers.

Moreover, the fair will transcend its physical event days, evolving into a continuous platform supporting its community year-round through digital tools, online content, matchmaking, networking, and ongoing update services.”

In conclusion, if you had to persuade a major INTERNATIONAL operator today to attend the 2026 edition in Milan, what would be the key reason they cannot afford to miss EXPODETERGO INTERNATIONAL?

“Because EXPODETERGO INTERNATIONAL is where innovation, market trends, and sector decision-makers converge. In just a few days, you can discover the most advanced technologies, forge new business relationships, and gain a global perspective on the sector's direction.” •

ELENCO ESPOSITORI AGGIORNATO A MAGGIO 2026 . EXHIBITORS LIST UPDATED MAY 2026



AB PODAB	Svezia	MAXI-PRESS Elastomertechnik GmbH	Germania
ABG SYSTEMS	Italia	MERELLI SANTINO SNC DI MARTINELLI FIGLI	Italia
ABS BELGIUM NV	Belgio	METALPROGETTI SPA	Italia
ACS CONVEYORS 2023	Italia	MEVO METZLER GmbH	Austria
AIRWALLET	Danimarca	MICROEL SRL	Italia
ALBERICI SPA	Italia	MICROTECH Srl	Italia
ALBERTI ANGELO SRL	Italia	MIELE ITALIA SRL	Italia
ALGITECH SRL	Italia	ML-SYSTEMS APS	Danimarca
ALLIANCE LAUNDRY CE S.R.O.	Repubblica Ceca	MONTANARI SRL ENGINEERING CONSTR.	Italia
ALVI OFFICINE MECCANICHE E. VIAZZO & C. SRL	Italia	MONTEGA SRL	Italia
ANFRA SRL	Italia	MS GROUP SRL A SOCIO UNICO	Italia
ANGELINE GROUP LTD	Taiwan	MUGUE SRL	Italia
ARTMECC DI FORNARO RENATO	Italia	NI .AL SRL	Italia
ASKO AB	Svezia	NUOVA FOLATI SPA	Italia
ATS-TANNER	Svizzera	OFFICINA MECCANICA MINGAZZINI SRL	Italia
B ARBANTI SRL	Italia	ONNERA LAUNDRY BARCELONA S.A. con DOMUS + FAGOR + DANUBE.	Spagna
BATTISTELLA B.G. SRL	Italia	ORA S.A.S	Francia
BEST UTILITY	Italia	OZDEMIR KECE SANAI TICARET LIMITED SIRKET	Turchia
BIEFFE SRL	Italia	P AROTEX SRL	Italia
BIKO ENGINEERING AG	Svizzera	PELLERIN MILNOR CORPORATION	USA
BIMAP SRL	Italia	PENTA LAUNDRY con az. rappresentata RZ2	Italia
BOLDODUC SAS	Francia	PICCHI SRL	Italia
BOWE TEXTILE CLEANING GMBH	Germania	PINECONE D.O.O.	Ungheria
BRENTARENO SRL - NORDEST WASH LAUNDRY	Italia	PIZZARDI SRL	Italia
BRONGO SRL	Italia	POLYMARK PORTUGAL LDA	Portogallo
BRUSTIA-ALFAMECCANICA SRL	Italia	POLYTEX TECHNOLOGIES	Israele
BURNUS PROFESSIONAL GMBH	Germania	PONY SPA	Italia
C.F.B. SPA	Italia	PORTUGUES LAUNDRY AND DRY CLEANING LTD	Malta
CAMILA SRL	Italia	POURTEX GMBH	Svizzera
CAR FIBREGLASS SRL	Italia	PRIMA FOLDER SRL	Italia
CARGO PAK SRL	Italia	PRIMA SRL	Italia
CARTESIA SRL	Italia	PRO.MA SRL	Italia
CBA MACHINES NV	Belgio	R ADOMSKIE TEKSTYLIA PRZEMYSLOWE SP. Z.O.O.	Polonia
CEMAC SRLS	Italia	RAMPI PRODOTTI CHIMICI	Italia
CHRISTEYNS ITALIA SRL	Italia	REALSTAR SRL	Italia
CHT GERMANY GMBH	Germania	REDATEX SRL	Italia
CLM TEXFINITY	Belgio	RENZACCI SPA - INDUSTRIA LAVATRICI	Italia
COCCHI SRL	Italia	RIVOLTA CARMIGNANI SPA	Italia
COLOMBO MARIO SNC DI COSCIA MARIO E PIERGIUSEPPE	Italia	ROSSELLO ANTONINA S.N.C	Italia
CONA SRL	Italia	ROTONDI GROUP SRL	Italia
CONF INDUSTRIES SRL	Italia	ROYALTEX SRL	Italia
CONFEZIONI CAPPELLO SRL	Italia	S.C.A.L. SRL	Italia
CORITEX SNC DI BOSIO TONINO & C.	Italia	SAFEHEM EUROPE GMBH	Germania
D.I.M. DETERGENTI INDUSTRIALI MILANO SRL	Italia	SANKOSHA MANUFACTURING CO. LTD	Giappone
DANTE BERTONI SRL	Italia	SARL CKSQUARE "GROUPE LE PETIT POU CET - Laundry Solutions"	Francia
DATAMARS SA	Svizzera	SCHNEIDER HANS JOACHIM GMBH	Germania
DATEX-TRADE SRL	Italia	SCHULTHESS MASCHINEN AG	Svizzera
DBG SERVICE SRL	Italia	SEITZ GMBH	Germania
DELTA P.B. SRL	Italia	SHANGHAI CLEANWAY LAUNDRY EQUIPMENT - ROYALWASH	Cina
DEPUR PADANA ACQUE SRL	Italia	SHANGHAI HUAYUAN ELECTRONIC	Cina
DEPURTECNO SRL	Italia	SHANGHAI JIAYULIAN TECHNOLOGY JYL TECH	Cina
DEXTER LAUNDRY INC.	Italia	SHANGHAI ROYAL WASH LAUNDRY EQUIPMENT CO., LTD.	Cina
DUE EFPE SPA	Italia	SHANGHAI SHINE YOUNG SILICONE INDUSTRY CO., LTD	Cina
DUNNEWOLT B.V.	Olanda	SHENZHEN ZHILAI MED TECH CO., LTD	Cina
E COSI SRL	Italia	SHENZHEN RICH RFID TECHNOLOGY CO., LTD	Cina
ECOLAB DEUTSCHLAND GMBH	USA	SIDI MONDIAL SRL	Italia
EDENPLAST SRL	Italia	SINTESI SRL	Italia
ELECTROLUX PROFESSIONAL SPA - WASCOMAT	Italia	SIRETRESSILE SRL	Italia
ELECTROLUX PROFESSIONAL SPA	Italia	SKEMA SRL	Italia
EMMEBIESSE SPA	Italia	SMRT Systems	Svezia
EOLO ELETTRODOMESTICI SRL	Italia	SPINDLE	Germania
4EYM	Italia	SOCOM INFORMATIONSSYSTEME GMBH	Germania
F.B. ITALY DI BRUNO FABIO	Italia	STAHL GOTTLLOB WAESCHEREIMASCHINENBAU GMBH	Germania
FIBIR ITALIA SRL	Italia	STANDUPI SRL	Italia
FIORE SRL	Italia	STERILTEX HUNGARY KFT	Ungheria
FIRBIMATIC SPA A S.U.	Italia	STIRMATIC SRL	Italia
FLORINGO GMBH	Germania	STIRO SERVICE SRL	Italia
FOLTEX B.V.	Olanda	STIROTECNICA SRL	Italia
FORNITURE TESSILI CIMMINO SRL	Italia	STUDIO SYSTEMATICA SRL	Italia
FRANCESCA SRL	Italia	SUMAL S.L.U.	Spagna
2020 GESTIONALI GL SRL	Italia	SURFCHIMICA SRL	Italia
GAVARDO CALDAIE SRL	Italia	T.H. SERVICE SRL	Italia
GHIDINI BENVENUTO SRL	Italia	TANGERPAY	Australia
GIRBAU ITALIA SRL	Italia	3LOGIS by TAUSOFT	Italia
GMP SRL UNIPERSONALE	Italia	TECHNISCHE TEXTILIEN LORRACH GMBH & CO. KG	Germania
GOLDEN TEC	Italia	TECHNO SERVICE SRL	Italia
GRANDIMPIANTI (ALI GROUP)	Italia	TECNITRAMO MP DICLESA S.L.	Spagna
GREENEARTH CLEANING	USA	TESSILTORRE SRL	Italia
H ELPI SRL	Italia	TESSITURA PEREGO SRL	Italia
HUMIDA GMBH	Italia	TESSITURA ZA&BEL SRL	Italia
HUTCHINSON SNC	Francia	TESSITURE PASTA RIUNITE	Italia
HYDRA INFORMATICA SRL	Italia	TEXILARIO SRL	Italia
HYDRO CYCLE SYSTEMS	Rep. Ceca	TEXPROFIN N.V.	Belgio
I MESA SPA	Italia	THERMINDUS SRL	Italia
IMPIANTI NOVOPAC SRL	Italia	THERMOPATCH	USA
INDEMAC SRL	Italia	THERMOTEX NAGEL GMBH	Germania
INDUSTRIA TESSILE GASTALDI & C. SPA	Italia	TINTOLAV SRL	Italia
IRON MADE IN ITALY SRL	Italia	TOLKAR MAKINA SANAYI VE TIC. AS con SMARTEX	Turchia
ITALCLEAN SRL	Italia	TOLON GLOBAL MAKINA SAN. VE TIC. A.S.	Turchia
ITECH SOLUTION	Italia	TOTEX SRL	Italia
J ENSEN GROUP (JENSEN AG BURGDORF)	Germania	TREVIL SRL	Italia
JIANGSU CHUANDAO INTELLIGENT EQUIPMENT CO.LTD. - CLM China	Cina	TWO-M KASEI CO. LTD	Giappone
JIANGSU SEA-LION MACHINERY CO., LTD.	Cina	U NICA SRL	Italia
JINAN OASIS DRY CLEANING AND LAUNDRY EQUIPMENT CO., LTD.	Cina	UNICA LAUNDRY SYSTEMS	Belgio
K ANNIEGIESSER ITALIA rappr. Kannegiesser Germania	Italia	UNICAL AG SPA	Italia
KONA SRL	Italia	UNION SPA	Italia
KREBE TIPPO DOO	Slovenia	UNISEC MACHINERY, S.L.	Spagna
KREUSSLER CHEMISCHE FABRIK	Germania	UR TAG CO., LIMITED	Cina
L A T TECNICA SPA	Italia	USTEK RFID	Turchia
LACO MACHINERY NV	Belgio	V ALMET LDA	Portogallo
LAPAUW NV	Belgio	VAPOR SERVICE SRL	Italia
LG ELECTRONICS INC.	Rep. Corea	VEIT GMBH	Germania
LM CONTROL	Italia	VG-SYSTEMS INDUSTRIAL B.V. VEGA SYSTEMS BV	Olanda
LOGISTICA PAGGIOLA SRL	Italia	VITESSE SRL	Italia
LUNIWASH SRL	Italia	W H MUNZPRUFER DIETMAR TRENNER GmbH	Germania
M ACPI SPA PRESSING DIVISION	Italia	WHIRLPOOL CORPORATION COMMERCIAL LAUNDRY	USA
MAESTRELLI SRL	Italia	WISER	Italia
MAGNABOSCO SRL	Italia	WSP SYSTEMS BV	Olanda
MANARA ROBERTO SRL	Italia	WUXI SHARING MACHINERY CO., LTD	Cina
MARK SRL	Italia	Y AMAMOTO NORDIC _PESULATEKNIikka HAVIA OY	Finlandia
MASA SPA INDUSTRIE TESSILI	Italia	Z EPITEX SAS DI ZELIOLI IVAN & C.	Italia
MATIPAY SRL	Italia	ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI SPA	Italia

CCNL lavanderie industriali, Centrali di sterilizzazione e Servizi medici affini: sottoscritta l'ipotesi di rinnovo per il triennio 2026-2028

a cura di
LAURA LEPRI

Il 19 maggio 2026 è stata sottoscritta l'ipotesi di rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per il settore delle lavanderie industriali, delle centrali di sterilizzazione e dei servizi medici affini per il triennio 2026-2028, tra Assosistema Confindustria, Filctem Cgil, Femca Cisl e Uiltec Uil.

“Con questo rinnovo il settore manda un messaggio chiaro: la competitività delle imprese passa anche attraverso regole certe, legalità, qualità del lavoro e capacità di innovare – dichiara **Matteo Nevi,**

Direttore Generale di Assosistema

Confindustria – Abbiamo costruito un contratto che dà risposte concrete alle difficoltà di reperimento della manodopera, alle nuove esigenze organizzative delle imprese e alle trasformazioni tecnologiche che stanno interessando il comparto. Un rinnovo che rafforza la qualità del lavoro, la corretta applicazione contrattuale e la capacità del settore di affrontare le sfide della sanità, del turismo e dell'industria". L'intesa raggiunta tra le Parti rappresenta un passaggio di particolare rilievo per il comparto, configurandosi come uno dei primi rinnovi contrattuali definiti successivamente alle novità introdotte dal Decreto Legge del 1° maggio in materia di lavoro, rappresentanza e contrasto alle irregolarità nel mercato occupazionale. L'accordo risponde alle principali esigenze manifestate dalle imprese del settore, introducendo strumenti finalizzati a semplificare alcuni passaggi contrattuali e a rendere maggiormente flessibili specifici istituti, con l'obiettivo di affrontare le improvvise necessità di manodopera e le crescenti difficoltà di reperimento del personale.



Particolare attenzione è stata dedicata al rafforzamento delle misure di contrasto al dumping contrattuale e all'interposizione illecita di manodopera. In linea con il nuovo quadro normativo, le Parti hanno infatti condiviso un ulteriore protocollo operativo che prevede il coinvolgimento, oltre che dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro, anche dell'INPS, al fine di favorire l'emersione dei fenomeni di mancata applicazione del contratto collettivo di riferimento.

A tal fine sarà avviato un programma di incontri territoriali congiunti con gli organi ispettivi per monitorare le situazioni di irregolarità e verificare la corretta applicazione del CCNL nel settore. Nell'ambito dell'accordo è stato inoltre inserito l'elenco dei principali codici ATECO riconducibili alle attività del comparto, con l'obiettivo di rafforzare la corrispondenza tra attività esercitata e contratto collettivo applicato.

Il rinnovo rafforza inoltre il sistema delle relazioni industriali attraverso l'istituzione

di un Osservatorio dedicato ai processi di trasformazione digitale, innovazione tecnologica e automazione che stanno interessando il settore.

Tra gli elementi qualificanti dell'intesa rientra anche la disciplina del cosiddetto "tempo tuta", applicata alle centrali di sterilizzazione dello strumentario chirurgico e della teleria ospedaliera. L'accordo prevede il riconoscimento di 10 minuti per vestizione e svestizione, che diventeranno 15 minuti a partire dal 1° gennaio 2027, anche alla luce delle evoluzioni normative collegate al regolamento sui dispositivi medici e dei nuovi modelli organizzativi del settore.

Sul piano economico, il trattamento economico minimo per il livello medio B1 prevede un incremento complessivo pari a 180 euro nel triennio. Gli aumenti saranno erogati attraverso quattro tranches: 50 euro da maggio 2026, 20 euro da dicembre 2026, 50 euro da ottobre 2027 e ulteriori 60 euro da ottobre 2028.

L'accordo introduce inoltre un credito

welfare pari a 100 euro, confermando l'attenzione delle Parti verso strumenti in grado di sostenere non soltanto la dimensione lavorativa ma anche la sfera personale e familiare dei lavoratori. Previsti anche interventi di rafforzamento

dei due principali pilastri della bilateralità contrattuale: l'assistenza sanitaria integrativa e la previdenza complementare. In particolare, è stato previsto un incremento di 3 euro del contributo destinato al fondo sanitario integrativo

a



FASIL a partire dal 2028, oltre ad un aumento della contribuzione destinata al fondo pensione Previmoda. "Questo rinnovo rappresenta un passo importante anche verso una maggiore qualificazione del settore e una più chiara perimetrazione contrattuale delle attività rappresentate – conclude Matteo Nevi – In una fase di profonda trasformazione del mercato del lavoro e dei servizi, abbiamo scelto di rafforzare strumenti come welfare, bilateralità, relazioni industriali e contrasto al dumping, senza dimenticare il tema centrale della sostenibilità economica degli appalti pubblici e del necessario adeguamento dei costi nelle gare, elemento indispensabile per garantire qualità dei servizi, occupazione e continuità industriale". •



NEST STS consente di:

- eliminare le perdite di vapore tipiche degli scaricatori di condensa tradizionali.
- azzerare gli interventi di manutenzione
- massimizzare le performance di impianti e macchinari ove viene installato.
- porre fine a sprechi ed ottimizzare i consumi, risparmiando energia dal 10% al 30%.

NEST

Scaricatori di Condensa ad alta efficienza

conformi ai criteri minimi ambientali CAM

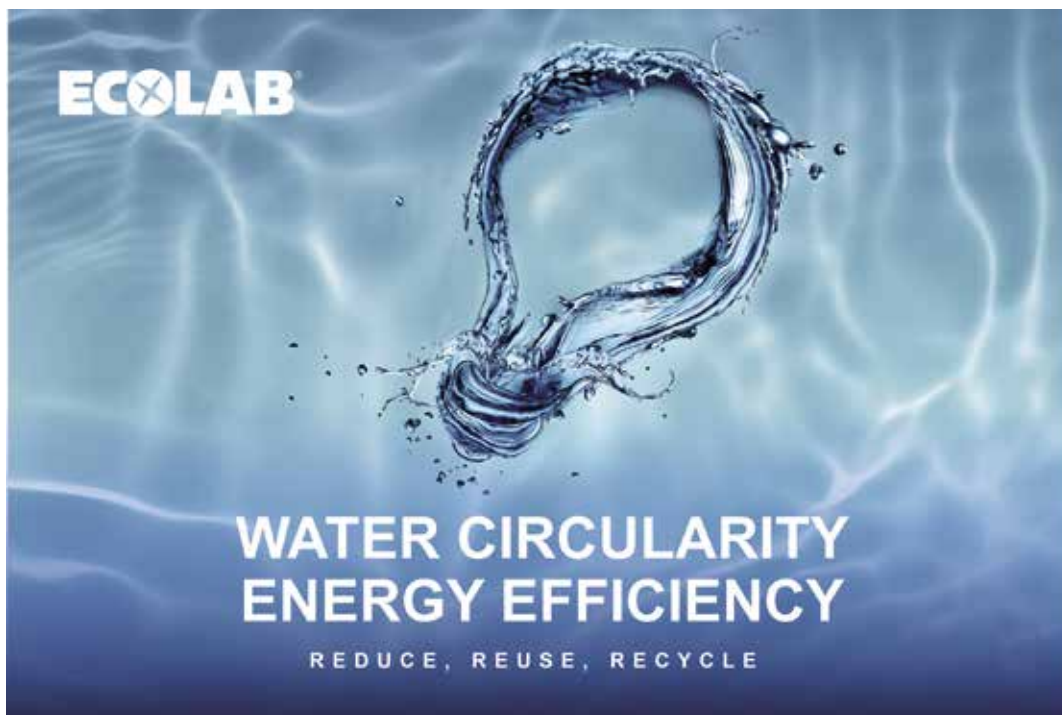
Il tuo impianto vapore è efficiente?

Richiedici un Check Survey!

Eseguiamo un'analisi completa, professionale e certificata per conoscere consumi, sprechi e possibili interventi di ottimizzazione e efficientamento del tuo impianto vapore!



www.nuovafolati.it



Rafforzare la resilienza idrica e l'efficienza operativa

Advancing water resilience and operational efficiency

La strategia 3R di Ecolab, articolata in più fasi, aiuta le lavanderie a migliorare l'efficienza operativa e a ottenere risultati più sostenibili, proteggendo al contempo le risorse critiche.

La lavanderia Barth Slijkhuis ne è un chiaro esempio, avendo ridotto del 40% il consumo di acqua dolce e del 12% il consumo di energia termica grazie alle soluzioni Ecolab di filtrazione e riutilizzo dell'acqua

Da oltre un secolo, **Barth Slijkhuis BV** utilizza acqua sorgiva naturale per le proprie operazioni di lavanderia. Dal 1898, anno in cui il mulino Nagedacht fu convertito in lavanderia, il sito ha sviluppato una lunga tradizione industriale e oggi resta l'unica lavanderia del Veluwe a lavare con acqua sorgiva a basso contenuto di calcare.

In un contesto di crescente pressione sulle risorse idriche e di normative più stringenti, l'uso responsabile dell'acqua è diventato una priorità strategica. In partnership con Ecolab, l'azienda ha avviato un percorso di circolarità dell'acqua capace di migliorare l'efficienza idrica e ridurre al contempo il fabbisogno energetico per il riscaldamento dell'acqua di processo.

Ecolab's 3R multi-step strategy helps laundries improve operational efficiency and achieve more sustainable results while protecting critical resources.

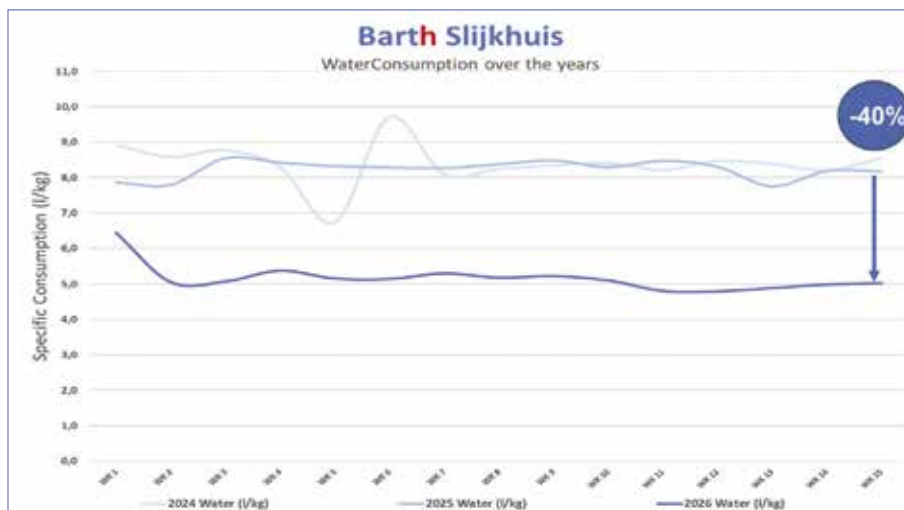
Barth Slijkhuis laundry is a clear example, having reduced freshwater use by 40% and thermal energy consumption by 12% through Ecolab water filtration and reuse solutions

For more than a century, **Barth Slijkhuis BV** has relied on natural spring water for its laundry operations. Originally powering three paper mills on the site, this unique source has supported the laundry since 1898, when the Nagedacht mill was converted. Today, Barth Slijkhuis remains the only laundry in the Veluwe still washing with low-lime spring water.

As regulations evolve and pressure on regional water resources increases, responsible water use has become a strategic priority. Building on its long tradition of water stewardship, the laundry continues to adapt its processes to reduce freshwater consumption without compromising hygiene, quality, or productivity.

Together with Ecolab, Barth Slijkhuis has moved beyond compliance toward a scalable water circularity journey, improving water efficiency while also reducing the energy needed to heat process water.

Ecolab recommended a phased approach focused first on filtration and water reuse rather than advanced wastewater recycling. Guided by the **3R strategy – Reduce, Reuse, Recycle** – the project began with wash process optimization and expanded through tailor-made water and energy improvements.



Seguendo la strategia **3R di Ecolab – Reduce, Reuse, Recycle** – il progetto è partito dall’ottimizzazione del lavaggio e si è sviluppato con soluzioni su misura di filtrazione, riutilizzo dell’acqua ed efficientamento energetico, senza ricorrere subito a sistemi avanzati di riciclo delle acque reflue.

Gli interventi più recenti si basano su investimenti progressivi: prime infrastrutture di recupero acqua ed energia nel 2007–2008, riciclo dell’acqua della pressa nel 2014 e seconda lavacina installata nel 2019. Oggi, grazie a sistemi avanzati di filtrazione, riutilizzo e press water recycling, tutta l’acqua di processo può passare attraverso l’**Energy Optimizer**, consentendo il recupero completo di acqua ed energia.

La **soluzione integrata R2** ha inoltre permesso di riutilizzare l’acqua del tunnel dedicato alla biancheria bianca per alimentare un secondo tunnel destinato a tessuti colorati e uniformi, riducendo lo squilibrio idraulico, limitando l’apporto di acqua dolce e recuperando energia termica altrimenti dispersa.

Il progetto genera oggi un risparmio annuo del 40% sull’acqua e del 12% sul gas.

Le prossime fasi prevedono l’installazione completa dei sensori Ecolab per acqua e gas, la valutazione di ulteriori opportunità di recupero del calore, inclusi i flussi d’aria di scarico, e l’ottimizzazione continua tramite monitoraggio in tempo reale con Wash Process Intelligence. •

The latest upgrades build on previous investments made in 2007–2008, the addition of press water recycling in 2014, and a second CBW installed in 2019.

Today, thanks to advanced filtration, reuse solutions, and press water recycling, all process water can be routed through the **Energy Optimizer**, enabling full recovery of both water and thermal energy.

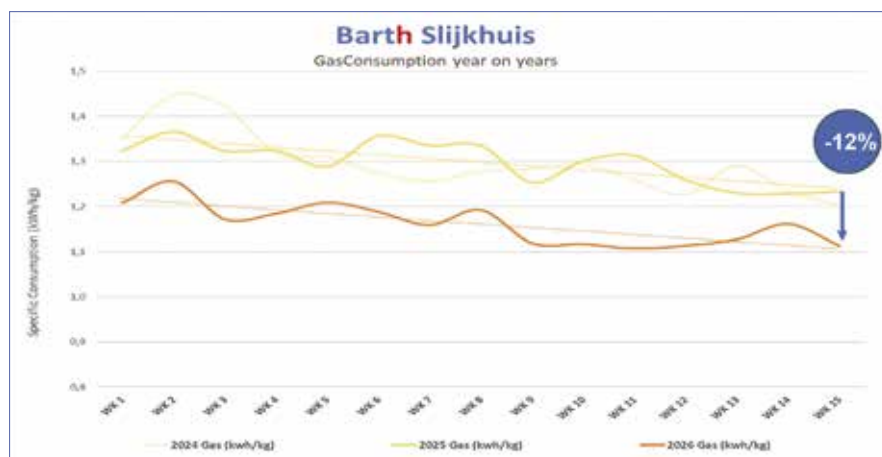
System integration also allows press water to be reused across several rinse compartments, further optimizing water and energy flows.

Ecolab implemented an integrated **R2 water reuse solution**, reusing water from the tunnel washer for white linen to supply a second tunnel processing colored textiles and uniforms. This reduced hydraulic imbalance, minimized freshwater intake, and recovered thermal energy that would otherwise be lost.

By adopting the second phase of the 3R strategy, the laundry achieved significant savings in spring water use while improving overall energy efficiency.

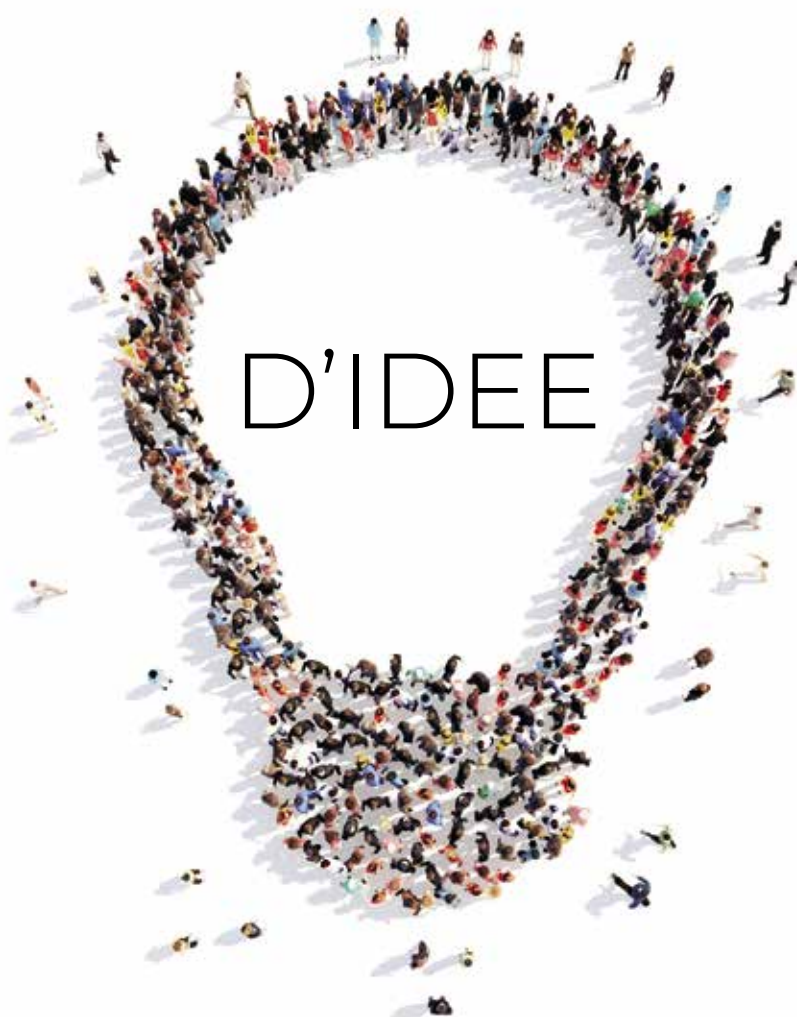
The project is currently delivering annual savings of 40% in water and 12% in gas.

Next steps include the full installation of Ecolab water and gas sensors, evaluation of further heat recovery opportunities – including exhaust air streams – and continuous optimization through real-time monitoring with Wash Process Intelligence. •





ASSOCIAZIONE



LAVANDERIA PROFESSIONALE AIFL
TECNOLOGIA AIFL
IDEE AIFL
PROGRESSO AIFL
NETWORK AIFL
SVILUPPO ECOSOSTENIBILE AIFL

ASSOCIAZIONE ITALIANA FORNITORI LAVANDERIE
tutela, promuove, sostiene le aziende associate
con idee e progetti comuni
per un settore in continua evoluzione





REPORTAGE

SELF-SERVICE, QUALI LE TRAIETTORIE DEL CAMBIAMENTO?

SELF-SERVICE LAUNDRIES, WHAT ARE THE PATHS TO CHANGE?

Negli ultimi anni le lavanderie self-service hanno seguito traiettorie di cambiamento significative, evolvendosi da semplici spazi funzionali a luoghi ibridi e sempre più tecnologici. La crescita è trainata da nuovi modelli di consumo, dall'urbanizzazione e da una forte attenzione a igiene, sostenibilità ed efficienza energetica. Sul piano tecnico, si diffondono macchinari con sensori intelligenti che regolano automaticamente acqua e detersivi, sistemi di sanificazione a ozono e controllo da remoto tramite app, che permettono di monitorare i cicli e ridurre gli sprechi.

Il confronto con le aperture all'estero, soprattutto in Europa e negli Stati Uniti, evidenzia format ancora più evoluti: casse automatiche cashless, integrazione con piattaforme digitali e gestione centralizzata degli impianti. Cresce anche l'offerta di servizi specializzati e personalizzati. In questo scenario, la lavanderia non è più solo un luogo di passaggio, ma diventa spazio di socialità: ambienti curati, connessione Wi-Fi e aree relax trasformano l'attesa in un momento di relazione, contribuendo a creare micro-comunità urbane e a ridefinire il ruolo sociale di questi spazi. Qual è secondo la vostra esperienza e modello di business la strada da percorrere?

Self-service laundries are undergoing a significant evolution, shifting from mere functional spaces to hybrid, technologically advanced environments. This transformation is propelled by new consumption patterns, urbanization, and a heightened focus on hygiene, sustainability, and energy efficiency. From a technological perspective, the sector is advancing rapidly through the adoption of intelligent systems, including machines equipped with smart sensors capable of automatically regulating water and detergent consumption, ozone-based sanitization technologies, and app-controlled remote management solutions designed to monitor cycles and reduce waste. International markets, particularly in Europe and the US, already showcase even more advanced models, characterized by cashless payment systems, integration with digital platforms, and centralized management of entire laundry networks. The expansion of specialized and personalized services further underscores this shift. Carefully designed interiors, Wi-Fi connectivity, and relaxation areas are transforming waiting times into moments of connection, fostering urban micro-communities and redefining the social role of these establishments. Which do you believe will be the future direction of the sector, based on your experience and business model?



Il mercato delle lavanderie self-service continua a crescere in Italia, trasformandosi da semplice servizio di quartiere a vero modello di business. A tracciare il quadro sono **Stefano Randon, Area Manager Far East, USA, Canada e UK**, e **Fabrizio Giomo, Area Manager Italia di IMESA SpA**, azienda specializzata nella produzione di macchine per il lavaggio professionale.

“Negli ultimi anni il settore ha registrato una crescita significativa, espandendosi dalle grandi città fino ai piccoli comuni”, spiega Giomo. “Per molti operatori rappresenta oggi una seconda fonte di reddito e un’interessante opportunità di investimento.

Parallelamente è aumentato l’interesse di nuovi imprenditori, spesso attratti dal comparto senza conoscerne fino in fondo le esigenze tecniche e gestionali. Anche la clientela è cambiata: il pubblico delle lavanderie self-service è sempre più ampio ed eterogeneo”.

“Sul fronte internazionale, gli Stati Uniti restano il mercato di riferimento. Le laundromat americane hanno dimensioni molto più grandi rispetto a quelle europee e i sistemi di pagamento tradizionali sono ormai stati completamente sostituiti da soluzioni cashless”, osserva Randon.

The self-service laundry market continues to expand in Italy, evolving from a simple neighborhood service into a structured and increasingly sophisticated business model. Providing an overview of the sector are **Stefano Randon, Area Manager Far East, USA, Canada e UK** and **Fabrizio Giomo Area Manager Italy of IMESA SpA**, a company specialized in producing professional laundry equipment.

“In recent years, the sector has experienced significant growth, extending from major urban centers to smaller towns,” explains Giomo. “For many operators, it has become both a secondary source of income and an attractive investment opportunity.

At the same time, interest from new entrepreneurs has increased, often driven by the appeal of the market without a full understanding of its technical and managerial complexities. The customer base has also evolved considerably: users of self-service laundries are now increasingly diverse”.

“Internationally, the United States remains the benchmark market. American laundromats are substantially larger than their European counterparts, and traditional payment systems have now been almost entirely replaced by cashless solutions,” adds Randon.

LAVANDERIA SELF-SERVICE SELF-SERVICE LAUNDRY

Secondo Giomo, anche il comportamento dei clienti italiani presenta caratteristiche peculiari: “l’utente italiano ha aspettative molto elevate sulla qualità del lavaggio e tende a utilizzare il self-service soprattutto per capi ingombranti o difficili da gestire in casa. La clientela straniera, invece, lo utilizza abitualmente per ogni tipo di bucato”.

“Il settore sta inoltre evolvendo verso modelli di servizio più complessi e integrati. Nelle grandi città, dove molte lavanderie restano aperte 24 ore su 24, questi spazi stanno diventando veri punti di riferimento per studenti, lavoratori turnisti, single e turisti. L’apertura h24 richiede però investimenti importanti in sicurezza, videosorveglianza e controllo accessi”, sottolinea Giomo. “In questo contesto, aggiunge, la diffusione dei pagamenti digitali rappresenta anche uno strumento di prevenzione contro furti e vandalismi”.

“La digitalizzazione è ormai un elemento centrale. Oggi quasi tutte le funzionalità possono essere gestite tramite app”, afferma Randon. “Imesa è stata tra le prime aziende del settore a introdurre sistemi Wi-Fi IoT e piattaforme dedicate alla gestione delle lavanderie self-service. La prossima frontiera sarà la manutenzione predittiva, con sistemi capaci di monitorare le macchine da remoto e prevenire eventuali guasti. Accanto all’innovazione tecnologica, restano centrali sostenibilità, riduzione dei consumi e analisi del ciclo di vita dei prodotti”.

According to Giomo, Italian consumers also display distinctive habits: “Italian customers have particularly high expectations regarding washing quality and generally use self-service laundries mainly for bulky items or garments that are difficult to manage at home. Foreign customers, by contrast, are more accustomed to using laundromats for all types of laundry.”

“The sector is also moving toward more integrated and sophisticated service models. In large cities, where many laundries operate 24 hours a day, these spaces are becoming genuine points of reference for students, shift workers, single people, and tourists. However, operating around the clock requires substantial investment in security systems, video surveillance, and access control,” points out Giomo. “In this context, the widespread adoption of digital payments also serves as an effective tool for reducing theft and vandalism.”

“Digitalization is now central to the industry. Today, almost every function can be managed through dedicated apps,” says Randon. “IMESA was among the first companies in the sector to introduce Wi-Fi IoT systems and dedicated management platforms for self-service laundries. The next frontier will be predictive maintenance, with technologies capable of remotely monitoring machines and preventing potential breakdowns before they occur. Alongside technological innovation, sustainability, reduced consumption, and product life-cycle analysis remain strategic priorities.”



“IMESA non si limita alla vendita dei macchinari ma accompagna il cliente nella progettazione completa dell’attività: dalla scelta della location agli aspetti tecnici e impiantistici. Offriamo supporto anche nello sviluppo del layout del locale, lasciando però piena libertà di personalizzazione”, spiega Giomo. “Diversamente da altri operatori, Imesa non impone formule di franchising, anche se negli Stati Uniti questo modello continua a essere dominante e sta iniziando a diffondersi anche in Italia”.

“Guardando al futuro, Randon immagina una convergenza tra lavanderia self-service e servizi “drop & wash”, fino ad arrivare al modello “drop, wash & fold”, che include consegna, lavaggio e piegatura dei capi. È una formula ad alto valore aggiunto che risponde alle esigenze di un cliente sempre più orientato al risparmio di tempo”.

“Tra dieci anni”, conclude Giomo, “le lavanderie saranno probabilmente più grandi, digitalizzate e multifunzionali, con offerte personalizzate, programmi di lavaggio su misura e numerosi processi automatizzati. I piccoli punti di quartiere continueranno a esistere, ma avranno un ruolo sempre più complementare rispetto ai nuovi format evoluti”.

“IMESA does not simply supply machinery; it supports customers throughout the entire business development process, from site selection to technical planning and installation,” explains Giomo. “We also assist in designing the store layout while leaving clients complete freedom of customization. Unlike some competitors, IMESA does not impose franchise models, although franchising continues to dominate in the United States and is gradually gaining ground in Italy as well.”

Looking ahead, Randon foresees increasing convergence between traditional self-service laundries and “drop & wash” services, ultimately evolving into “drop, wash & fold” models that include garment collection, washing, and folding. “It is a high value-added formula designed to meet the needs of consumers who are increasingly focused on convenience and time-saving services,” he notes.

“In ten years,” Giomo concludes, “laundries will likely be larger, more digitalized, and multifunctional, offering personalized services, customized washing programs, and a wide range of automated processes. Small neighborhood laundries will continue to exist, but their role will increasingly complement these new, more advanced formats.”

STAZIONI MULTISERVIZIO MULTISERVICE STATIONS

Nel mondo delle lavanderie self-service si parla spesso di macchine, consumi energetici, layout, casse automatiche e design dei punti vendita. Molto meno, invece, di quello che accade “dietro le quinte”: la gestione delle acque reflue. Eppure è proprio qui che si sta giocando una delle partite più delicate per il settore.

A raccontarlo è **Luca Dal Lago Amministratore e Responsabile Tecnico e Sviluppo di ITALHYDRO**, azienda specializzata nel trattamento delle acque in ingresso e reflue, che negli ultimi mesi ha registrato una crescita della domanda proveniente proprio dal comparto delle lavanderie self-service.

Il motivo?

“Un quadro normativo diventato più rigoroso, con controlli sempre più frequenti sugli scarichi delle lavanderie, oggi spesso assimilati a quelli industriali. Fino a qualche anno fa molte piccole lavanderie self-service venivano considerate assimilabili al civile.

Oggi invece lo scarico viene sempre più spesso classificato come industriale, soprattutto in base ai quantitativi trattati e ai parametri delle acque reflue”.

Un cambiamento che ha costretto molti operatori ad adeguarsi. Da qui nasce l’idea di sviluppare un sistema compatto, pensato specificamente per il mondo self-service.

In the world of self-service laundries, discussion often revolves around machines, energy consumption, layouts, automatic payment systems and store design. Far less attention is paid to what happens “behind the scenes”: wastewater management. Yet this is precisely where one of the sector’s most critical challenges is emerging.

According to **Luca Dal Lago, Managing Director and Technical & Development Manager at ITALHYDRO**, the demand for wastewater treatment solutions from the self-service laundry sector has increased significantly in recent months.

The reason lies in an evolving regulatory framework

“Controls on laundry wastewater discharges have become increasingly strict. Today, these discharges are often classified as industrial wastewater. Until a few years ago, many small self-service laundries were considered comparable to domestic activities. Now, classification increasingly depends on treated volumes and wastewater parameters.”

This regulatory shift has forced many operators to adapt, leading to the development of compact treatment systems specifically designed for self-service laundries.

An “invisible filter” for self-service laundries...

“Our flagship solution is the ITH - LAVASELF 600, a compact



Mi parlava di un “filtro invisibile” che cambia il self-service...

“Il nostro prodotto di punta si chiama ITH - LAVASELF 600 un impianto compatto a carboni attivi progettato per trattare piccoli volumi d’acqua, tipici delle lavanderie di quartiere. Il principio è semplice quanto efficace: le acque provenienti dalle lavatrici vengono raccolte in una vasca, completa di filtro a griglia e convogliate verso un sistema di filtrazione a carboni attivi, capace di trattenere carichi organici e residui chimici attraverso un processo fisico di assorbimento. Le porosità del carbone attivo catturano le molecole dei detersivi e le particelle organiche. È una tecnologia semplice da gestire, ma molto efficace. La capacità di trattamento del modello più diffuso è di circa 600 litri l’ora, dimensionata per lavanderie con scarichi attorno ai due metri cubi giornalieri”.

activated-carbon system developed to treat the relatively small water volumes typical of small local laundries. The process is based on a straightforward but highly effective principle. Water discharged from washing machines is first collected in a tank equipped with a grid filter, then directed through an activated-carbon filtration system capable of retaining organic loads and chemical residues through physical absorption.

The pores of the activated carbon capture detergent molecules and organic particles. It is a technology that is easy to manage yet highly efficient. The standard system is designed to treat approximately 600 liters of water per hour, making it suitable for laundries generating around two cubic meters of wastewater per day.”

MACCHINE PER IL LAVAGGIO WASHING MACHINES

Ma la vera sfida non era solo tecnica.

Era soprattutto logistica...

“Le lavanderie self-service hanno pochissimo spazio disponibile, per questo abbiamo sviluppato sistemi plug and play con vasca incorporata, progettati per essere installati nei locali tecnici senza impattare sul layout del negozio. Vediamo numeri in crescita anno dopo anno. Molti installatori e rivenditori di lavanderie ci chiedono ormai direttamente questo tipo di soluzione. Il tema, infatti, potrebbe presto diventare strutturale per tutto il comparto self-service: chi progetta lavanderie “chiavi in mano” dovrà sempre più integrare anche il trattamento delle acque reflue”.

However, the real challenge was not only technical, but moreover logistical...

“Self-service laundries typically have very limited technical space available. For this reason, we developed plug-and-play systems with integrated tanks, specifically designed for installation in technical rooms without affecting the store layout. Demand for these systems continues to grow. Many installers and suppliers of self-service laundries now request this type of solution directly from us. Wastewater treatment is likely to become a structural component of the sector. Companies designing turnkey laundries will increasingly need to integrate water treatment systems into their projects.”

Passate senza soluzione di continuità dalle lavanderie di quartiere... alla Bundesliga

“Lei si riferisce al caso curioso che dimostra come una tecnologia nata per piccoli impianti possa spingersi molto più in alto. Abbiamo sviluppato una soluzione speciale per il Werder Brema, storico club della Bundesliga tedesca. In questo caso il sistema è stato integrato con un impianto di recupero dell’acqua e abbattimento delle microplastiche destinato alla lavanderia interna della squadra. Il progetto aveva anche una forte componente d’immagine. Dal nostro sistema base siamo arrivati a una soluzione molto più complessa, derivata dalle tecnologie industriali. Un’applicazione lontana dalle classiche lavanderie self-service di quartiere, ma che dimostra quanto il tema dell’acqua – tra sostenibilità, normativa e risparmio – sia destinato a diventare sempre più centrale anche nel mondo del lavaggio automatico”.

From small local laundries to... Bundesliga

“The technology has also found applications beyond the self-service sector. One notable example is a project developed for Werder Bremen, the historic German Bundesliga club. In this case, we created a customized solution integrated with a water recovery and microplastic reduction system for the club’s internal laundry facility. The project also had a strong sustainability and image component. Starting from a compact system originally designed for small laundries, the company developed a far more advanced industrial-scale application. It is a completely different context from a neighbourhood self-service laundry, but it demonstrates how water management - between sustainability, regulation and cost optimization - is becoming increasingly central across the entire automated laundry sector.”

“Il processo di forte trasformazione dei self-service iniziato nei primi anni Duemila si è ormai compiuto”, spiega **Marco Niccolini**,

“The profound transformation process of self-service laundries that began in the early 2000s has now been completed,” explains



Global Sales and Marketing Director di RENZACCI SpA.

“Oggi il self-service è utilizzato da tutti e questo ha modificato profondamente sia il tipo di servizio richiesto sia il modo in cui le lavanderie vengono progettate e gestite. Uno dei cambiamenti più evidenti riguarda la tipologia di lavaggi. Cresce infatti la richiesta di trattare capi ingombranti e voluminosi: piumoni, copridivani, tende e trapunte sono oggi tra gli articoli più frequentemente portati nelle lavanderie self-service. Le tradizionali macchine da 5 o 6 kg non rappresentano più la risposta ideale per chi investe nel settore. Oggi le macchine vanno valutate più in termini di volume che di semplice capacità.

L'evoluzione del mercato riguarda anche il modello di business. Gli investitori cercano sempre più partner in grado di offrire un supporto completo: dalla progettazione del punto vendita al training operativo, fino all'assistenza tecnica e al marketing. Il vero valore aggiunto oggi è il servizio a 360 gradi. Non basta vendere le macchine: bisogna accompagnare il cliente prima, durante e dopo l'apertura.

Marco Niccolini, Global Sales and Marketing Director at RENZACCI SpA.

“Today, self-service is used by everyone, and this has profoundly changed both the type of service required and the way laundries are designed and managed. One of the most evident changes concerns the type of washes. There is a growing demand to treat bulky and voluminous items such as: duvets, sofa covers, curtains, and quilts are now among the most frequently brought items to self-service laundries. Traditional 5 or 6 kg machines are no longer the ideal solution for those investing in the sector. Today, machines should be evaluated more in terms of volume than simple capacity.

The market evolution extends to business models, with investors increasingly seeking comprehensive partnership. Real added value today is 360-degree service. It's not enough to sell machines; you must accompany the customer before, during, and after opening. This includes store design, operational training, technical assistance, detergent supply, and even location selection support.

ESSICCATOI TUMBLE DRYERS

Un ruolo centrale è assunto dal digitale. Gli imprenditori apprezzano la possibilità di monitorare in tempo reale l'andamento della lavanderia, controllare i cicli effettuati, confrontare gli incassi e intervenire rapidamente in caso di anomalie o guasti. La connettività diventa così uno strumento operativo e gestionale strategico. Il cliente apprezza soprattutto la comodità: parcheggio, facilità di accesso e servizi accessori.

Tra questi, stanno crescendo rapidamente i servizi di disinfezione dedicati ad articoli che non necessitano di lavaggio tradizionale. Dopo la pandemia, la sensibilità verso igiene e sanificazione è aumentata sensibilmente, soprattutto tra famiglie, anziani e soggetti fragili. Oggi molti clienti portano a disinfettare caschi, passeggini, giochi per bambini o valigie. La lavanderia diventa un punto di riferimento non solo per il lavaggio, ma anche per la sanificazione. In crescita anche il “Pet Corner”, servizio dedicato agli accessori degli animali domestici, sempre più richiesto nelle lavanderie di nuova generazione”.

Sul piano internazionale, Niccolini evidenzia una specificità del modello italiano rispetto a quello europeo e statunitense. “Nel nostro mercato è molto diffusa la richiesta di dosaggi automatici non solo di detersivi e ammorbidenti, ma anche di prodotti igienizzanti”, afferma. “Il modello italiano punta molto sul concetto di pulito associato a salute e sicurezza. Negli Stati Uniti prevale invece un approccio diverso: più macchine, maggiore frequenza d'uso, ma minore attenzione ai servizi accessori. Il modello europeo - e italiano in particolare - punta invece su spazi più contenuti ma con una

Digitalization plays a central role, enabling entrepreneurs to monitor laundry performance in real-time, track completed cycles, compare revenue, and promptly address anomalies. Connectivity has become a strategic operational and management tool. Convenience is paramount for customers, encompassing accessible parking, easy access, and ancillary services.

Notably, disinfection services for items not requiring traditional washing are experiencing rapid growth, particularly post-pandemic, driven by heightened sensitivity to hygiene among families, the elderly, and vulnerable individuals. Items like helmets, strollers, children's toys, and luggage are increasingly brought for disinfection, positioning laundries as key points for sanitization. The “Pet Corner,” offering services for pet accessories, is also gaining traction in next-generation laundries.”

Niccolini highlights a distinct characteristic of the Italian model compared to European and US counterparts. “In our market, the demand for automatic dosing of sanitizing products, in addition to detergents and softeners, is widespread. The Italian model strongly emphasizes the concept of cleanliness associated with health and safety. This contrasts with the US approach, which favours more machines and higher usage frequency with less emphasis on ancillary services. The European model, particularly in Italy, focuses on smaller spaces but prioritizes a higher average quality of the washing and drying experience.”



maggior qualità media dell'esperienza di lavaggio ed asciugatura". Un altro tema cruciale è quello dei pagamenti. "Bisogna offrire contemporaneamente contanti, moneta elettronica e pagamenti via smartphone", spiega Nicolini. "La diffusione del self-service in tutte le fasce sociali rende inefficace puntare su un solo sistema". Guardando al futuro, il manager vede nell'intelligenza artificiale uno degli elementi destinati a trasformare la gestione delle lavanderie: controllo delle macchine, suggerimenti personalizzati ai clienti e gestione intelligente dei flussi. "Ma la vera sfida sarà trovare un equilibrio tra innovazione, sostenibilità economica e tutela dei dati personali".

Secondo **Fabrizio Gandolfi, distributore esclusivo a livello nazionale per le lavanderie self-service** aperte al pubblico di **ELECTROLUX PROFESSIONAL**, oggi il cliente non cerca più soltanto un luogo dove lavare i propri capi, ma un'esperienza completa fatta di qualità, comfort e servizi aggiuntivi.

"Le lavanderie si sono trasformate. Prima erano utilizzate soprattutto da chi non aveva la lavatrice o viveva fuori casa. Oggi il cliente vuole qualità nel lavaggio e nell'asciugatura, ambienti moderni, spazi relax, aree snack e servizi integrati".

Another crucial issue is payments. "You need to offer cash, electronic money, and smartphone payments simultaneously," explains Nicolini. "The spread of self-service across all social segments makes it ineffective to rely on only one system."

Looking ahead, Nicolini sees artificial intelligence as a transformative element for laundry management, impacting machine control, personalized customer suggestions, and intelligent flow management. "But the real challenge will be finding a balance between innovation, economic sustainability, and personal data protection," he concluded.

According to **Fabrizio Gandolfi, representative for ELECTROLUX PROFESSIONAL in Italy for the self-service laundry sector**, today's customers are no longer seeking simply a place to wash their clothes, but a complete experience defined by quality, comfort, and additional services.

"Laundries have changed significantly. In the past, they were mainly used by people without a washing machine or living away from home. Today, customers expect high standards in washing and drying performance, modern environments, relaxation areas, snack zones, and integrated services."

PAGAMENTI DIGITALI DIGITAL PAYMENTS

Che cosa sta cambiando questo settore?

"L'ingresso diretto dei grandi produttori nel mercato, oppure attraverso partner esclusivisti, ha contribuito ad alzare il livello qualitativo del settore. Nel caso di Electrolux Professional, il canale self-service viene gestito tramite la nostra rete esclusiva nazionale attiva dal 1992, con diversi format tra cui OndaBlu, Lavagettone e Freewash. OndaBlu rappresenta il marchio più strutturato: un franchising "leggero", senza fee d'ingresso e con royalties restituite sotto forma di consumabili. L'obiettivo è garantire standard uniformi in tutta Italia: stessi macchinari, stessi programmi di lavaggio e stessa qualità del servizio".

Qual è per voi il valore aggiunto?

"Uno dei principali punti di forza di Electrolux Professional è proprio la riconoscibilità del marchio, elemento importante in un'attività rivolta direttamente al consumatore finale. Il cliente sa cosa aspettarsi quando entra in una lavanderia con macchine Electrolux Professional: qualità, affidabilità e rispetto dell'ambiente. Grande attenzione viene riservata anche alla personalizzazione dei programmi di lavaggio. A differenza di molte realtà concorrenti, i programmi vengono differenziati in base ai tessuti, regolando non solo temperatura ma anche l'azione meccanica, i livelli dell'acqua e la detergenza utilizzata".

What is driving change in the sector?

"The entry of major manufacturers directly into the market, or through exclusive partners, has contributed to raising the overall quality level of the industry. In the case of Electrolux Professional, the self-service channel has been managed through our exclusive national network since 1992, with different formats including OndaBlu, Lavagettone, and Freewash. OndaBlu represents the most structured brand: a "light" franchise model with no entry fees and royalties reinvested in the form of consumables. The objective is to ensure uniform standards across Italy - identical machines, wash programs, and service quality."

What is your added value?

"One of the key strengths of Electrolux Professional is precisely the brand recognizability, an important element in a business that interacts directly with end consumers. Customers know what to expect when they enter a laundry equipped with Electrolux Professional machines: quality, reliability, and environmental responsibility. Special attention is also given to the customization of washing programs. Unlike many competitors, programs are differentiated according to fabric type, adjusting not only temperature but also mechanical action, water levels, and detergent usage."



In termini di business...

“Il business si dimostra altamente replicabile. Il nostro network conta circa 1.000 lavanderie sviluppate da 350 investitori, con una media di 2-3 punti vendita per cliente. Chi apre spesso reinveste e apre altre lavanderie. Un altro elemento centrale è il supporto completo offerto agli investitori: analisi geo-marketing, progettazione, pratiche burocratiche, impianti, ricerca di finanza agevolata e assistenza post-vendita”.

Possiamo cercare di delineare il futuro del settore, come lo immagina?

“Guardando al futuro, immaginiamo lavanderie sempre più digitali e automatizzate. Cresce infatti il peso dei pagamenti cashless, che in alcune strutture supera già il 65% delle transazioni. È inoltre in sviluppo una nuova app, “Flow Wash”, che consentirà agli utenti di verificare le macchine disponibili, pagare tramite QR code e individuare la lavanderia più vicina del network. Tra le nuove frontiere anche l'introduzione di sistemi di stiratura self-service automatizzati e spazi sempre più orientati alla socialità e al tempo libero. Infine, il settore guarda anche al pet care: molte lavanderie stanno introducendo aree dedicate al lavaggio di accessori per animali domestici, utilizzando detersivi specifici e ipoallergenici”. Per Gandolfi il futuro del self-service sarà quindi sempre più orientato a qualità, tecnologia e servizi integrati, trasformando la lavanderia in uno spazio moderno, multifunzionale e ad alto potenziale imprenditoriale.

In terms of business...

“The model is highly replicable. Our network includes approximately 1.000 laundries developed by 350 investors, with an average of two to three stores per client. Many operators who open a first location tend to reinvest and expand further. Another key element is the comprehensive support provided to investors, including geo-marketing analysis, design, administrative procedures, plant installation, access to subsidized financing, and after-sales assistance.”

How do you see the future of the sector?

“Looking ahead, we expect increasingly digital and automated laundries. Cashless payments are becoming more widespread, already accounting for more than 65% of transactions in some facilities. A new app, “Flow Wash,” is also under development, enabling users to check machine availability, pay via QR code, and locate the nearest laundry within the network. Other emerging developments include automated self-service ironing systems and spaces increasingly oriented toward social interaction and leisure. Finally, the sector is also exploring pet-related services, with many laundries introducing dedicated areas for washing pet accessories using specific, hypoallergenic detergents.” For Fabrizio Gandolfi, the future of self-service laundry will therefore be increasingly defined by quality, technology, and integrated services - transforming laundries into modern, multifunctional spaces with strong entrepreneurial potential.

PET CORNER

Il settore delle lavanderie industriali guarda sempre più all'automazione e ai servizi self-service. Tra le soluzioni più innovative che stanno emergendo sul mercato c'è “Bianco24”, il sistema sviluppato da **KONA Srl** in collaborazione con **ABG SYSTEMS**, pensato per la gestione automatizzata della biancheria destinata soprattutto a B&B, case vacanza e affittacamere. A spiegarci i dettagli del progetto è **Dino Guidetti, Responsabile Commerciale di KONA Srl**.

Come nasce Bianco24 e quale problema risolve?

“Il locker intelligente nasce da una necessità molto concreta delle lavanderie industriali: gestire in modo efficiente la clientela di piccole dimensioni, che spesso risulta costosa da servire attraverso i canali tradizionali di ritiro e consegna. Il sistema funziona tramite armadi automatizzati accessibili 24 ore su 24 tramite app e QR code. Il cliente, dopo la registrazione e il pre-caricamento del credito, può ritirare i kit di biancheria pulita e riconsegnare quella sporca in totale autonomia, con un monitoraggio costante e sicuro di ogni operazione. Il vero cuore della piattaforma è il software proprietario sviluppato da Kona.

“In the industrial laundry sector, there's a growing focus on automation and self-service solutions. Among the most innovative systems currently emerging on the market is “Bianco24,” a system developed by **KONA Srl** in collaboration with **ABG SYSTEMS**, designed for the automated management of linen primarily intended for B&Bs, holiday homes, and guesthouses. Explaining the project is **Dino Guidetti, the Sales Manager of KONA Srl**.

How was Bianco24 created and what problem does it solve?

“The smart locker system was developed in response to a very concrete need within the industrial laundry sector: efficiently managing small-scale customers, who are often costly to serve through traditional collection and delivery channels. The system operates through automated lockers accessible 24 hours a day via app and QR code. After registration and credit preloading, customers can independently collect clean linen kits and return used laundry, while every operation is monitored securely and continuously. The true core of the platform is the proprietary software developed by Kona.



La vera particolarità sta nel fatto che il numero degli sportelli non corrisponde al numero dei clienti servibili: un locker da 12 sportelli, infatti, può arrivare a gestire un numero molto superiore di strutture ricettive, grazie a una logica software che ottimizza i flussi di consegna e restituzione. Inoltre, la tecnologia RFID consente la completa tracciabilità dei capi: ogni prelievo o riconsegna aggiorna automaticamente il magazzino virtuale del cliente e quello della lavanderia, con tempi di sincronizzazione inferiori al minuto”.

Per quale tipologia di capi viene utilizzato, nello specifico, questo servizio?

“Attualmente il sistema viene impiegato soprattutto per la biancheria piana e da bagno destinata al settore dell'ospitalità diffusa, come B&B e affittacamere. La restituzione dei capi sporchi avviene tramite basket dedicati che identificano automaticamente quantità e tipologia dei prodotti inseriti. All'occorrenza, i locker possono essere utilizzati anche per distribuire kit di cortesia, prodotti per le pulizie o altri accessori destinati agli ospiti delle strutture.

The real innovation lies in the fact that the number of compartments does not correspond directly to the number of customers served. A locker with 12 compartments can actually manage a much larger number of accommodation facilities thanks to software logic that optimizes delivery and return flows.

Furthermore, RFID technology enables complete garment traceability: every pickup and return automatically updates both the customer's and the laundry's virtual inventory, with synchronization times of less than one minute.”

For what types of items is the system specifically designed for?

“Currently, the platform is mainly used for flat linen and bathroom linen intended for the short-term hospitality sector, including B&Bs and guesthouses. Used items are returned through dedicated baskets capable of automatically identifying both the quantity and type of products inserted. When required, the lockers can also be used to distribute courtesy kits, cleaning products, and other accessories intended for guests.”

GESTIONE IMPIANTI A DISTANZA REMOTE FACILITY MANAGEMENT

È invece più complesso, almeno per il momento, l'impiego nel settore degli abiti da lavoro e dei DPI (Dispositivi di Protezione Individuale), che richiederebbe hardware con logiche di distribuzione differenti. Ci tengo a sottolineare che il sistema Bianco24 è completamente modulare e personalizzabile, sia nella configurazione fisica sia nell'interfaccia software, che può essere brandizzata con i loghi e i colori della lavanderia cliente”.

Quali feedback state ricevendo dal mercato?

“La risposta del mercato è estremamente positiva. Sono già cinque i punti self-service operativi sul territorio, e un sesto è in fase di apertura. Si tratta di veri e propri store aperti 24 ore su 24, nati grazie a imprenditori del settore della lavanderia che hanno creduto fortemente nel progetto. I locker non sono gestiti direttamente da Kona, ma vengono acquistati dalle lavanderie industriali o da investitori privati, che utilizzano poi la nostra piattaforma software”. Con la crescita costante dell'ospitalità diffusa e delle formule di gestione automatizzata, il modello dei locker intelligenti è destinato a ritagliarsi uno spazio sempre più centrale nella logistica della biancheria professionale.

Da servizio di quartiere a vero e proprio asset imprenditoriale. Il mercato delle lavanderie self-service in Italia sta vivendo una trasformazione profonda, spinto da investimenti sempre più consistenti, digitalizzazione e nuovi modelli di consumo.

Its application in the workwear and PPE (Personal Protective Equipment) sector is currently more complex, as it would require different hardware and distribution logic. “However,” Guidetti adds, “the Bianco24 system is fully modular and customizable, both in terms of physical configuration and software interface, which can be branded with the logos and colors of the client laundry.”

What feedback are you receiving from the market?

“The market response is extremely positive. There are already five active self-service points in operation, with a sixth opening shortly. These are genuine 24-hour stores created by entrepreneurs in the laundry sector who strongly believed in the project.

The lockers are not managed directly by Kona; they are purchased by industrial laundries or private investors, who then operate them using our software platform.”

With the continuous growth of widespread hospitality models and automated management systems, smart locker solutions are expected to play an increasingly strategic role in the logistics of professional linen services.

From a neighborhood service to a genuine entrepreneurial asset, the self-service laundromat market in Italy is undergoing a profound transformation, driven by increasing investment, digitalization, and evolving consumption models. This evolution is outlined by **Vittorio Maglione, SPEED QUEEN representative** for Italy, a



A raccontarlo è **Vittorio Maglione, referente di SPEED QUEEN** per l'Italia, azienda specializzata nella realizzazione di lavanderie “chiavi in mano” di **ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS**.

“All’inizio erano attività medio-piccole, molto di quartiere, con poche macchine. Oggi invece il mercato sta crescendo con lavanderie grandi e strutturate. Un’evoluzione che riguarda anche il pubblico: «Non è più un servizio pensato soltanto per studenti o comunità straniera. La clientela è diventata trasversale, dall’utenza tradizionale alle piccole attività”.

Quali sono le peculiarità del modello italiano?

“Rispetto agli Stati Uniti – modello di riferimento del settore – il mercato italiano presenta una peculiarità precisa: In America conta soprattutto il servizio. In Italia invece la lavanderia deve essere anche bella, confortevole e accattivante. L’estetica aiuta a creare fiducia. Per questo l’azienda Alliance punta su un modello “concept store”, curando layout, arredi e comunicazione. Noi non vendiamo solo macchinari, ma un format completo».

La formula non è quella del franchising. È una sorta di licenza di marchio, senza royalty. Forniamo il progetto, il concept e un supporto marketing generale”.

company specializing in the turnkey development of laundromats within the **ALLIANCE LAUNDRY SYSTEMS**.

“At the beginning, these were small to medium-sized neighborhood laundry businesses with only a few machines. Today, however, the market is expanding toward larger, more structured laundries. This evolution also extends to the customer base: it is no longer a service reserved solely for students or foreign communities. The clientele has become significantly broader, ranging from traditional users to small businesses.”

What are the characteristics of the Italian model?

“Compared to the United States – long considered the sector’s benchmark model – the Italian sector has a distinctive trait: in America, functionality is the primary focus. In Italy, however, laundries must also be aesthetically appealing, comfortable, and welcoming. Design and appearance play a key role in building trust.” For this reason, Alliance promotes a “concept store” model, overseeing layout design, furnishings, and communication. “We don’t simply sell machines; we provide a complete format,” Maglione explains. The model is not a traditional franchise but rather a brand licensing system without royalties. “We provide the project, the concept, and general marketing support.”

SMART LOCKERS

Quali sono gli elementi di sviluppo che caratterizzano il settore?

“Sul fronte tecnologico il settore corre verso digitalizzazione e controllo remoto. Oggi convivono contanti, carte e app, ma il futuro appare segnato: Tra qualche anno il pagamento sarà quasi tutto cashless. Anche gestione e manutenzione degli impianti sono sempre più monitorate a distanza. Ma il vero cambiamento riguarda il profilo dell’investitore. Oggi il nostro interlocutore guarda soprattutto al ritorno economico. Non entra nel dettaglio delle macchine: vuole sapere quanto può rendere il progetto. Le nuove lavanderie, infatti, hanno dimensioni importanti: la media oggi è di 16-18 macchine, con superfici da almeno 150 metri quadrati. Determinante è soprattutto la scelta della location. Facciamo analisi di geomarketing: popolazione, reddito, densità abitativa. Se una zona non funziona, preferiamo dire di no. La crescita riguarda tutta Italia, dal Nord al Sud, con esempi significativi in Sicilia, Roma, Milano e Torino.

Quali sono le valutazioni di mercato?

Secondo le stime dell’azienda, il mercato italiano è ancora lontano dalla saturazione. Oggi il self-service intercetta forse il 5-7% della popolazione. C’è ancora una grande fetta di utenti potenziali da conquistare. Il nodo resta culturale: esistono ancora resistenze legate all’idea di condividere gli spazi di lavaggio. Per questo la

What are the main drivers of sector development?

On the technological side, the industry is rapidly moving toward digitalization and remote management. “Today, cash, cards, and apps coexist, but the direction is clear: within a few years, payments will be almost entirely cashless. Even system management and maintenance are increasingly handled remotely.”

However, the most significant change concerns investor profiles. “Today, our counterparts are primarily focused on financial returns. They are less interested in technical machine specifications and more concerned with profitability.”

New laundries are also becoming larger in scale, with an average of 16–18 machines and spaces of at least 150 square meters. Location remains a decisive factor, supported by geomarketing analysis assessing population density, income levels, and residential patterns. “If an area is not viable, we prefer not to proceed.” Growth is occurring across Italy, from north to south, with notable examples in Sicily, Rome, Milan, and Turin.

What are the market assessments?

According to company estimates, the Italian market remains far from saturation, with self-service laundries currently reaching only around 5–7% of the population. A substantial share of potential users therefore remains untapped.



nuova frontiera sarà la comunicazione diretta al consumatore. La chiave è il B2C: bisogna lavorare sulla mentalità delle persone, sul cliente finale e rendere il servizio sempre più naturale. Non a caso, molti investitori già presenti nel settore sono pronti ad aprire nuove strutture: il problema non è trovare clienti imprenditori, ma le location giuste". E sui servizi collaterali - stiro, consegne o attività ibride - Maglione è netto: "spesso quando una lavanderia aggiunge troppi servizi significa che il core business non sta funzionando". Il futuro, almeno secondo Speed Queen, passa quindi da grandi spazi, molte macchine e un servizio sempre più automatizzato, digitale e accessibile.

FRANCHISING

Lavanderie self-service, il settore cambia pelle: "Diventeranno stazioni multiservizio di quartiere. Stiamo assistendo ad una crescita degli affitti brevi di case sempre più ridotte in termini di spazio ciò comporterà inevitabilmente esternalizzare il servizio di lavanderia. Clienti più esigenti, tecnologia da remoto, e lavanderie sempre più grandi e connesse".

È questa la fotografia del mercato self-service tracciata da **BRENTARENO**, realtà attiva nel settore Lavanderie self-service da trent'anni con oltre 2.200 Impianti realizzati dal 1996 ad oggi, che racconta un comparto in piena trasformazione, sospinto da nuove abitudini di consumo e dall'evoluzione dei servizi urbani.

"Negli ultimi anni il profilo della clientela è cambiato profondamente. Oggi chi entra in una lavanderia self-service non cerca soltanto convenienza, ma qualità di lavaggio, ambienti moderni, rapidità e affidabilità. Una domanda alimentata soprattutto da professionisti, lavoratori con ritmi intensi e utenti che privilegiano servizi immediati ed efficienti".

Quali sono oggi le principali differenze tra i differenti mercati internazionali?

"Il confronto con il mercato internazionale evidenzia differenze marcate. Negli Stati Uniti il self-service continua a svilupparsi attraverso maxi strutture con decine di macchine dedicate al lavaggio quotidiano della biancheria domestica. In Europa, e in particolare in Italia, il servizio è invece utilizzato soprattutto per capi voluminosi, piumoni e grandi carichi. Le asciugatrici restano il servizio più richiesto, spesso assenti o poco performanti nelle abitazioni private.

A trainare il mercato italiano sono soprattutto B&B e affitti brevi, che negli ultimi anni hanno aumentato in modo significativo il volume di lavoro delle lavanderie. Il modello è rimasto sostanzialmente invariato, ma è cresciuto fortemente l'utilizzo. Una crescita che ha spinto il settore verso strutture più grandi, professionali e tecnologicamente evolute".

The main challenge remains cultural: there is still some resistance linked to the idea of shared washing spaces. For this reason, the next frontier lies in direct-to-consumer communication. "The key is B2C: we need to work on consumer perception and make the service increasingly natural and familiar."

Interestingly, many existing investors are already prepared to open additional locations. "The issue is not finding investors, but finding the right locations." On the topic of additional services such as ironing, delivery, or hybrid models, Maglione is cautious: "Often, when a laundry adds too many services, it signals that the core business is not functioning properly."

From Speed Queen's perspective, the future lies instead in larger spaces, a higher number of machines, and increasingly automated, digital, and accessible services.

The self-service laundry sector is undergoing a significant transformation, evolving from simple washing facilities into sophisticated neighborhood multi-service stations. "We are witnessing growth in short-term rentals of increasingly smaller homes, which will inevitably lead to outsourcing laundry services. More demanding customers, remote technology, and ever larger and more connected laundries."

This snapshot of the sector comes from **BRENTARENO**, a company with thirty years of experience and over 2.200 installations since 1996, highlighting a market in profound change, shaped by new consumption patterns and the evolution of urban services.

"In recent years, the customer profile has changed profoundly. Today, those who enter a self-service laundry are not just looking for convenience, but for washing quality, modern environments, speed, and reliability. This demand is fueled especially by professionals, workers with intense schedules, and users who prefer immediate and efficient services."

What are the main differences between the various international markets today?

"International markets exhibit distinct trends. In the United States, self-service laundries are characterized by large-scale "mega-structures" catering to daily domestic laundry needs. In contrast, Europe, and particularly Italy, sees primary usage for bulky items like duvets and large loads, with dryers being the most sought-after service, often lacking or underperforming in private residences. The Italian market is significantly influenced by Bed & Breakfasts and short-term rentals, which have substantially increased demand for laundry services in recent years.



App, pagamenti digitali, prenotazioni online e controllo remoto: quanto sono diventati centrali?

“La digitalizzazione è infatti uno degli elementi centrali della nuova fase del comparto. Attraverso sistemi IoT, i clienti possono prenotare macchine, selezionare i cicli di lavaggio e monitorare il servizio direttamente da remoto. Per i gestori, invece, il controllo digitale consente di verificare consumi, fasce orarie di maggiore affluenza e performance dei macchinari, riducendo anche gli interventi tecnici in presenza. Non solo vendita di macchinari. Brentareno punta oggi su un modello “full service”, seguendo il cliente dalla progettazione alla realizzazione completa del punto vendita: impianti, layout, assistenza tecnica, detergenza e persino supporto nella scelta della location. Un approccio che riflette l’evoluzione del settore verso formule imprenditoriali sempre più strutturate”.

Quale sarà secondo voi la nuova frontiera del self-service? Il futuro sarà sempre più orientato verso servizi ibridi tra self-service e assistenza?

“Guardando al futuro, il self-service potrebbe trasformarsi in qualcosa di più di una semplice lavanderia. Diventeranno stazioni multiservizio, è possibile immaginare spazi ibridi capaci di integrare servizi per il quartiere: hub per il ritiro pacchi, formule miste tra lavanderia tradizionale e automatica, fino a modelli che uniscono bar e lavanderia.

While the fundamental model remains, its usage has grown, driving the sector towards larger, more professional, and technologically advanced facilities.”

Apps, digital payments, online bookings, and remote control: how central have they become?

“Digitalization is a central element in this new phase. Internet of Things (IoT) systems enable customers to book machines, select cycles, and remotely monitor services. For operators, digital control provides insights into consumption patterns, peak activity hours, and machine performance, while also reducing the need for on-site technical interventions. Brentareno has embraced a “full service” model, guiding customers from the initial design and layout of their facility to the realization of the point of sale, including systems, technical assistance, detergents, and even location selection support. This comprehensive approach reflects the sector’s move towards more structured entrepreneurial models.”

What do you believe will be the new frontier of self-service? Will the future be increasingly oriented towards hybrid services between self-service and assistance?

“Looking ahead, the self-service laundry is poised for further transformation, potentially evolving into more than just a washing facility.

QUALITÀ E TECNOLOGIA QUALITY AND TECHNOLOGY

La lavanderia self-service, insomma, sembra destinata a diventare un nuovo presidio urbano di prossimità: più tecnologico, multifunzionale e sempre più integrato nella vita quotidiana delle città”.

“Il settore delle lavanderie self-service sta vivendo una trasformazione profonda, spinta da digitalizzazione, sostenibilità e nuovi modelli di consumo. Le aziende distinguono oggi due tipologie di clienti: chi entra per la prima volta nel business, con una conoscenza limitata del mercato, e gli operatori già attivi nel settore, interessati a tecnologie avanzate, gestione da remoto e formule chiavi in mano. Cresce infatti la domanda di sistemi capaci di monitorare consumi, incassi e funzionamento delle macchine in tempo reale”, ci racconta **Iker Pejenaute, Direttore Generale di GIRBAU ITALIA.**

“L’Italia resta uno dei mercati più maturi d’Europa, ma rispetto ad altri Paesi continua a soffrire una forte competizione sul prezzo, spesso a discapito della qualità del servizio. In altri paesi europei, invece, il valore attribuito all’esperienza del cliente e all’affidabilità del servizio è più elevato. Gli Stati Uniti mantengono un ruolo di

The future may see these spaces develop into multifunctional neighborhood hubs. This could include integrating parcel pickup services, offering hybrid traditional and automated laundry options, or even combining laundry services with amenities like cafes. Ultimately, the self-service laundry appears destined to become a new urban proximity hub - more technological, multifunctional, and deeply integrated into the daily city life.”

“The self-service laundry sector is undergoing a profound transformation, driven by digitalization, sustainability, and evolving consumer behaviours. Companies are adapting to a market segment increasingly divided between new entrants seeking comprehensive guidance and established operators demanding advanced technological solutions. The demand for systems capable of monitoring consumption, revenue, and machine operation in real-time is growing,” stated **Iker Pejenaute, General Manager of GIRBAU ITALIA.**

“While Italy is considered one of Europe’s more mature self-service laundry markets, it faces intense price competition, which



riferimento, grazie a una cultura del self-service consolidata e alla minore diffusione delle lavatrici domestiche.

Le lavanderie self-service stanno inoltre cambiando ruolo nell'ambito urbano: da semplici spazi funzionali a veri punti di prossimità di quartiere. Se il modello h24 non è ancora dominante, la sua crescita è favorita dalle tecnologie di controllo remoto e dalla possibilità di gestire gli impianti a distanza.

App, pagamenti digitali, prenotazioni online e monitoraggio da remoto sono ormai considerati standard di mercato. La prossima evoluzione sarà l'ingresso dell'intelligenza artificiale e della manutenzione predittiva: strumenti che permetteranno di prevenire guasti, ridurre i fermi macchina e migliorare l'efficienza operativa. Parallelamente aumenta l'attenzione alla sostenibilità, con richieste di macchinari a basso consumo energetico e idrico, sistemi intelligenti per il dosaggio dei detersivi e riduzione degli sprechi”.

Nell'ambito del self-service qual è il modello di business?

“Le aziende del settore non vendono più soltanto macchinari, ma propongono modelli completi di business: consulenza sulla progettazione del punto vendita, layout, posizionamento commerciale e analisi della location. La scelta dell'area resta infatti decisiva per il successo dell'attività, considerando visibilità, accessibilità, parcheggi e concorrenza. Anche il franchising è in crescita in Italia, seppur con dinamiche differenti rispetto agli Stati Uniti, grazie al vantaggio di offrire modelli già strutturati e supporto operativo”.

PROGRAMMI DI LAVAGGIO PERSONALIZZATI CUSTOMIZED WASHING PROGRAMS

Quale sarà il futuro?

“Il futuro del self-service sarà sempre più orientato verso formule ibride, che combinano autonomia del cliente e servizi di assistenza, anche da remoto. Le lavanderie potrebbero trasformarsi in hub multiservizio di quartiere, integrando ritiro e consegna, locker automatizzati e collaborazioni con altre attività locali.

Secondo gli operatori, tra dieci anni il settore sarà dominato da lavanderie altamente digitalizzate e automatizzate. Continueranno a esistere piccoli punti di quartiere, ma cresceranno anche format più grandi e multifunzionali, capaci di offrire servizi integrati e un'esperienza sempre più smart e connessa”.

can sometimes compromise service quality. In contrast, other European countries place a higher value on customer experience and service reliability. The United States remains a benchmark, supported by a well-established self-service culture and lower prevalence of domestic washing machines.

Self-service laundries are also redefining their role within urban landscapes, transitioning from purely functional spaces to integral neighbourhood proximity points. Although the 24/7 operational model is not dominant yet, its adoption is facilitated by remote control technologies and the capability for remote facility management.

Digital tools such as apps, digital payments, online bookings, and remote monitoring are now standard market expectations. The next evolution will be the integration of artificial intelligence (AI) and predictive maintenance. Tools that will allow for preventing breakdowns, reducing machine downtime, and improving operational efficiency. Concurrently, sustainability is gaining prominence, with increasing demands for low energy and water consumption machinery, intelligent detergent dosing systems, and waste reduction strategies.”

What is the business model for self-service laundries?

“Companies in the sector are moving beyond simply selling machinery to offering complete business models. This includes consultancy on store design, layout, commercial positioning, and location analysis. Site selection remains crucial for business success, considering visibility, accessibility, parking, and competition. Franchising is also gaining traction in Italy, offering structured models and operational support, but with different dynamics compared to the United States.”

What will the future hold?

“The future of self-service will be increasingly oriented towards hybrid service models, blending customer autonomy with remote assistance. Self-service laundries could evolve into neighborhood multi-service hubs, incorporating parcel pickup and delivery services, automated lockers, and collaborations with other local businesses. In ten years, the sector will likely be dominated by highly digitized and automated laundries. While small local points will persist, larger, multifunctional formats offering integrated services and an increasingly smart, connected experience will see significant growth.”

The self-service laundry sector is undergoing a profound transformation, evolving from a simple washing service into a business model increasingly driven by technology, connectivity, and customer experience. According to **Eduard Colomer Mallol, Export Director of DOMUS LAUNDRY**, the market is moving toward “smart” models where digitalization, sustainability, and remote management are becoming key competitive factors. “Today's customer is looking for speed, convenience, cashless payments, and a seamless user experience. At the same time, investors are increasingly focused on autonomous and highly profitable business models. In this context, DOMUS developed the Clean&Go concept: a connected laundry integrating efficient machinery, IoT control, advanced payment systems, and modern store design.”



Il settore delle lavanderie self-service sta vivendo una trasformazione profonda: da semplice servizio di lavaggio a business sempre più tecnologico, connesso e orientato all'esperienza cliente.

A delineare il nuovo scenario è **Eduard Colomer Mallo**, **Export Director di DOMUS LAUNDRY**, secondo cui il mercato si sta muovendo verso modelli "smart", dove digitalizzazione, sostenibilità e gestione remota diventano elementi centrali della competitività.

"Il cliente oggi cerca rapidità, praticità, pagamenti cashless e un'esperienza fluida. Parallelamente, gli investitori puntano su attività più autonome e redditizie. È in questo contesto che DOMUS sviluppa il concept Clean&Go, una lavanderia connessa che integra macchinari efficienti, controllo IoT, sistemi di pagamento avanzati e design moderno del punto vendita".

Ci sono modelli differenti nel mondo, in particolare tra Europa e Stati Uniti?

"Le differenze tra Europa e Stati Uniti restano marcate. Negli USA il mercato è più maturo, con strutture di grandi dimensioni e una forte cultura del franchising. In Europa, e soprattutto in Italia, prevalgono invece format urbani di quartiere e un tessuto ancora frammentato. Tuttavia, anche nel nostro Paese stanno crescendo formule in franchising e modelli "chiavi in mano", spinti dalla ricerca di brand riconoscibili e supporto operativo".

Stiamo assistendo ad un cambiamento profondo...

"La rivoluzione digitale è già in corso. App, prenotazioni online, gestione da remoto e pagamenti elettronici non sono più optional. Attraverso la piattaforma DOMUSCONNECT, i gestori possono monitorare macchine, ricavi, consumi e manutenzione da remoto, ottimizzando tempi e costi operativi. Il prossimo passo sarà l'intelligenza artificiale applicata alla manutenzione predittiva: sistemi capaci di anticipare i guasti, analizzare i consumi e migliorare la gestione grazie ai dati raccolti in tempo reale".

Accanto alla tecnologia cresce anche il peso della sostenibilità...

"Oggi gli imprenditori chiedono minori consumi di acqua, energia e detersivi", sottolinea Sig. Colomer. "L'attenzione si sposta infatti sul costo totale di gestione dell'impianto più che sul semplice prezzo della macchina. DOMUS punta su lavatrici ad alta efficienza, sistemi di pesatura e recupero dell'acqua, con risparmi idrici ed energetici significativi".

Secondo l'azienda, il futuro del self-service sarà sempre più ibrido e multifunzionale. Le lavanderie potranno integrare servizi assistiti, locker, vending machine, corner caffè e persino servizi dedicati agli animali o alle piccole attività commerciali. "Il modello vincente non sarà più una stanza con delle macchine, ma un ecosistema connesso", afferma Colomer.

"Nei prossimi dieci anni continueranno a convivere piccoli punti di quartiere e format più grandi e strutturati, ma tutti avranno un elemento comune: gestione intelligente, dati, sostenibilità e un'esperienza cliente progettata per la vita urbana contemporanea", conclude. •

SERVIZI INTEGRATI INTEGRATED SERVICES

Are there different models around the world, particularly between Europe and the United States?

"The differences between Europe and the United States remain significant. In the U.S., the market is more mature, characterized by large-scale facilities and a strong franchise culture. In Europe, and especially in Italy, urban neighbourhood formats and a still fragmented market continue to prevail.

However, franchise models and turnkey solutions are also expanding in Italy, driven by the growing demand for recognizable brands and operational support."

Are we witnessing a profound transformation?

"The digital revolution is already underway. Apps, online booking systems, remote management, and electronic payments are no longer optional features. Through the DOMUSCONNECT platform, operators can remotely monitor machines, revenues, consumption, and maintenance, optimizing both operational time and costs.

The next step will be artificial intelligence applied to predictive maintenance: systems capable of anticipating breakdowns, analyzing consumption patterns, and improving management through real-time data."

Alongside technology, sustainability is becoming increasingly important...

"Today, entrepreneurs are demanding reductions in water, energy, and detergent consumption," emphasizes Mr. Colomer. "Attention is shifting toward the total operating cost of the facility rather than simply the purchase price of the machines."

For this reason, DOMUS focuses on high-efficiency washing machines, weighing systems, and water recovery technologies capable of delivering significant savings in both water and energy consumption.

According to the company, the future of self-service laundries will become increasingly hybrid and multifunctional. Laundromats may integrate assisted services, smart lockers, vending machines, coffee corners, and even dedicated areas for pets or small commercial businesses.

"The winning model will no longer be just a room filled with machines, but a fully connected ecosystem," says Mr. Colomer. "In the next ten years, small neighbourhood laundromats and larger, more structured facilities will continue to coexist. What they will all share, however, is intelligent management, data-driven operations, sustainability, and a customer experience designed around contemporary urban lifestyles," he concludes. •



HELPI è leader nella produzione di macchine per il confezionamento con film termoretraibile, interamente Made in Italy. Con una lunga esperienza nell'automazione, proseguiamo l'eredità di Vacuum Pump Spa, trasformando le imbustatrici per lavanderie industriali in sistemi digitalizzati, automatizzati e ad alta efficienza, senza rinunciare alla robustezza che ci distingue. I nostri macchinari sono affidabili, sicuri e semplici da usare, supportati da un servizio di assistenza completo su tutto il territorio, che include manutenzione, pezzi di ricambio e interventi rapidi.



Le confezionatrici HELPI si integrano facilmente nelle linee di produzione automatiche, combinando velocità, affidabilità e facilità d'uso. Grazie alla digitalizzazione e al controllo da remoto, è possibile monitorare le macchine in tempo reale. Tutti i modelli rispettano i requisiti per accedere ai nuovi incentivi dedicati alle imprese.

HELPI punta su innovazione e sostenibilità: le nostre imbustatrici sono compatibili con materiali riciclabili e progettate per ridurre consumi ed emissioni, migliorando l'efficienza complessiva del processo produttivo.

HELPI non è solo tecnologia: è efficienza, sicurezza e il futuro del confezionamento industriale.

In occasione di EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 presenteremo le nostre nuove soluzioni digitalizzate, progettate per ottimizzare i processi produttivi, ridurre i consumi, aumentare sicurezza, pensate per massimizzare efficienza, qualità e sostenibilità. •

HELPI, confezionamento industriale all'avanguardia

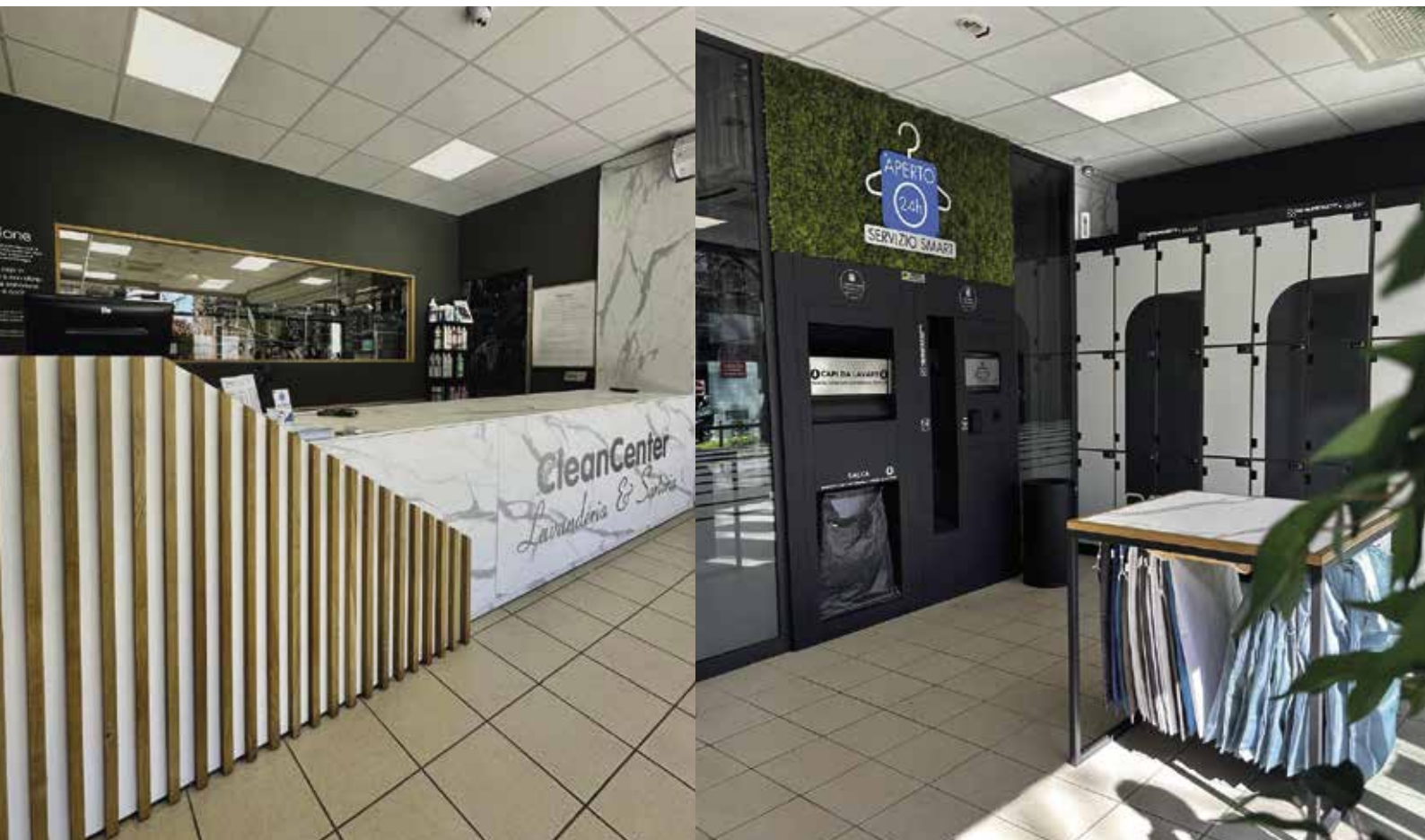
HELPI, cutting-edge industrial packaging

HELPI, a leading Italian manufacturer of heat-shrink film packaging machines, is redefining the industrial laundry sector through advanced automation and digitalization. Building on the legacy of Vacuum Pump Spa, HELPI transforms traditional bagging machines into digitized, automated, and high-efficiency systems, without sacrificing the robustness that distinguishes us. Our machinery is reliable, safe, and simple to use, supported by a comprehensive assistance service throughout the territory, which includes maintenance, spare parts, and rapid interventions. HELPI's machinery is designed for effortless integration into automated production lines, combining speed, dependability, and simplicity. Through advanced digitalization and remote-control capabilities, these machines offer real-time monitoring, ensuring optimal operational oversight. All HELPI models are compliant with requirements for accessing new business incentives, reflecting the company's commitment to forward-thinking solutions.



Innovation and sustainability are central to HELPI's ethos. Their bagging machines are compatible with recyclable materials and engineered to minimize consumption and emissions, thereby enhancing the overall efficiency of the production process. HELPI emphasizes that their offering extends beyond mere technology; it encompasses efficiency, safety, and a vision for the future of industrial packaging.

At the upcoming EXPODETERGO INTERNATIONAL 2026 fair, HELPI will present its latest digitized solutions. These innovations are specifically designed to optimize production processes, reduce consumption, increase safety, and maximize efficiency, quality, and sustainability in industrial packaging. •



Dalla tradizione all'innovazione, la rivoluzione industriale della lavanderia CLEAN CENTER di Piacenza

CLEAN CENTER laundry Piacenza: leading the industrial shift from tradition to innovation

Un modello organizzativo innovativo, una forte spinta tecnologica e una visione imprenditoriale costruita nel tempo: è questa la chiave del successo della **famiglia Severgnini**, attiva nel settore delle lavanderie da oltre quarant'anni. Ne parliamo in particolare con **Marco e Stefano, responsabili della Lavanderia Clean Center** di Piacenza (e anche di Casalpusterlengo), raccontano l'evoluzione di un settore in profondo cambiamento.

Rompiamo il ghiaccio, a quando risale l'inizio dell'attività?

"La nostra attività nasce nel 1978, quando i nostri genitori avevano una lavanderia tradizionale a Casalpusterlengo (vicino a Lodi). Da allora, il percorso è stato segnato da un'evoluzione

For over forty years, the Severgnini family has been a driving force in the laundry sector, blending an innovative organizational model with a strong technological focus and an enduring entrepreneurial vision. Marco and Stefano Severgnini, managers of Lavanderia Clean Center, with facilities in Piacenza and Casalpusterlengo, offers an insight about the profound evolution of a sector undergoing profound transformation.

To begin, can you tell us origins and early development of your business?

"The company's journey began in 1978 with a traditional laundry opened by our parents in Casalpusterlengo (close to Lodi). Since



CleanCenter

Lavanderia & Sartoria

continua. Ci siamo sempre adattati al mercato. Un vantaggio competitivo importante è arrivato dall'esperienza di nostro padre Angelo Severgnini nella costruzione di impianti, che ha consentito all'azienda di rimanere costantemente aggiornata sul piano tecnologico e di intervenire nel cuore della produzione quando ce n'è necessità".

Dalla rete diffusa sul territorio al modello centralizzato mi dicevate...

"Tra gli anni '80 e '90, la nostra azienda arriva a gestire fino a 13 punti vendita tra Emilia e Lombardia. Un modello che, con il tempo, si rivela complesso da sostenere e gestire. La svolta arriva nel 1999 con l'apertura di un grande punto di raccolta e manutenzione a Piacenza, progettato per essere autonomo e altamente produttivo. Il vero salto di qualità si registra però a metà degli anni 2000, con l'introduzione dei sistemi automatizzati di Metalprogetti, che consentono di raddoppiare i volumi di lavorazione a parità di spazio e personale. Oggi la rete si articola in quattro sedi - tre a Piacenza e una a Casalpusterlengo - organizzate come unità indipendenti ma standardizzate: ciascun punto di raccolta e distribuzione è in grado di gestire in autonomia lavaggio, stiratura e logistica".

Caliamoci un può nella realtà produttiva fornendo qualche numero ...

"L'attività storica di via Taverna a Piacenza in alcuni casi supera i mille capi lavorati al giorno, con una media annua che può raggiungere i 250 mila capi. Gli altri punti si attestano su volumi leggermente inferiori, mentre il nuovo stabilimento - progetta-



then, our path has been marked by continuous evolution. We have always adapted to market demands.

A significant competitive advantage stemmed from our father Angelo Severgnini's expertise in system construction, enabling the company to maintain technological relevance and perform critical production interventions."

From a widespread network across the territory to a centralized model, you mentioned...

"The 1980s and 1990s saw the company operate an extensive network of up to 13 service points across Emilia-Romagna and Lombardy. However, this model proved increasingly complex to manage. The pivotal shift occurred in 1999 with the establishment of a large, autonomous, and highly productive collection and processing center in Piacenza. The real leap in quality, however, occurred in the mid-2000s with the introduction of automated systems from Metalprogetti. This allowed us to double our processing volumes without increasing our physical space or personnel." Today, the network comprises four locations - three in Piacenza and one in Casalpusterlengo - each operating





to con logiche industriali ed altamente automatizzato - punta a superare i 300 mila capi annui.

Un risultato reso possibile anche dall'introduzione del servizio 24 ore su 24, che amplia significativamente le finestre operative e intercetta una clientela più ampia, inclusi pendolari e utenti provenienti dalle aree limitrofe. La disponibilità oltre che per le ore serali è ampliata anche dalla possibilità di con-

as an independent, yet standardized, unit capable of managing washing, ironing, and logistics autonomously."

Let's delve into the production reality with some numbers...

"The historic facility located on Via Taverna in Piacenza processes upwards of a thousand garments daily, with an annual average reaching 250.000 items. Other locations

PROFESSIONAL LAUNDRY



Le macchie impossibili non esistono.

Texipure è la soluzione completa per la rimozione efficace di ogni macchia da tessuti bianchi o colorati. Un kit di 4 pretrattanti specifici per rimuovere lo sporco senza alterare i colori e preservando le fibre, anche le più delicate. **RICHIEDI IL KIT:** laundry@ecosi.it

ÈCOSÌ
INNOVATIVE HYGIENE SYSTEMS

www.ecosi.it

segna e ritiro anche il sabato e la domenica nonché nei festivi, un vero valore aggiunto”.

Avete puntato su un modello ad elevata tecnologia e standardizzazione?

“Uno degli elementi distintivi delle nostre lavanderie è la standardizzazione totale dei processi. Ogni punto vendita utilizza gli stessi macchinari, gli stessi programmi e le stesse procedure operative. Questo consente al personale di essere intercambiabile tra le diverse sedi, aumentando flessibilità ed efficienza”.

Quali investimenti avete effettuato?

“Gli investimenti si concentrano soprattutto sull’automazione: sistemi di imbustamento automatico, gestione informatizzata dei capi e macchinari di stiratura avanzati Trevil permettono di ridurre errori, tempi e dipendenza dalla manodopera specializzata. L’obiettivo è semplificare il lavoro e rendere il sistema sostenibile anche in un contesto in cui trovare personale è sempre più difficile”.

Come gestite il nodo lavoro e il cambio generazionale in azienda?

“Il tema del personale rappresenta una delle principali criticità del nostro settore e anche per noi è rilevante. La difficoltà nel reperire manodopera, soprattutto giovane, ha spinto la nostra azienda a ripensare completamente l’organizzazione del lavoro. Oggi il turnover è molto alto: mediamente una persona resta poco più di un anno. Di conseguenza, la strategia è quella di ridurre la necessità di competenze altamente specializzate, grazie a macchinari che permettono anche a personale non esperto di raggiungere rapidamente buoni livelli operativi. Parallelamente, abbiamo concentrato l’attenzione al benessere dei dipendenti: ambienti climatizzati, postazioni ergonomiche e processi ottimizzati contribuiscono a migliorare le condizioni di lavoro”.

Siamo di fronte ad un modello nuovo?

“Il modello che proponiamo rompe con l’immagine tradizionale della lavanderia. I nuovi punti vendita sono progettati per rendere visibile al cliente l’intero processo produttivo, puntando su trasparenza e fiducia. Abbiamo lanciato la lavanderia in vetrina nel senso che, come può vedere dall’ingresso si possono vedere tutte le fasi della produzione attraverso l’ampia vetrata. L’elemento distintivo del nostro servizio è la rapidità - con capi pronti anche in giornata e per un equilibrio tra qualità e prezzo. I processi di lavaggio sono altamente controllati e prevedono l’utilizzo di sistemi di sanificazione avanzati progettati da ÈCOSÌ, sviluppati nel tempo in collaborazione anche con altri fornitori”.



handle slightly lower volumes, while the new, industrially designed, and highly automated facility targets over 300.000 garments annually.

This ambitious target is supported by the implementation of a 24/7 service, significantly expanding operational hours and attracting a broader clientele, including commuters and residents from surrounding areas. Availability, in addition to evening hours, is also extended by the possibility of delivery and pickup on Saturdays and Sundays, as well as on holidays, representing a real added value.”

Have you focused on a high-technology and standardization model?

“A cornerstone of Clean Center’s operational philosophy is total process standardization. Each service point utilizes identical





Lo sviluppo dell'e-commerce ha creato nuove esigenze nella clientela?

"Tra le sfide emergenti, pesa il cambiamento nelle abitudini dei consumatori. L'influenza dei grandi e-commerce ha modificato

machinery, programs, and operating procedures. This uniformity ensures personnel interchangeability across locations, boosting flexibility and efficiency."

What investments have you made?

"Investments are strategically channeled into automation. Automatic bagging systems, computerized garment management, and advanced Trevil ironing machinery are key. These technologies reduce errors, save time, and lessen reliance on specialized labor, simplifying operations and ensuring the system's sustainability, particularly in a challenging labor market."

How do you manage the issue of labor and generational change in the company?

"Personnel remains a significant challenge in the sector, and Clean Center is no exception. The difficulty in attracting and retaining staff, especially younger individuals, has prompted a complete reevaluation of work organization. With an average employee tenure of just over a year, the company's strategy

DIAMO FORMA ALLA TUA VISIONE

SOLUZIONI PROFESSIONALI PER LO STIRO PROGETTATE PER LABORATORI AD ALTA PRODUTTIVITÀ.



SCOPRI LA
NOSTRA GAMMA
COMPLETA SU
WWW.TREVIL.COM



Prodotti ottimizzati per ridurre tempi e manodopera
Risultati di stiro eccellenti e costanti su grandi volumi
Costruzione industriale per uso intensivo
Progettazione e produzione 100% in Italia

TREVIL
DAL 1982 AL FIANCO DI LAVASECCO
E LAVANDERIE PROFESSIONALI
NEL MONDO



le aspettative dei clienti, sempre più orientati a resi immediati e rimborsi integrali anche per problemi minimi. È una mentalità difficile da gestire per realtà come la nostra. A questo si aggiunge il calo della qualità dei capi, spesso realizzati con materiali sintetici e poco resistenti, che rendono più complessi i processi di manutenzione. Noi cerchiamo di disinnescare questo problema cercando laddove è possibile di prevenire e quindi facendo filtro nell'acquisizione del capo, anche perché non abbiamo le possibilità messe in campo ad esempio da Amazon. La lavanderia è cambiata - concludono - ed è destinata a cambiare ancora. Il futuro passa da tecnologia, efficienza e capacità di adattarsi a un mercato in continua trasformazione”.

Nonostante le difficoltà, l'azienda guarda avanti con fiducia, puntando su innovazione continua e collaborazione con i fornitori. Ogni nuovo punto vendita rappresenta un'evoluzione del precedente, in un processo di miglioramento costante che, da oltre quattro decenni, accompagna la crescita dell'impresa. •

focus on minimizing the need for highly specialized skills. Our machinery enables even inexperienced personnel to quickly achieve proficient operational levels. Concurrently, the company prioritizes employee well-being through climate-controlled environments, ergonomic workstations, and optimized processes.”

Are we facing a new model?

“The model we propose breaks with the traditional image of a laundry. The new sales points are designed to make the entire production process visible to the customer, focusing on transparency and trust. We have launched the 'laundry on display' concept, meaning that from the entrance, you can see all the production phases through the large glass front. Speed is another key element of our service - with garments ready even on the same day - and a balance between quality and price. The washing processes are highly controlled and involve the use of advanced sanitization systems designed by ÈCOSÌ, developed over time in collaboration with other suppliers.”

Has the development of e-commerce created new consumer expectations?

“The rise of e-commerce has also reshaped customer expectations, with a growing demand for immediate results and full refunds even for minor issues. This mentality presents a significant challenge for businesses like ours. Compounding this is a perceived decline in garment quality, with synthetic materials often complicating maintenance. Clean Center addresses this by attempting to preempt issues and carefully vetting incoming garments, acknowledging their resource limitations compared to large e-commerce platforms, like Amazon. The laundry business has changed and will continue to evolve,” they conclude. “The future lies in technology, efficiency, and the agility to adapt to a constantly changing market”.

Despite these ongoing challenges, Lavanderia Clean Center maintains a confident outlook, prioritizing continuous innovation and collaborative partnerships with suppliers. Each new facility represents an incremental advancement, reflecting a commitment to constant improvement that has fueled the company's growth for over four decades. •



Fisco, Lavoro e rilascio del permesso unico di lavoro per extracomunitari, tutte le novità

Dal 22 maggio 2026 sono in vigore le novità del decreto fiscale convertito in legge, che introduce semplificazioni fiscali, proroghe di alcuni adempimenti e misure di sostegno per imprese e contribuenti. Dal 1° maggio 2026 è inoltre operativo il Decreto Lavoro (D.L. 62/2026), con nuovi incentivi alle assunzioni, misure per favorire l'occupazione stabile e maggiori tutele per i lavoratori. Per i cittadini extracomunitari, sempre dal 22 maggio

sono entrate in vigore le nuove regole sul permesso unico di soggiorno e lavoro, che semplificano le procedure di rilascio e rinnovo e rafforzano le garanzie per i lavoratori stranieri.

DECRETO FISCALE CONVERTITO IN LEGGE, LE NOVITÀ CHE RIGUARDANO LA TUA IMPRESA

Il decreto fiscale emanato a fine marzo è diventato legge il 22



*Combina il detergente e l'ammorbidente
con la stessa fragranza per un lavaggio
perfetto e un profumo mai visto!*





maggio scorso. Il provvedimento – tecnicamente il D.L. 38/2026 convertito nella L. 88/2026 – non è una semplice raccolta di aggiustamenti minori: tocca alcuni temi che hanno effetti diretti sulla gestione quotidiana delle imprese e dei professionisti.

Ecco le novità più rilevanti.

Rateazioni INPS: il costo si dimezza

Chi ha in corso un piano di dilazione su debiti contributivi INPS o sta valutando di attivarne uno trova un'ottima notizia: il tasso di interesse applicato alle rateazioni scende in modo significativo, dall'8,15% al 4,15%. In un momento in cui il costo del credito pesa, si tratta di un alleggerimento concreto da considerare nelle proprie valutazioni di cassa.

Concordato preventivo biennale: più tempo per decidere

Per le imprese e i professionisti con partita IVA che stanno valutando l'adesione al concordato preventivo biennale 2026-2027, il termine slitta al 31 ottobre 2026. Cadendo di sabato, nella pratica il termine utile è il 3 novembre. La legge estende inoltre i tetti agli incrementi di reddito proposti dal software anche ai contribuenti con punteggi ISA bassi, e chiarisce che il beneficio dell'iperammortamento non entra nel calcolo del reddito concordato.

Rottamazione-quinquies: si apre ai tributi locali

La rottamazione si arricchisce di una finestra importante: i carichi degli enti locali – Comuni, Province, Regioni – affidati alla riscossione nel periodo 2020-2023 potranno essere inclusi, a condizione che l'ente deliberi l'adesione entro il 30 giugno 2026. Le domande potranno essere presentate tra il 16 settembre e il 31 ottobre 2026. Confermati anche i 5 giorni di tolleranza sull'ultima rata, che la versione originaria aveva eliminato.

Pagamenti dalla pubblica amministrazione: meno blocchi

Chi lavora con enti pubblici e ha cartelle esattoriali di modesta entità potrà tirare un respiro di sollievo. Dal 15 giugno 2026, la verifica preventiva sugli inadempimenti fiscali non bloccherà più i pagamenti della PA quando il debito iscritto a ruolo è pari o inferiore a 5.000 euro. Una misura attesa da molti professionisti e piccole imprese che si erano trovati con il compenso bloccato per importi marginali.

Dividendi e plusvalenze: ripristinato il regime precedente

Viene eliminato con effetto retroattivo dal 1° gennaio 2026 il requisito dimensionale introdotto dalla legge di Bilancio per l'accesso ai regimi di esenzione su dividendi e plusvalenze da par-

tecipazioni. Si torna quindi alla disciplina precedente, con effetti positivi per le holding e le strutture societarie che avevano subito un restringimento inatteso.

Iperammortamento aperto ai beni extra-UE

Le imprese che investono in beni strumentali prodotti fuori dall'Unione Europea o dallo Spazio Economico Europeo potranno accedere all'iperammortamento, con efficacia retroattiva dal 1° gennaio 2026. Una correzione che amplia la platea dei beneficiari e risolve una penalizzazione che riguardava in particolare chi acquista macchinari da fornitori asiatici o americani.

IVA sulle permutate: base imponibile ancorata al contratto

Per le operazioni permutative – frequenti nell'edilizia e nelle ristrutturazioni aziendali – la base imponibile IVA sarà ora il valore monetario concordato tra le parti nel contratto, con il limite che non potrà essere inferiore al costo effettivo dei beni o delle prestazioni scambiate. Una chiarezza normativa attesa, che riduce i margini di contestazione in sede di verifica.

Avviamento negativo: tassazione spalmata nel tempo

Per le imprese che adottano i principi contabili internazionali, il cosiddetto badwill – l'avviamento negativo che emerge nelle cessioni di azienda o di ramo – potrà essere tassato in cinque quote annuali anziché in un'unica soluzione, a condizione che vi siano continuità dell'attività e mantenimento degli assetti occupazionali.

Un piccolo aggravio da segnalare

In senso contrario rispetto alle altre misure, il bollo annuo sui conti correnti delle imprese aumenta da 110 a 118 euro. Un importo contenuto, ma utile da tenere presente nella gestione degli adempimenti bancari.

LAVORATORI STRANIERI, COSA CAMBIA CON IL NUOVO PERMESSO UNICO DI LAVORO

Dal 22 maggio scorso sono in vigore nuove regole per il rilascio e il rinnovo del permesso unico di lavoro per i cittadini extracomunitari. Il decreto legislativo 83/2026 recepisce una direttiva europea del 2024 e introduce modifiche concrete alla procedura, con ricadute dirette su chi assume lavoratori stranieri o gestisce pratiche di immigrazione per conto di un'impresa.

Vale la pena chiarire subito un punto: non si tratta di una sanatoria né di una procedura straordinaria di regolarizzazione. Le nuove norme non aprono canali speciali, ma intervengono sui tempi, sulle modalità di rilascio e rinnovo e sugli obblighi informativi a carico del datore di lavoro.



DIRITTO, FISCO&LAVORO

Tempi più certi, con una corsia accelerata

La novità più rilevante riguarda i tempi amministrativi. Il termine ordinario per il rilascio o il rinnovo dei titoli di soggiorno tradizionali passa da 60 a 90 giorni. Per il permesso unico lavoro, invece, viene introdotta una corsia preferenziale: una volta completata la documentazione, la Questura dovrà rilasciare il titolo entro 30 giorni. Il procedimento complessivo resta articolato in due fasi – 60 giorni per il nulla osta al lavoro, 30 giorni per il permesso vero e proprio – per un totale di 90 giorni, in linea con quanto previsto dalla direttiva europea.

La distinzione tra domanda presentata e domanda completa diventa quindi rilevante sul piano pratico: il termine di 30 giorni decorre solo dal momento in cui la pratica è effettivamente completa. Presentare documentazione incompleta non fa scattare il conto alla rovescia.

Nuovi obblighi informativi per il datore di lavoro

Il decreto introduce un obbligo esplicito a carico delle imprese: il datore di lavoro deve informare tempestivamente il lavoratore straniero di ogni comunicazione ricevuta in relazione all'iter del nulla osta. Non si tratta di un adempimento formale di poco conto – la norma punta a ridurre l'asimmetria informativa che spesso lascia il lavoratore all'oscuro dello stato della propria pratica, con tutto ciò che ne consegue in termini di pianificazione personale e lavorativa.

Vengono inoltre rafforzati gli obblighi di trasparenza nella fase iniziale: chi presenta domanda ha diritto a ricevere informazioni chiare sulle condizioni di ingresso e soggiorno, sulla documentazione necessaria e sulle garanzie procedurali previste.

Chi rientra nella nuova procedura e chi ne è escluso

Non tutti i lavoratori stranieri sono soggetti alla procedura del permesso unico. Restano fuori alcune categorie specifiche: i titolari di Carta Blu UE e gli investitori, il personale altamente qualificato distaccato o in trasferimento intra-societario, i ricercatori e i professori universitari, i titolari di protezione internazionale o speciale, gli studenti e i tirocinanti. Per questi soggetti continuano ad applicarsi le procedure previste dalle rispettive normative di settore.

Governance centralizzata

Sul piano organizzativo, il Ministero dell'Interno viene designato come unica autorità competente a ricevere le domande e rilasciare il permesso unico. Le Questure mantengono il ruolo operativo di rilascio formale sul territorio, ma sotto una regia centralizzata. L'obiettivo dichiarato è ridurre le difformità di

SMART WASH

BUILT AROUND YOUR WASHING PROCESS

System intelligence matters more than "green promises": True to our CHT maxim, with **SMART WASH** we provide the new modular washing and bleaching process. Designed for professional laundry operations, the process is based on five perfectly coordinated modules which can be combined flexibly according to the actual washing requirements. **SMART WASH** is designed for higher resource efficiency and for keeping costs, compliance, and stability under control. One system – seamlessly integrating digital tools, remote support, and SMART Services.



Together for a sustainable future



trattamento che nel tempo si sono accumulate tra uno sportello e l'altro.

Cosa fare adesso

Per le imprese che già impiegano lavoratori extracomunitari o che prevedono assunzioni in questo ambito, è opportuno verificare con il proprio consulente del lavoro le procedure interne di gestione delle pratiche, assicurandosi che i nuovi obblighi di informazione verso il lavoratore siano correttamente presidiati. La novità normativa è in vigore: le pratiche avviate dal 22 maggio seguono già le nuove regole.

DECRETO LAVORO 2026, LE NOVITÀ PER LE IMPRESE

Il 1° maggio scorso è entrato in vigore il Decreto Legge 62/2026, un provvedimento organico che tocca diversi aspetti del rapporto di lavoro: incentivi alle assunzioni, retribuzioni, lavoro su piattaforme digitali, welfare aziendale e TFR.

Di seguito i punti più rilevanti per chi gestisce un'impresa.

Incentivi alle assunzioni: più selettivi e territorialmente differenziati

Il decreto introduce o rafforza una serie di esoneri contributivi, tutti subordinati a una condizione comune: l'assunzione deve determinare un incremento occupazionale netto e il datore di lavoro non deve aver effettuato licenziamenti nei sei mesi precedenti nella stessa unità produttiva.

Il licenziamento del lavoratore agevolato nei sei mesi successivi comporta la revoca del beneficio.

Per le donne prive di lavoro da almeno due anni – o da almeno un anno in condizioni di svantaggio specifico – è previsto l'esonero totale dei contributi previdenziali entro un massimale di 650 euro mensili per due anni, elevato a 800 euro nelle aree della Zona Economica Speciale del Mezzogiorno.

Per gli under 35 assunti a tempo indeterminato, o per chi non ha mai avuto un contratto stabile, il beneficio arriva fino a 500 euro mensili per 24 mesi, con massimale elevato a 650 euro nella ZES. Lo stesso incentivo si applica alle trasformazioni da tempo determinato a indeterminato, per contratti a termine in essere al 30 aprile 2026 trasformati tra il 1° agosto e il 31 dicembre 2026.

Le piccole imprese fino a 10 dipendenti operanti nella ZES Mezzogiorno possono accedere a un incentivo dedicato per le assunzioni a tempo indeterminato di lavoratori over 35 disoccupati di lunga durata.

Il "salario giusto": nessun minimo legale, ma un parametro contrattuale vincolante

Il decreto non introduce un salario minimo legale espresso in euro orari.

Sceglie invece una strada diversa: stabilisce che il parametro per valutare l'adeguatezza delle retribuzioni è il trattamento economico previsto dai contratti collettivi nazionali sottoscritti dalle organizzazioni sindacali e datoriali comparativamente più rappresentative.

In pratica, per stabilire se una retribuzione è adeguata occorre fare riferimento al contratto collettivo leader del settore, tenendo conto dell'attività svolta e della dimensione dell'impresa.

I contratti collettivi minori non possono prevedere trattamenti inferiori. Nei settori privi di contrattazione si fa riferimento al contratto più vicino per contenuto e ambito.

La conseguenza pratica più immediata per le imprese è che tutti gli incentivi contributivi previsti dal decreto sono accessibili solo a condizione che al lavoratore venga riconosciuto un trattamento economico allineato ai contratti collettivi più rappresentativi. Gli sgravi, in altre parole, non sono compatibili con l'applicazione di contratti che comprimono i salari sotto la soglia di riferimento.

Viene inoltre introdotto l'obbligo di indicare il contratto collettivo applicato – identificato tramite un codice univoco – sia nelle comunicazioni obbligatorie sia in busta paga.

Rinnovi contrattuali: adeguamento automatico se si supera l'anno di ritardo

Il decreto stabilisce che i rinnovi dei contratti collettivi devono disciplinare espressamente gli effetti economici del periodo tra la scadenza e la firma del nuovo contratto. Se il rinnovo non avviene entro dodici mesi dalla scadenza, scatta un meccanismo automatico di adeguamento delle retribuzioni pari al 30% dell'indice IPCA, salvo diverse previsioni contrattuali.

L'obiettivo è incentivare le parti sociali a rispettare le scadenze e garantire continuità di tutela economica ai lavoratori.

Lavoro su piattaforme digitali

Per le imprese che si avvalgono di lavoratori tramite piattaforme digitali – incluse le piattaforme di consegna – il decreto introduce obblighi significativi. Se le modalità concrete di svolgimento della prestazione evidenziano elementi di controllo o eterodirezione, anche algoritmica, il rapporto si presume subordinato. Le piattaforme devono comunicare dati alle autorità di vigilanza, conservare le informazioni sulle prestazioni e garantire ai lavoratori



DIRITTO, FISCO&LAVORO

la trasparenza sui criteri di assegnazione delle attività e di determinazione dei compensi, con diritto a revisione umana delle decisioni automatizzate. Sono inoltre vietate la cessione degli account e le forme di intermediazione irregolare.

Welfare aziendale: esonero contributivo per le imprese certificate

Le imprese che adottano certificazioni riconosciute in materia di welfare e sostegno alla genitorialità possono beneficiare di un esonero contributivo fino all'1% dei contributi a loro carico, entro un massimale di 50.000 euro annui. A queste imprese sono riconosciute anche forme di priorità nell'accesso a iniziative pubbliche di promozione e internazionalizzazione.

Versamenti TFR al Fondo di Tesoreria INPS: finestra di regolarizzazione

Per i datori di lavoro obbligati al versamento delle quote TFR al Fondo di Tesoreria INPS, i versamenti relativi al periodo gennaio-giugno 2026 effettuati entro il 16 luglio 2026 si considerano tempestivi a tutti gli effetti, senza applicazione di sanzioni, interessi o somme aggiuntive. Si tratta di una finestra di regolarizzazione straordinaria da segnalare a chi non fosse ancora in linea con i versamenti del primo semestre. •

PARITÀ SALARIALE, STRETTA SULLA TRASPARENZA: NUOVE REGOLE CONTRO IL GENDER PAY GAP

Parità salariale, nuove regole per imprese e selezioni. Con il decreto legislativo n. 96 del 7 maggio 2026, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 1° giugno, l'Italia recepisce la direttiva europea sulla trasparenza retributiva, rafforzando gli strumenti contro il gender pay gap. Le nuove disposizioni si applicano ai datori di lavoro pubblici e privati e ai rapporti di lavoro subordinato, inclusi i dirigenti.

Tra le novità principali, l'obbligo di indicare negli annunci di lavoro la retribuzione iniziale o la relativa fascia salariale e il divieto di chiedere ai candidati informazioni sugli stipendi percepiti in precedenti impieghi. I lavoratori potranno inoltre conoscere i criteri utilizzati per determinare retribuzioni e progressioni economiche e richiedere dati sui livelli retributivi medi distinti per genere.

Per le aziende di maggiori dimensioni scattano obblighi periodici di comunicazione sul divario retributivo. Se emerge una differenza salariale pari almeno al 5% non giustificata da criteri oggettivi, sarà necessaria una valutazione congiunta con i rappresentanti dei lavoratori e l'adozione di misure correttive.

ITALHYDRO

Depurazione e Recupero Acque Reflue da Lavanderia Industriale

ITALHYDRO srl, realizza impianti per il trattamento e recupero delle acque reflue da lavanderia industriale.

La nostra esperienza nel mondo delle lavanderie e l'organizzazione aziendale ci permettono di offrire soluzioni modulari e personalizzate, dai bassi costi di gestione. La nostra visione è quella di fornire tecnologia al servizio della sostenibilità.

Soluzioni per il pre-trattamento

Microfiltri a dischi per la rimozione delle parti solide (fibre tessili) dal refluo.

Soluzioni per la depurazione

Impianto biologico in continuo CAS

Impianto biologico Bach SBR

Impianto biologico con tecnologia MBR

Soluzioni per il recupero delle acque di scarico (applicabili anche in impianti di depurazione esistenti)

Sistema ad uno stadio per il 70% di recupero.

Sistemi a due stadi per il recupero fino all'85%.

Soluzioni assistenza remota e post vendita

Monitoraggio impianto da remoto

Notifiche istantanee allarmi

Formazione personale

Tutorial formativi

Webcam per controlli visivi



Impianti Depurazione Acque ■
Sistemi MBR ■
Sistemi Recupero Acque di Scarico ■
ZLD Zero Scarico di Liquidi ■



www.italhydro.com
www.italhydroplants.com

ITALHYDRO srl

Via Dei Pini, 53
36016 Thiene (VI) Italy

Phone: +39 04451716395
office@italhydro.com

Strategia di presenza in fiera e Agevolazioni & Incentivi

Nella sezione **Incentivi alle imprese e Pillole di Marketing** che elaboriamo in collaborazione con lo Studio Alberto Taddei e ContactValue troverete periodicamente un aggiornamento delle principali opportunità a supporto di imprese e professionisti del settore.

In particolare saranno approfondite le misure nazionali ed europee.

Inoltre sarà l'occasione per introdurre alcune pillole di marketing.

Si potranno trovare spiegazioni pratiche, requisiti di accesso e scadenze da conoscere.

Non mancheranno esempi concreti e suggerimenti operativi per orientarsi tra le diverse agevolazioni disponibili.

Uno strumento utile per cogliere opportunità e pianificare investimenti in modo consapevole

FIERA, LA STRATEGIA SI COSTRUISCE PRIMA DELL'APERTURA DEI CANCELLI
di Mariateresa Rubino (mitti@contactvalue.net)

Partecipare a una fiera non significa semplicemente essere presenti, ma attivare un processo strategico che inizia molto prima dell'apertura dei cancelli.

La fase di attivazione rappresenta il vero punto di svolta: è qui che la strategia prende vita e il mercato viene coinvolto in modo mirato. Senza un'attivazione efficace, anche la migliore preparazione rischia di restare invisibile; con un'attivazione ben strutturata, invece, la fiera si trasforma in un potente acceleratore commerciale.

Dalla pianificazione degli incontri all'allineamento tra marketing e vendite, fino alla creazione di aspettativa nel target, ogni azione contribuisce a determinare la qualità dei risultati. Perché il successo non dipende dal numero di visitatori, ma dal valore delle relazioni costruite.

Come trasformare la tua presenza vantaggio competitivo?

Il percorso Fiera in 6 fasi

Partecipare a una fiera non è un evento isolato, ma un processo strutturato che si sviluppa nel tempo:

Decisione > Preparazione > Attivazione > Presenza > Valorizzazione > Misurazione.

Ogni fase ha lo stesso peso strategico. Saltarne una significa compromettere il risultato complessivo.

Fase 3. L'Attivazione: la fiera comincia prima dell'apertura

Nel numero precedente abbiamo visto come la Preparazione trasformi una decisione in un progetto strutturato. Obiettivi chiari, messaggi definiti, coordinamento interno: tutto pronto. Ma una strategia, se resta sulla carta, non genera risultati.

La fiera non comincia quando si entra in stand. Comincia quando si attiva il mercato. Senza attivazione, anche la migliore presenza rischia di essere casuale. Con l'attivazione, la fiera diventa un acceleratore commerciale.





Ed è questo il momento più delicato: trasformare la strategia in movimento. L'errore più comune è pensare che il lavoro sia ormai fatto: stand definito, materiali pronti, agenda interna organizzata. In realtà, proprio qui si gioca una parte decisiva del risultato. Una fiera efficace non si affida al traffico casuale. Lo anticipa.

Attivare significa iniziare a lavorare sul pubblico prima ancora che si aprano i cancelli. Significa identificare i contatti strategici, pianificare incontri mirati, costruire una comunicazione pre-evento coerente con gli obiettivi definiti nella fase di preparazione.

Inviti personalizzati, contenuti di supporto, reminder mirati, coordinamento con il team commerciale: ogni azione deve avere una logica precisa. Non si tratta di "fare promozione", ma di creare le condizioni perché le conversazioni che contano avvengano. Arrivare in fiera con un'agenda strutturata cambia radicalmente la qualità della partecipazione. Si passa dall'attendere opportunità al generarle.

In questa fase, la differenza tra presenza e performance diventa evidente. Chi attiva prima costruisce relazioni con maggiore



PEREGO
TESSITURA ITALIANA DAL 1929

Comfort avvolgente, eleganza naturale

perego.it



profondità, ottiene incontri più qualificati e riduce l'incertezza legata al semplice flusso di visitatori. La fiera non è un evento che si subisce. È un processo che si attiva.

Allineamento tra marketing e vendite

Ed è qui che emerge un passaggio cruciale: la fiera smette di essere un'attività esclusivamente marketing e diventa uno strumento integrato di marketing & sales. Se il marketing ha il compito di supportare le vendite generando lead qualificati e attivando tattiche di ingaggio prima dell'evento, tutto questo rischia di essere inefficace se alla base non esiste un reale allineamento tra le due funzioni. La fiera non è un palcoscenico per il marketing. È un acceleratore commerciale.

Per questo motivo, l'attivazione deve coinvolgere fin da subito anche il team vendite, che non può limitarsi a "presidiare lo stand", ma deve assumere un ruolo attivo già nella fase preparatoria. Se marketing e vendite non sono allineati prima della fiera, difficilmente lo saranno durante. E quando questo accade, il risultato è prevedibile: contatti raccolti senza criterio, opportunità disperse, follow-up tardivi o inesistenti.

La preparazione deve quindi prevedere:

- criteri condivisi di qualificazione dei lead;
- obiettivi comuni e misurabili;
- una chiara definizione delle responsabilità operative.

Chi raccoglie i contatti? Come vengono classificati? Chi si occupa del follow-up? Entro quanto tempo?

Sono domande apparentemente operative, ma in realtà strategiche. Perché la qualità del risultato non dipende solo da quanti contatti vengono raccolti, ma da come vengono gestiti nelle settimane successive. Una fiera produce valore solo se marketing e vendite lavorano come un unico sistema. Altrimenti resta un evento ben organizzato, ma commercialmente sterile.

La fiera come progetto, non come evento

La preparazione efficace richiede metodo: timeline, responsabilità, KPI, contenuti, strumenti di raccolta dati. Quando la fiera è trattata come un progetto strutturato, aumenta la probabilità che generi valore nel tempo. Quando è gestita come un'attività accessoria, l'energia si concentra sull'urgenza e non sulla strategia. In definitiva, la qualità della partecipazione è proporzionale alla qualità della preparazione. E nella maggior parte dei casi, la differenza tra una fiera "costosa" e una fiera "redditizia" si gioca proprio qui.

Quando la strategia diventa visibilità

La preparazione definisce il piano. L'attivazione lo mette in movimento. La fiera smette di essere un appuntamento in agenda e diventa un evento percepito dal mercato. Senza attivazione,



anche la migliore preparazione resta invisibile. Molte aziende concentrano l'attenzione sull'allestimento e sui materiali, ma trascurano la costruzione dell'attenzione prima dell'evento. Eppure, in un contesto saturo di messaggi, chi arriva in fiera senza aver generato aspettativa parte già in ritardo.

Creare aspettativa

L'attivazione è l'insieme delle azioni che precedono la presenza fisica e che hanno un obiettivo preciso: far sapere al target che saremo lì – e soprattutto perché dovrebbe venirci a trovare. Comunicazione mirata, inviti personalizzati, contenuti teaser, campagne digitali, coinvolgimento del team commerciale: ogni azione deve essere coerente con l'obiettivo definito in fase di preparazione. Non si tratta di "fare rumore", ma di parlare alle persone giuste.

Dalla comunicazione generica al contatto qualificato

Un errore frequente è affidarsi a comunicazioni standard, indistinte, che non generano reale interesse. L'attivazione efficace è selettiva. Significa:

- segmentare il database,
- personalizzare i messaggi,



- proporre contenuti rilevanti,
- stimolare appuntamenti concreti.

L'obiettivo non è aumentare il numero di visitatori allo stand, ma la qualità degli incontri.

Coordinare canali e persone

L'attivazione non è solo marketing. Coinvolge vendite, direzione, partner. Se il team commerciale non è parte attiva nel fissare incontri e riattivare relazioni, l'attivazione perde forza. Se i contenuti digitali non sono coerenti con il messaggio che verrà portato in fiera, si crea disallineamento. In questa fase la coerenza è fondamentale: ciò che promettiamo prima dell'evento deve trovare conferma durante la presenza.

Iniziare a misurare ancor prima di iniziare

Un'attivazione ben progettata è già misurabile prima dell'a-

pertura dei cancelli: numero di appuntamenti fissati, tasso di risposta agli inviti, engagement delle campagne, traffico verso landing dedicate. Questi indicatori anticipano la qualità della partecipazione.

La fiera non inizia il primo giorno di manifestazione. Inizia quando decidiamo di attivare il mercato.

Nel prossimo articolo entreremo nella fase della Presenza, il momento in cui strategia e attivazione si confrontano con la realtà dello stand. •

(Le precedenti puntate Fase 1 e Fase 2 sono state pubblicate su Detergo di febbraio e marzo 2026)

A cura di
CONTACTVALUE srl
Via Bernardo Rucellai 10 - 20126 Milano (MI)
contactvalue.it

GUARDIAMO AL FUTURO RISPETTANDO L'AMBIENTE



...prova ad esempio la **LINEA NAT**, una gamma di prodotti per il lavaggio in acqua, **vegetali al 100%**, biodegradabili ed ipoallergenici.



Surf
CHIMICA
PRODOTTI E ACCESSORI PER LAVANDERIE

a

di LUCA MORBIDUCCI

Nel 2025 l'illegalità è costata alle imprese del commercio e dei pubblici esercizi circa 41 miliardi di euro e ha messo a rischio 284mila posti di lavoro regolari.

Questo emerge dall'indagine condotta dall'Ufficio Studi di Confcommercio, presentata durante la tredicesima edizione della **Giornata nazionale "Legalità, ci piace!"**.

Tra le principali voci di costo figurano l'abusivismo commerciale, che pesa per 10,5 miliardi di euro, l'abusivismo nella ristorazione con 8,5 miliardi, la contraffazione con 5 miliardi e il taccheggio con 5,4 miliardi. A queste perdite si aggiungono anche i costi legati alla criminalità organizzata e alla cyber criminalità.

Secondo il 29% degli intervistati la crisi è dovuta anche ad un aumento del senso di insicurezza legato a furti, vandalismi, rapine ed aggressioni.

Circa il 23% degli imprenditori e delle imprenditrici intervistati segnala la propria preoccupazione in merito al



fenomeno delle cosiddette baby gang; un grande accento si pone anche sul fenomeno del degrado urbano che, accompagnato dalla "mala movida", aumenta ulteriormente il senso di insicurezza.

Abusivismo e contraffazione penalizzano il mercato per quasi il 70% delle imprese, che vedono i propri ricavi ridursi a causa anche della concorrenza sleale messa in atto da alcuni operatori.

Molte imprese sono poi vittime del taccheggio, sei su dieci dichiarano di

subirlo e quasi cinque su dieci dicono di esserne vittima più volte a settimana. Per queste ragioni quasi il 90% delle imprese del terziario ha investito in sistemi di videosorveglianza e antifurto, legando ancora di più sicurezza urbana e commercio.

Per la quasi totalità delle imprese intervistate, un ambito urbano con serrande aperte viene percepito come maggiormente sicuro e vivibile; al contrario la desertificazione commerciale favorisce vandalismo, degrado urbano e insicurezza.

Confcommercio ha dunque proposto, per aumentare la legalità ed il senso di sicurezza di cittadini e imprese, **l'attuazione di maggiori presidi visibili sul territorio**, soprattutto nelle zone e nelle fasce orarie più critiche e nei momenti di maggiore afflusso. Chiede anche **l'attivazione di crediti di imposta o contributi per la videosorveglianza e sistemi di allarme e antitaccheggio**, con particolare attenzione alle piccole imprese di prossimità. •



La rivoluzione circolare della moda

Dall'obbligo del Passaporto Digitale alla maggiore durabilità, la road-map per la filiera tessile (e il ruolo delle pulisecco) tra vincoli ecologici e paradossi di mercato

Il settore globale della moda si trova di fronte al più profondo cambio di paradigma della sua storia recente. Spinta da un'impronta ecologica non più sostenibile e da un quadro legislativo europeo in drastico irrigidimento, l'intera filiera è chiamata a reinventarsi in chiave circolare.

Se facciamo una analisi strategica emerge innanzi tutto con chiarezza il ruolo centrale dell'Italia, vertice manifatturiero d'Europa, nel governare questa transizione che ridefinirà i confini tra produzione,



di CARLA LUNARDON

consumo e manutenzione del tessile. Il mercato globale della moda, stimato da Prometeia in ben 1.607 miliardi di euro, è composto per il 90% dal segmento

"No-Luxury", all'interno del quale la Fast Fashion pesa per 111 miliardi di euro, contro i 186 miliardi del comparto lusso. Questo immenso volume di affari genera

YOUR BEST OPERATOR NEVER GETS TIRED.

Automated shirt finishing designed for nonstop performance.

CONSISTENT QUALITY



HIGHER THROUGHPUT



LESS LABOR



KITE / EAGLE 2.0 / DB SUPREME

The complete range of blowing shirt finishers.



tuttavia esternalità ambientali critiche: la produzione tessile è oggi responsabile di oltre l'8% delle emissioni globali di gas serra e del 20% dell'inquinamento industriale delle acque mondiali, a causa principalmente dei processi di tintura. Un quadro aggravato da un tasso di riciclo strutturalmente insufficiente, laddove appena lo 0,3% dei tessuti dismessi viene reimmesso nel ciclo produttivo per la creazione di nuovi capi.

In questo scenario, la responsabilità e l'opportunità strategica per il sistema industriale italiano sono straordinarie. L'Italia rappresenta infatti il 43% dell'intero comparto Tessile-Abbigliamento-Calzature (TAC) dell'Unione Europea. Con la filiera TAC che costituisce l'8% dell'intera manifattura nazionale, il Paese possiede il patrimonio artigianale e industriale indispensabile per fare della sostenibilità un fattore di competitività internazionale, trasformando i vincoli in leve di innovazione.

La transizione ecologica deve tuttavia fare i conti con quello che gli analisti definiscono il "paradosso della Generazione Z".

Sebbene le intenzioni d'acquisto manifestate dai giovani consumatori siano

fortemente orientate alla sostenibilità (con percentuali comprese tra il 64% e l'84%), la realtà dei fatti evidenzia come soltanto il 3% di essi si dichiara disposto a pagare un sovrapprezzo per un prodotto ecologico. Una dicotomia che sposta l'asse della responsabilità dal mercato spontaneo alla regolamentazione istituzionale.

La risposta dell'Unione Europea è culminata nell'adozione del Regolamento Ecodesign (ESPR), entrato in vigore il 18 luglio 2024. Questo impianto normativo introduce standard vincolanti volti a garantire la durabilità, l'affidabilità, la riparabilità e la riciclabilità dei prodotti, individuando nel settore tessile una delle priorità assolute, con i primi atti delegati attesi entro il 2027.

Tra le misure più d'impatto del nuovo corso europeo spicca il divieto assoluto di distruzione dei capi d'abbigliamento e delle calzature rimasti invenduti. Il bando scatterà a partire da luglio 2026 per le grandi imprese, mentre le medie imprese avranno tempo fino al 2030 per uniformarsi. Questa disposizione punta a eradicare lo spreco sistemico e a stimolare la nascita di mercati strutturati per il second-hand e il riciclo industriale su larga scala.

Il pilastro tecnologico di questa rivoluzione sarà il Digital Product Passport (DPP), la cui introduzione obbligatoria per il comparto tessile è prevista tra il 2027 e il 2028. Una vera e propria "etichetta parlante" accessibile

via QR-code, che metterà a disposizione di consumatori e riciclatori i dati critici relativi alla composizione dei materiali, all'origine della supply chain, alle istruzioni di manutenzione e alla riciclabilità finale del capo.

Di fronte a questo scenario è fondamentale una azione corale del nostro settore affinché le politiche e i provvedimenti europei tengano in debito conto che la manutenzione professionale è uno dei perni della circolarità! In questa complessa road-map, emerge infatti una figura finora considerata marginale nelle strategie industriali: il settore della manutenzione e del lavaggio professionale.

Allungare la vita utile dei prodotti è il primo e più efficace pilastro dell'economia circolare. Integrare le puliseco e le lavanderie specializzate all'interno della filiera diventa quindi un imperativo, configurandole come centri di rigenerazione, riparazione certificata e cura eco-compatibile del prodotto in grado di preservarne il valore nel tempo. Come? Innanzitutto, prevedendo l'etichetta di manutenzione corretta (escludendo, ad esempio, per legge quella tutta barrata che impedisce ogni tipo di manutenzione) all'interno del passaporto digitale e inoltre inserendo negli atti delegati in emanazione per l'Ecodesign la manutenzione professionale come fattore di maggiore durabilità. •

Da alleanza MUR, Università, Confartigianato nasce la prima laurea per i manager dell'artigianato e delle Pmi

L'artigianato e le Pmi si alleano con l'università per formare una nuova classe di manager dedicati a potenziare l'innovazione nei settori che rappresentano la spina dorsale dell'economia italiana. Nasce infatti il primo corso di laurea magistrale in "Economia e management delle imprese artigiane e delle Pmi" che verrà attivato dall'Università degli studi di Palermo nell'anno accademico 2026-2027. Una novità assoluta nel sistema formativo italiano che scaturisce dalla sinergia tra il



Ministero dell'Università e della Ricerca, l'Università degli Studi di Palermo e Confartigianato e che è stata presentata il 15 maggio scorso a Palermo ad un convegno presso la Sala Magna del Complesso Monumentale dello Steri.

“Il compito dell'università non è soltanto trasmettere conoscenze. Ma anche indicare strade, aprire visioni, costruire opportunità per il futuro dei giovani e, insieme, per il futuro del Paese e delle sue eccellenze. Questo corso di laurea

a



I lavori, moderati da Nino Amadore, corrispondente de “Il Sole 24 Ore”, sono stati aperti dai saluti istituzionali del Ministro dell'Università e della Ricerca Anna Maria Bernini che ha dichiarato:

incarna esattamente questa missione: un'università che ascolta, che dialoga con il sistema produttivo, che fa squadra con le imprese per costruire competenze nuove e sempre più strategiche. Dalla

capacità di accompagnare l'artigianato italiano nei processi di innovazione, nella crescita manageriale e nell'apertura ai mercati internazionali dipende anche la tutela di un patrimonio che custodisce la nostra storia e rappresenta una leva fondamentale per il futuro del Paese”. “Il nuovo corso di laurea – ha spiegato il Presidente di Confartigianato Marco Granelli – nasce dalla volontà di far incontrare università e aziende in un percorso di formazione accademico utile a possedere gli strumenti indispensabili ad affrontare le opportunità offerte dall'innovazione tecnologica, dalle transizioni green e digitale, dalla competizione sui mercati mondiali”. Il convegno ha visto l'intervento del Rettore dell'Università degli Studi di



FIBIR
macchine per lavanderie



**NUOVA LINEA LAVASECCO MULTISOLVENTE
EFFICIENZA ESTREMA,
RISPARMIO GARANTITO,
ZERO COMPROMESSI.**

Super centrifuganti per prestazioni al top
Sistema ammortizzato: silenzioso e duraturo
Consumi ridotti: meno energia, più risparmio
Eco-friendly: massimo rispetto per l'ambiente



QUALITÀ E AFFIDABILITÀ AL SERVIZIO DELLA TUA LAVANDERIA.

FIBIR
macchine per lavanderie

FIBIR ITALIA s.r.l. Via della Siderurgia, 3A/3B - 37139 VERONA (ZAI 2) VR - ITALY
www.fibiritalia.com - www.myorange.it Tel: (+39) 045 8680014 - 045 8680577
commerciale@fibiritalia.com - fibir@fibir.info

Palermo, Massimo Midiri, il quale ha sottolineato: “Per il nostro Ateneo oggi è una giornata importante. Rappresenta l’aggiunta di un tassello prezioso che arricchisce un’offerta formativa orientata all’innovazione, senza però rinunciare a valorizzare le tradizioni e le peculiarità del nostro territorio, che meritano di essere sostenute e accompagnate nel loro sviluppo. Mettere al centro le esigenze formative dei giovani significa offrire loro strumenti concreti per affrontare le sfide del mercato del lavoro, creando percorsi di studio capaci di essere competitivi a livello europeo. Palermo, del resto, occupa una posizione strategica nel Mediterraneo e può diventare un hub fondamentale per il dialogo e lo scambio di professionalità e competenze”.

Emanuele Alessandro Virzi, Presidente di Confartigianato Imprese Sicilia, ha evidenziato come l’obiettivo dell’associazione sia rilanciare il comparto artigiano puntando sui giovani, affinché

possano innovare i modelli di business esistenti o crearne di nuovi. Virzi ha rimarcato la volontà di contrastare la “fuga di cervelli”, offrendo alle nuove generazioni l’opportunità di formarsi e lavorare in Sicilia grazie a percorsi accademici d’eccellenza che aprano visioni inedite sul futuro delle imprese locali.

Il convegno ha visto la partecipazione dei massimi rappresentanti delle istituzioni siciliane: Renato Schifani, Presidente della Regione Siciliana, Roberto Lagalla, Sindaco della Città di Palermo, Edmondo Tamajo, Assessore Regionale alle Attività Produttive, Girolamo Turano, Assessore Regionale dell’istruzione e della formazione professionale.

Il corso di laurea è una risposta alla necessità di dotare le nuove generazioni di competenze manageriali d’avanguardia, capaci di guidare l’evoluzione di artigiani e Pmi, settori chiave del Made in Italy, coniugando la tradizione della nostra cultura produttiva con le sfide della digitalizzazione, dell’internazionalizzazione e del passaggio generazionale in azienda. L’esigenza di questa figura professionale è certificata dai dati del 5° Radar Artigiano, illustrato durante il convegno da Giorgio De Rita, Segretario Generale del CENSIS. Secondo il report, nel 2025 il 64% delle

aziende artigiane ha utilizzato stabilmente il digitale e quasi la metà di esse (48%) lo impiega già nelle fasi di progettazione. Negli ultimi anni l’80,5% degli artigiani ha effettuato investimenti strategici, ma il 67% degli imprenditori segnala ancora forti criticità nel reperimento di manodopera qualificata e di competenze gestionali adeguate.

I dettagli tecnici dell’offerta formativa sono stati approfonditi da Marcantonio Ruisi, Direttore del Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche dell’Ateneo palermitano. Con questa nuova laurea, l’Università di Palermo e Confartigianato non offrono soltanto un titolo accademico ma una vera e propria infrastruttura di competenze.

Il corso prevede infatti una costante interlocuzione con gli stakeholder del sistema produttivo e l’utilizzo di metodologie didattiche innovative, come il project work e l’esperienza sul campo, per garantire una formazione che sia, sin dal primo giorno, coerente con le reali evoluzioni del mercato del lavoro. Il piano formativo si distingue per un approccio multidisciplinare che unisce l’analisi della supply chain e dell’intelligenza artificiale a insegnamenti come la storia dell’impresa italiana e l’antropologia culturale.

Lo scenario economico e l’importanza dell’alta formazione sono stati analizzati da Giulio Sapelli, Presidente della Fondazione Gerosi, il quale ha lodato il coraggio dell’Ateneo di Palermo nel superare le teorie economiche neoclassiche che spesso ignorano il valore dell’impresa artigiana fondata sulla persona. Secondo Sapelli, questo corso colma un vuoto teorico e strategico fondamentale, valorizzando la resilienza delle PMI come presidio di stabilità e “strumento di pace” economica, contribuendo al contempo al riscatto produttivo del Mezzogiorno. •

Marco Granelli
Presidente
di Confartigianato
Imprese



Nel perimetro dei servizi il 61,4% dell’occupazione dell’artigianato. I valori dei servizi a vocazione artigiana

L’economia dei servizi rappresenta oggi il principale motore del sistema produttivo italiano, sia in termini di numerosità imprenditoriale sia per capacità

occupazionale. Nel 2025 il valore aggiunto dei servizi pesa il 64,5% del PIL, mentre al primo trimestre 2026 oltre 3,4 milioni di imprese operano nei servizi, con 13,0

milioni di addetti.

All’interno di questo universo si colloca una presenza significativa dell’artigianato, che svolge un ruolo essenziale nella produzione

di servizi in cui si valorizzano i mercati di prossimità e la relazione con il cliente, con una presenza nei piccoli comuni e nelle aree periferiche, contribuendo alla coesione economica e sociale, oltre che a supportare la domanda turistica e la valorizzazione del territorio. Le imprese artigiane dei servizi sono 487mila e rappresentano il 39,8% dell'intero artigianato italiano. Gli addetti dell'artigianato nei servizi sono 997mila, pari al 38,4% dell'occupazione artigiana complessiva. Il valore aggiunto dell'artigianato dei servizi è di 36,4 miliardi di euro, pari al 25,5% del totale. Il quadro territoriale del valore aggiunto generato dalle imprese artigiane nei diversi settori dei servizi è proposto nel report 'L'eredità di Pinocchio nella creatività del made in Italy a vocazione artigiana', pubblicato in occasione della 5ª Giornata della Cultura Artigiana. L'evoluzione nell'ultimo decennio (2015-2024) del peso degli occupati nell'artigianato tra i tre macrosettori evidenzia due fasi distinte: una prima fase, tra il 2015 e il 2020, caratterizzata dal

rafforzamento relativo dei servizi (con la quota che sale di 2,7 punti percentuali), e una seconda fase, dal 2020 al 2024, segnata dal recupero delle costruzioni (+2,3 p.p.) influenzato dalla ripresa post-pandemia trainata dall'edilizia, e dalla



stabilizzazione della quota del terziario (-0,8 p.p.). Nel complesso, nell'arco del decennio, l'artigianato italiano evolve verso una struttura sempre più orientata ai servizi (+1,9 p.p.), con un consolidamento del peso delle costruzioni (+0,9 p.p.), mentre il manifatturiero è oggetto di una maggiore selettività (-2,6% p.p.). Le attività dell'artigianato dei servizi comprendono servizi alla persona, autoriparazione, riparazione dei beni, trasporto e logistica, servizi nell'alimentazione, attività tecniche e di comunicazione, servizi digitali, servizi culturali e ricreativi, attività editoriali fino a istruzione e formazione. I dati delle imprese artigiane per settore e territorio al primo trimestre 2026 con le attività secondo la classificazione ATECO 2025



Advanced equipment by GHIDINI



TAVOLI



PRESSE



MANICHINI



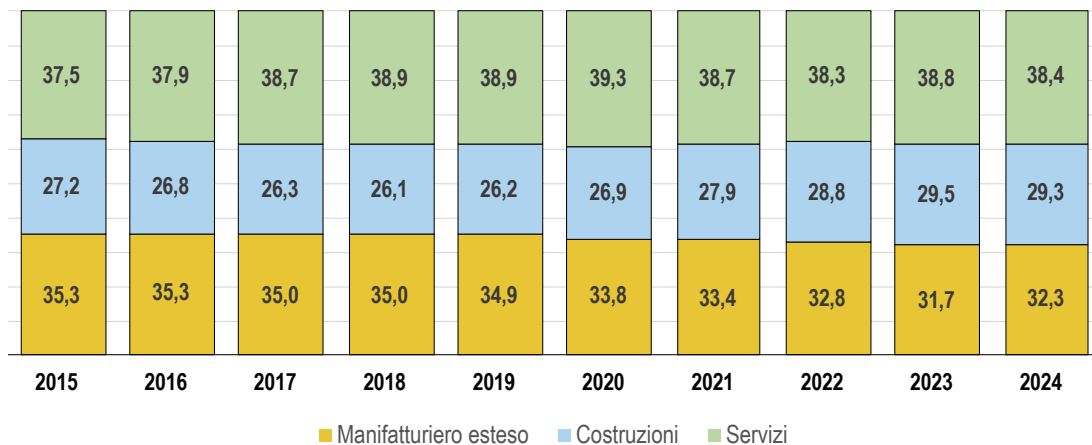
sono disponibili nella "Ricerca tabelle online" di Movimprese.

Un raggruppamento di servizi all'edilizia è rappresentato dai lavori di costruzione specializzati con in cui sono comprese 389mila imprese con 597mila addetti nei settori del completamento e finitura di edifici - con tinteggiatura e posa in opera di vetri, rivestimento di pavimenti e di muri e intonacatura - della demolizione e preparazione del cantiere edile, dell'installazione di impianti elettrici e idraulici e altri lavori di costruzione e installazione e, infine, degli altri lavori specializzati di costruzione che comprendono la realizzazione di coperture. Se sommiamo questo rilevante sistema

di servizi delle costruzioni, il perimetro allargato dei servizi nell'artigianato sale ad oltre 876mila imprese artigiane, pari al 71,6% del totale delle imprese artigiane, con 1 milione 594mila addetti, pari al 61,4% dell'occupazione dell'artigianato. I key data dell'artigianato dei servizi sono stati richiamati da Guido Radoani, Responsabile del Sistema Imprese di Confartigianato nel corso dell'organizzato nei giorni scorsi da Manageritalia. Il valore dei servizi a vocazione artigiana - Nell'intervento è stato richiamato come i servizi dell'artigianato siano una fondamentale infrastruttura immateriale e tecnica a sostegno della competitività, dell'innovazione e della coesione sociale. Sono, infatti, fattori abilitanti e di implementazione di tutti gli altri settori, punti di connessione tra settori e logiche di filiera e includono processi di innovazione, capitale umano ad elevata specializzazione e relazione con il mercato di prossimità. Il valore, quindi, non è solo nel servizio in

sé, ma nella qualità della relazione, nella fiducia e della responsabilità professionale. Questo valore sicuramente permette di parlare di "Servizi Made in Italy". Nell'artigianato e nelle micro e piccole imprese (MPI) l'imprenditore è allo stesso tempo manager. È nel DNA delle nostre imprese. La managerializzazione dei servizi nell'artigianato e nelle MPI deve partire da questo presupposto. Tali funzioni si rafforzano in una fase in cui le imprese sono caratterizzate da un diffuso cambio generazionale che sta portando all'interno delle aziende risorse umane e competenze che introducono innovazione e nuove soluzioni tecnologiche. Introdurre un manager in un'impresa artigiana è un investimento importante. Vanno considerate con favore politiche pubbliche (es. voucher) per sostenere l'assunzione di un "manager di bacino o di filiera" che possa essere utilizzato in logica di condivisione, anche nella dimensione di aggregazione tra imprese. •

Peso dell'occupazione nell'artigianato per macro settore in dieci anni 2015-2024 - % totale addetti artigianato
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



"I nuovi simboli GINETEX e la sfida della doppia W": innovazione, sostenibilità e professionalità nelle lavanderie del futuro

Il settore delle pulitintolavanderie sta attraversando una fase di profonda trasformazione, spinta dall'evoluzione normativa europea, dalla crescente attenzione alla sostenibilità e dalla necessità di offrire servizi sempre più qualificati. Questi temi sono stati al

centro del convegno dedicato a "I nuovi simboli GINETEX. Come affrontare professionalmente la doppia W", importante occasione di confronto tra operatori, tecnici e aziende del comparto svoltosi con grande successo di pubblico a Treviso presso la Sede di **Confartigianato**

Imprese Marca Trevigiana lo scorso 10 maggio.

L'apertura dei lavori e il ruolo strategico del settore

Ad aprire i lavori è stato il saluto istituzionale di **Alessandro Zanin, Presidente della comunità pulitintolavanderie di Confartigianato Imprese Marca Trevigiana**, il quale ha sottolineato il valore strategico della formazione e dell'aggiornamento professionale per le imprese del settore. In un mercato sempre



più competitivo, la capacità di comunicare qualità, competenza e sostenibilità rappresenta oggi un elemento distintivo fondamentale. Le lavanderie, è stato evidenziato, non sono semplici fornitori di servizi, ma parte integrante della filiera moda, con un ruolo decisivo nel contrastare la fast fashion attraverso la cura, la manutenzione e l'allungamento del ciclo di vita dei capi.

L'evoluzione della simbologia e la chimica del lavaggio

Ampio spazio è stato poi dedicato

all'aggiornamento della simbologia GINETEX secondo la norma ISO 3758:2023, illustrato dalla **dott.ssa Simona Atzeri, Responsabile ricerca-Rampi srl**. La nuova classificazione uniforma a livello internazionale le etichette di manutenzione tessile e introduce importanti precisazioni soprattutto per i trattamenti di lavaggio professionale a umido, il cosiddetto wet cleaning. La relatrice ha ricordato come la simbologia mantenga la storica sequenza dei cinque simboli fondamentali — lavaggio,

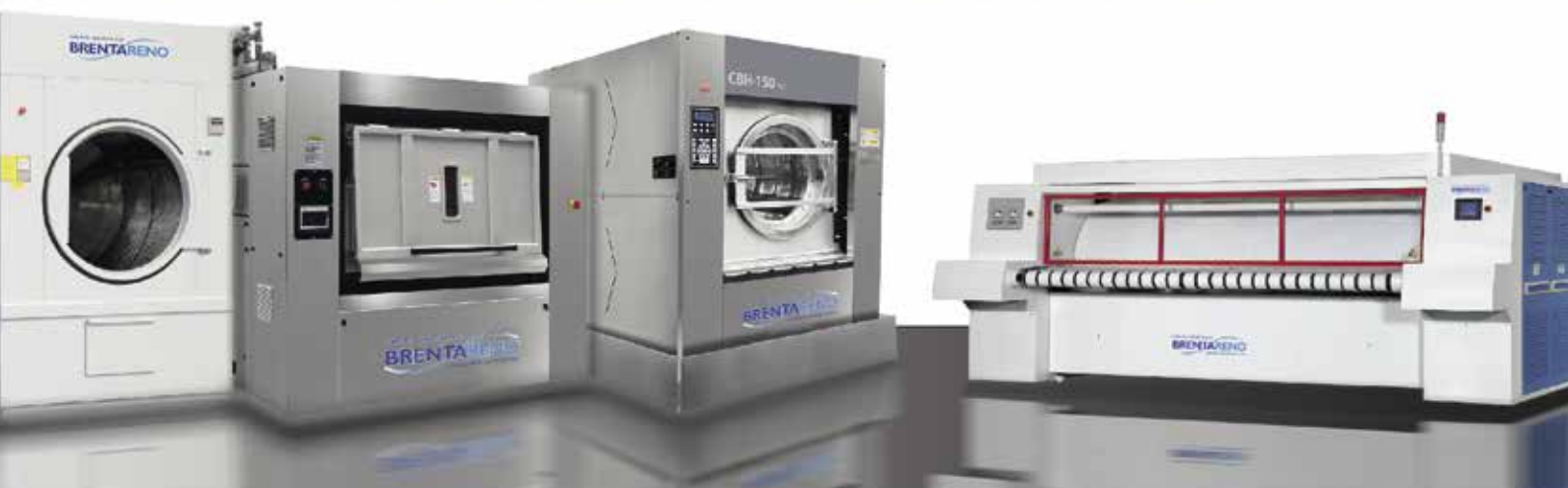
candeggio, asciugatura, stiratura e cura professionale — ma con nuove indicazioni operative che consentono una gestione più precisa dei trattamenti. Particolare attenzione è stata dedicata proprio ai simboli della “doppia W”, che identificano i differenti livelli di lavaggio professionale ad acqua: normale, delicato ed extra delicato. La stessa introduzione della “W” nel cerchio certifica ufficialmente che questa tecnica è ormai validata e riconosciuta dai produttori di abbigliamento a livello mondiale. Nel corso dell'intervento è stato

LINEA MACCHINARI INDUSTRIALI BRENTARENO

La scelta giusta per garantire la massima produttività e ridurre i costi di investimento e di manutenzione.

Prestazioni elevate e totale rispetto per l'ambiente.

Garantiamo un rapido e professionale servizio tecnico in tutta Italia, anche attraverso contratti di assistenza personalizzati e programmati.



CONTATTACI PER AVERE MAGGIORI INFO
info@brentareno.com o al Tel: +39 0423 55283 r.a.

GRUPPO INDUSTRIALE
BRENTARENO[®]
www.brentareno.com

approfondito anche il tema della chimica della detergenza. Atzeri ha evidenziato come l'efficacia del lavaggio professionale dipenda dall'equilibrio del cerchio di Sinner: azione meccanica, temperatura, chimica e tempo. Centrale il ruolo dei tensioattivi, capaci di ridurre la tensione superficiale dell'acqua e favorire la rimozione dello sporco senza ridepositarlo sui tessuti. Ha inoltre tracciato le differenze con il lavaggio a secco tradizionale (basato su solventi come il percloroetilene), evidenziando come il wet cleaning assicuri una pulizia più profonda e sostenibile, purché supportato da detergenti specifici e tecnologie evolute.

Il procedimento Wet Cleaning e la diffusione internazionale

Su questo tema si è innestato l'intervento di **Gualtiero Ferrero, Responsabile commerciale Francia-Rampi srl**, dedicato nello specifico al procedimento Wet Cleaning e alla sua crescente diffusione internazionale. Ferrero ha ricordato come la Francia, già dal 2012, abbia avviato un progressivo superamento delle macchine a secco con percloroetilene nei locali adiacenti a edifici abitati, diventando oggi il primo mercato mondiale per il wet cleaning. Il relatore ha definito il wet cleaning come un sistema professionale che consente di lavare in acqua capi tradizionalmente trattati a secco, grazie a una combinazione di programmi specifici, chimica avanzata e asciugatura controllata. Fondamentale, secondo Ferrero, è il ruolo delle moderne lavatrici programmabili e dei sistemi di dosaggio automatico, indispensabili per ottenere risultati ripetibili. Ferrero ha poi sfatato i "falsi problemi" attribuiti a questa tecnica (dalla presunta difficoltà nel rimuovere le macchie grasse ai timori di infeltrimento della lana o perdita di brillantezza della seta), dimostrando come possano essere brillantemente superati grazie a programmi mirati per fibre delicate (seta, lino, viscosa) e corrette procedure operative.

L'approccio ingegneristico e tecnologico delle macchine

Il focus si è poi spostato sulle soluzioni tecnologiche grazie all'intervento del **dott. Gabriele Giotto per Grandimpianti I.L.E.**, focalizzato sull'approccio rigorosamente professionale a lavatrici ed essiccatoi nel settore "W". Giotto ha chiarito in modo netto la distanza che separa il mondo domestico da quello professionale: il Wetcleaning non è riducibile a un banale ciclo "delicato" di una lavatrice comune, ma è un processo integrato e inscindibile di lavaggio e asciugatura controllati. Attraverso il sistema Gentlewash®, Grandimpianti progetta macchine pensate per bilanciare millimetricamente azione meccanica, chimica e termica. Sotto il profilo della progettazione meccanica, le apparecchiature professionali utilizzano cesti, geometrie di trascinamento, sospensioni calibrate e livelli idrici strutturati per azzerare lo stress sulle fibre. Un'attenzione cruciale è stata posta sulla fase di asciugatura, definita parte integrante del processo per preservare la fibra, la morbidezza ("mano") e la perfetta vestibilità del capo, riducendo i restringimenti. Giotto ha concluso ricordando che l'attrezzatura professionale garantisce ripetibilità, continuità di servizio per carichi intensivi e una reale economia di esercizio nel tempo: investire in alta tecnologia è un'assoluta garanzia di redditività e sicurezza.

Scenario di mercato e le sfide normative europee

A chiudere la serie di approfondimenti è stato l'intervento di **Andrea Saviane, Segretario di Confartigianato Imprese Città Metropolitana di Venezia**, il quale ha inquadrato le sfide del comparto all'interno dello scenario macroeconomico e normativo globale della moda. Con un mercato mondiale dell'abbigliamento che nel 2024 ha toccato i 1.607 miliardi di euro – dominato per il 90% dal segmento "no-luxury" e trainato dal fast fashion (111 miliardi) – la filiera italiana del Tessile-Abbigliamento-Calzature (TAC) riveste un peso formidabile, rappresentando l'8% dell'intera manifattura nazionale e il 43% di quella europea. Se da un lato la sensibilità ambientale cresce, dall'altro solo il 3% dei consumatori

si è finora dimostrato propenso a pagare un extra-costi per prodotti sostenibili. La vera spinta al cambiamento arriva perciò dalle severe normative europee. Le lavanderie professionali devono prepararsi fin da subito all'entrata in vigore del nuovo Regolamento UE sull'Ecodesign per i Prodotti Sostenibili (ESPR) e all'introduzione del Digital Product Passport (DPP). Il DPP si configurerà come una vera e propria "etichetta parlante" digitale, attiva progressivamente dal biennio 2026-2027, per garantire la tracciabilità lungo l'intero ciclo di vita del prodotto. Con lo scadenziario UE che prevede già dal 2026 il divieto di distruzione degli invenduti per le grandi imprese tessili (esteso alle medie imprese entro il 2030), la manutenzione e la riparazione professionale diventano pilastri fondamentali dell'economia circolare.

Il messaggio emerso con forza dall'intera giornata è chiaro: il futuro delle pulitintolavanderie passa attraverso competenze tecniche sempre più avanzate, investimenti in tecnologia e una nuova cultura della manutenzione tessile, capace di coniugare qualità del servizio, rispetto ambientale e valorizzazione del lavoro professionale.

"Non dobbiamo mai trascurare la formazione continua – ha concluso

Carla Lunardon, Presidente Nazionale e Regionale Veneto delle Pulitintolavanderie di Confartigianato.

Non ha importanza da quanto tempo siamo operatori del settore. La straordinaria esperienza di oggi ci dimostra una volta di più quanto sia in evoluzione il nostro settore e quanto il nostro contributo alla sostenibilità passa per l'aggiornamento delle macchine, dei prodotti e della conoscenza. Il percorso avviato da molti anni qui in Veneto ci pone di certo all'avanguardia nel servizio che offriamo". •

Prossimo appuntamento dedicato alle pulitintolavanderie del sistema regionale Confartigianato Veneto: Domenica 14 Giugno - Ore 9.30 "IL VALORE DI UNA VITA D'IMPRESA: COME PREPARARE IL FUTURO DELLA PULITINTOLAVANDERIA" Anfiteatro Negrelli c/o Palazzo Negrelli Via dei Contarini 5/a Piazzola sul Brenta (PD)

ISA 2025, revisione congiunturale straordinaria: come cambiano i voti di affidabilità fiscale

a

Il Ministero dell'Economia ha recentemente approvato una revisione straordinaria degli ISA (Indici Sintetici di Affidabilità Fiscale) per il periodo d'imposta 2025. Lo Stato ha infatti deciso di aggiornare il "termometro" con cui misura quanto un contribuente sia onesto e coerente, per evitare che fattori esterni negativi rovinino il suo punteggio.

Il 2025 è stato un anno influenzato da eventi che non dipendono dai singoli imprenditori o professionisti, come tensioni geopolitiche, aumento dei prezzi dell'energia e andamento dei tassi di interesse. La revisione serve quindi a "sterilizzare" questi effetti esterni, assicurando che il punteggio ISA rifletta la reale situazione del contribuente e non le difficoltà del mercato. Per rendere il calcolo più equo, sono stati introdotti diversi meccanismi:

Correttivi straordinari – se la produttività o i

ISA Indici sintetici di affidabilità fiscale — 2026

PERIODO D'IMPOSTA 2025



marginii di guadagno di azienda sono scesi nel 2025, il sistema applicherà degli sconti statistici per riequilibrare il calcolo.

Analisi storica – il sistema non guarda solo all'ultimo anno, ma confronta i risultati attuali con la capacità di generare valore degli ultimi otto anni, per capire se il calo è un evento isolato dovuto al contesto.

Differenze di luogo (territorialità) – il fisco tiene conto del fatto che operare in una zona con poca domanda o troppa concorrenza è diverso rispetto a zone più fortunate. Sono stati aggiornati gli indici di concentrazione della domanda e dell'offerta per ogni specifica area.

Andamento del settore – sono state aggiornate le stime sui risultati ottenuti da diversi comparti economici.

Per introdurre i correttivi necessari, l'Agenzia delle Entrate utilizza informazioni aggiornate provenienti dalla fatturazione elettronica, dalle liquidazioni IVA e dai dati forniti da ISTAT e Banca d'Italia.

Rammentiamo che un buon punteggio ISA (ottenuto anche grazie a questi correttivi) è fondamentale perché permette alle aziende di accedere al cosiddetto regime premiale: essere considerati "affidabili" garantisce vantaggi concreti, come l'esclusione da alcuni controlli o rimborsi fiscali più rapidi.

In sintesi, queste modifiche servono a rendere il fisco più "umano" e consapevole della realtà economica, proteggendo chi ha subito un calo di fatturato dovuto a cause di forza maggiore. •



50 ANNI
DI INNOVAZIONE
CONTINUA



Dal 1976. UNION guida l'evoluzione del lavasecco, combinando innovazione tecnologica, affidabilità e performance. Oggi più che mai, definiamo gli standard del settore.

- **VELOCITÀ.** Cicli ottimizzati per tempi ridotti.
- **PRODUTTIVITÀ.** Massima resa con minimi fermi macchina.
- **LEADERSHIP.** Presenza globale e costante innovazione.



uniondcm.com

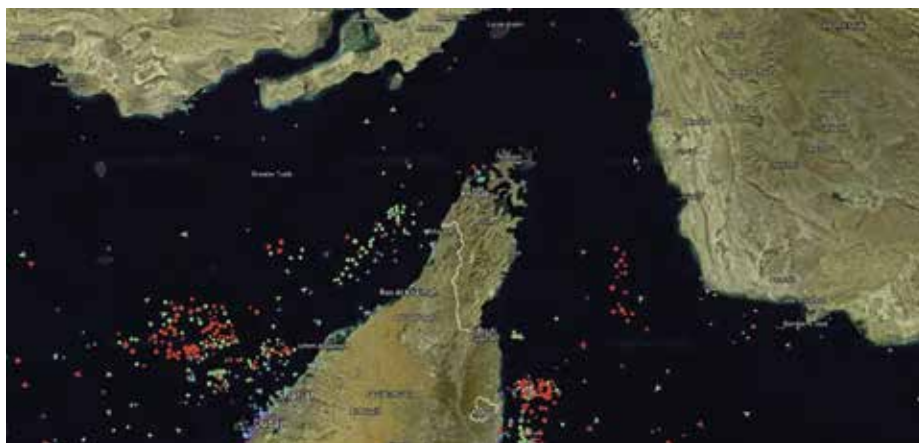
a

Extra costi tra 3 e 4 miliardi l'anno
La guerra in Iran e le tensioni nello **Stretto di Hormuz** rischiano di trasformarsi in una nuova tassa occulta sulle piccole imprese italiane. Non solo grandi industrie energivore o trasporti internazionali: a essere colpite sono soprattutto le attività di prossimità, quelle che ogni giorno entrano nelle case degli italiani, consegnano prodotti, effettuano manutenzioni, assistenza tecnica e servizi locali. È quanto emerge da **una analisi della**

“La crisi del Golfo – sottolinea il **Presidente della CNA Dario Costantini** – è entrata direttamente nei prezzi quotidiani: **dalla manutenzione della caldaia alla consegna del pane, dall'assistenza tecnica ai piccoli cantieri**. L'impatto riguarda migliaia di attività che non possono ridurre gli spostamenti perché il lavoro coincide con la mobilità”.
Un impiantista percorre mediamente 25-30mila chilometri l'anno; un tecnico

Ancora più pesante l'impatto per chi vive di chilometri. Un NCC che percorre 60mila chilometri l'anno può sostenere oltre 1.600 euro di costi aggiuntivi; un taxi con 80mila chilometri annui arriva a circa 2mila euro. Per una piccola impresa di autotrasporto merci, con un mezzo che percorre 120mila chilometri l'anno e consuma mediamente un litro ogni 4 chilometri, l'aggravio supera i 10.500 euro.

Secondo la CNA, le **regioni maggiormente esposte** sono quelle caratterizzate da una forte presenza di piccole imprese diffuse sul territorio e da elevata mobilità operativa: **Veneto, Emilia-Romagna, Marche, Toscana, Piemonte, Abruzzo**. Si tratta di territori nei quali il modello produttivo è basato su reti di artigiani, manutentori, installatori, trasporto leggero e filiere locali che lavorano quotidianamente “su gomma”. In Italia circolano circa 4,6 milioni di furgoni e veicoli commerciali leggeri. Se anche solo la metà fosse interessata da un aggravio medio vicino ai 1.000 euro annui, l'impatto complessivo del caro gasolio supererebbe i 2 miliardi di euro solo per il maggior costo del carburante.
“La grande industria può in parte difendersi con contratti energetici strutturati o ottimizzazioni logistiche – evidenzia la CNA – mentre le piccole imprese subiscono immediatamente ogni aumento di carburanti ed energia. Per milioni di artigiani ogni furgone sta diventando una bolletta viaggiante”. La Confederazione chiede quindi al Governo **misure rapide** per evitare che l'instabilità internazionale si traduca in un ulteriore colpo alla competitività delle micro e piccole imprese italiane. •



CNA sugli effetti del rincaro di petrolio, carburanti ed energia sulle micro e piccole imprese. Secondo le stime della Confederazione, **l'aumento medio del gasolio può arrivare a quasi 1.000 euro l'anno per un artigiano con un furgone**; circa 1.900 euro annui per una microimpresa con due furgoni; quasi 2.900 euro annui per una microimpresa con tre furgoni; oltre 1.600 euro l'anno per un NCC; circa 2.000 euro l'anno per un taxi; oltre 10mila euro annui per una piccola impresa del trasporto merci. **Un extra costo che oscilla tra i 3 e i 4 miliardi l'anno.**

manutentore effettua anche 5-6 interventi al giorno; panifici, lavanderie, gelaterie e laboratori artigiani devono sostenere contemporaneamente l'aumento dei costi energetici e delle consegne.
Per un furgone artigiano che percorre 30mila chilometri l'anno, con un consumo medio di 11 chilometri al litro, il rincaro del gasolio determina un aggravio di circa 955 euro annui. Per un'attività con tre mezzi, il conto sale a quasi 2.900 euro, una cifra che può equivalere a una mensilità di affitto del laboratorio o di un piccolo capannone.

Conto da oltre mille euro a famiglia dal caro energia

Il progressivo **rialzo dei prezzi di energia e carburanti** rischia di produrre nel corso del 2026 un impatto significativo sui bilanci delle famiglie italiane, con effetti diretti anche

sull'attività delle micro e piccole imprese. Se le quotazioni di petrolio e gas rimarranno ai livelli attuali nei prossimi mesi, l'incremento dei costi per luce, gas, carburanti e beni alimentari (che insieme

all'abitazione rappresentano oltre il 40% della spesa mensile) potrebbe tradursi in una **maggiore spesa per una famiglia media intorno ai mille euro nel 2026**, con punte fino a 1.200-1.300 euro per nuclei con figli e maggiore intensità di consumi energetici. È quanto stima la CNA indicando, in dettaglio, per le

bollette energetiche un aumento tra 300 e 400 euro annui; la spesa per carburanti cresce tra 200 e 300 euro, con impatti più rilevanti per i pendolari; l'effetto indiretto sui prezzi alimentari comporta un aggravio tra 250 e 350 euro annui. Le dinamiche risultano inoltre fortemente differenziate: le famiglie a basso reddito

e i pensionati risultano maggiormente esposti, per l'elevata incidenza delle spese essenziali; le famiglie numerose e quelle residenti in aree meno servite dal trasporto pubblico subiscono impatti più rilevanti; i single urbani presentano effetti più contenuti.

Ad esempio, una **famiglia con due figli**, casa grande e due auto può arrivare a pagare **fino a 1.500 euro in più all'anno**. È il caso più esposto: più consumi, più energia, più spesa. La **coppia di lavoratori pendolari** se la passa poco meglio: il carburante diventa la voce dominante, e il totale oscilla tra i **900 e 1.200 euro**.

Chi invece vive da solo in città, magari senza auto, riesce a limitare i danni: **400-500 euro in più all'anno**.



FORNITURE TESSILI CIMMINO®



Sempre un aumento, ma decisamente più gestibile. La crescita dei redditi nominali, stimata tra il 2,5% e il 3%, solo in parte è in grado di compensare un'inflazione prevista tra il 2,7% e il 3%, determinando una sostanziale stagnazione o lieve riduzione del potere d'acquisto.

In questo contesto il rischio è un rallentamento della domanda interna, con effetti immediati sulle micro e piccole imprese dei settori commercio, servizi e produzione. Per la Confederazione, è quindi necessario: rafforzare le misure di contenimento dei costi energetici; sostenere il reddito disponibile delle famiglie; incentivare gli investimenti in efficienza energetica per imprese e cittadini.

Il balzo delle quotazioni di petrolio e gas impatta anche sugli investimenti delle imprese. In uno scenario

moderato, CNA stima una contrazione degli investimenti fissi lordi nell'ordine del 2% mentre in caso di shock prolungato la riduzione può arrivare al 4% con un effetto negativo sul Pil che oscilla tra 0,4 e 0,9 punti.

“La tenuta dei consumi e degli investimenti – afferma il **Presidente della CNA Dario Costantini** – rappresenta un fattore decisivo per salvaguardare l'economia. Senza interventi mirati, l'attuale dinamica dei prezzi rischia di tradursi in un freno per l'intero sistema produttivo”. •

Decreto Lavoro, servono incentivi strutturali e meno burocrazie

CNA, Confartigianato e Casartigiani esprimono giudizio positivo sull'impianto del Decreto Lavoro, che riconosce la centralità della contrattazione collettiva nazionale delle organizzazioni comparativamente più rappresentative nella determinazione del “salario giusto”. In audizione oggi presso la Commissione Lavoro della Camera, le tre Confederazioni hanno accolto con favore il sostegno all'occupazione di giovani, donne e all'interno della **ZES unica**, esprimendo tuttavia perplessità sulla natura sperimentale dei bonus limitati al solo 2026. Per garantire una reale programmazione aziendale, **CNA, Confartigianato e Casartigiani chiedono un orizzonte almeno triennale delle agevolazioni**, insieme a una rapida definizione delle modalità attuative per evitare i ritardi e le incertezze applicative che in passato



hanno frenato gli investimenti in nuova occupazione.

Sul fronte del “salario giusto”, le Confederazioni promuovono la scelta di non ricorrere a un salario minimo legale, puntando invece sulla centralità dei CCNL sottoscritti dalle organizzazioni comparativamente più rappresentative. Tale approccio è considerato l'unico in grado di contrastare il dumping contrattuale e la proliferazione di “contratti pirata” e la giusta soluzione per valorizzare

le prestazioni di welfare bilaterale, fiore all'occhiello delle relazioni sindacali nell'artigianato.

Per quanto riguarda l'introduzione dell'anticipazione economica obbligatoria legata all'IPCA in caso di mancato rinnovo contrattuale, CNA, Confartigianato e Casartigiani ritengono che questo automatismo possa comprimere gli spazi negoziali delle parti sociali, le quali dovrebbero mantenere la piena disponibilità dell'istituto della vacanza contrattuale.

Infine, in merito al lavoro su piattaforme digitali, le tre Organizzazioni condividono l'esigenza di trasparenza e contrasto al caporalato, ma invitano alla cautela sulla “presunzione di subordinazione” derivante dal controllo algoritmico. Il rischio è una classificazione automatica e impropria di forme genuine di lavoro autonomo, che creerebbe insicurezza giuridica e nuovi oneri burocratici. •





Ministero
dell'Economia e delle Finanze

CNA, Confartigianato, Casartigiani, Confcommercio e Confesercenti, in una lettera congiunta al Ministro dell'Economia e delle Finanze, Giancarlo Giorgetti, e al Viceministro Maurizio Leo, evidenziano la necessità di una proroga dei termini di versamento delle imposte risultanti dalle dichiarazioni dei redditi e IRAP relative al periodo d'imposta 2025.

La richiesta nasce a seguito della pubblicazione, avvenuta nella giornata di ieri da parte dell'Agenzia delle Entrate, del software "Il tuo ISA 2026 CPB", necessario per l'elaborazione delle proposte di

concordato preventivo biennale 2026/2027. Le cinque Organizzazioni di rappresentanza delle piccole e medie imprese diffuse evidenziano che il rilascio dell'applicativo, inizialmente previsto entro il 15 aprile 2026 e successivamente differito al 15 maggio 2026 nell'ambito della conversione del decreto-legge n. 38/2026, ha inevitabilmente ridotto il tempo a disposizione di imprese e intermediari fiscali per effettuare le elaborazioni necessarie alla corretta determinazione delle imposte. A ciò si aggiunge la necessità di ulteriori aggiornamenti del software per recepire le

recenti modifiche normative approvate in Commissione Finanze e Tesoro del Senato, relative all'introduzione di specifiche soglie di incremento per i contribuenti con punteggio ISA inferiore a 8.

Secondo le Confederazioni, questa situazione genera rilevanti difficoltà operative sia per le imprese soggette agli ISA sia per i professionisti incaricati dell'assistenza fiscale, in vista della scadenza del 30 giugno prossimo. Pertanto, le Organizzazioni chiedono il differimento dei versamenti:

- al 20 luglio 2026 senza maggiorazioni;
- al 19 agosto 2026 con applicazione della maggiorazione dello 0,4%.

L'intervento garantirebbe tempi congrui per gli adempimenti fiscali relativi alla campagna dichiarativa 2026. •

Visit us Pav 3P Stand N02 P01

YOUR SATISFACTION IS OUR CONSTANT INSPIRATION



Via Ossola, 7 - 40016 San Giorgio di Piano (BO)

Phone: +39-051-6630468

Fax: +39-051-6630688

Internet: www.italclean.com

E-Mail: italclean@italclean.com



MACCHINARI

Aziende produttrici e filiali di produttori esteri

MACHINERY

Manufacturing companies and subsidiaries of foreign manufacturers

ALGITECH S.r.l.

Via dell'Industria, 1
64014 MARTINSICURO TE

ALLIANCE LAUNDRY ITALY S.r.l.

Via G. di Vittorio, 24 - Z.I.
25125 BRESCIA BS

CAMILA S.r.l.

Via dell'Artigianato, 6
06135 PERUGIA PG

DALMON WATER SOLUTIONS S.r.l.

Via Astico, 1
36010 CARRÈ VI

ELECTROLUX PROFESSIONAL S.p.A.

Viale Treviso, 15
33170 PORDENONE PN

FIRBIMATIC S.p.A.

Via Turati, 16
40010 SALA BOLOGNESE BO

GIRBAU ITALIA S.r.l.

Business Center Bologna
Via Mori, 6
40054 PRUNARO BO

GRANDIMPIANTI I.L.E. Ali Group S.r.l.

Via Masiere, 211 c
32037 SOSPIROLO BL

IMESA S.p.A.

Via degli Olmi, 22 - II° Z.I.
31040 CESSALTO TV

INDEMAC S.r.l.

Via del Lampo
63100 ASCOLI PICENO AP

ITALCLEAN S.r.l.

Via Ossola, 7
40016 SAN GIORGIO DI PIANO BO

JENSEN ITALIA S.r.l.

Strada Provinciale Novedratese, 46
22060 NOVEDRATE CO

KANNEGIESSER ITALIA S.r.l.

Via del Lavoro, 14
20073 OPERA MI

KONA S.r.l.

Viale Amendola, 47,
29015 CASTEL SAN GIOVANNI PC

MAESTRELLI S.r.l.

Via Stalingrado, 2
40016 SAN GIORGIO DI PIANO BO

METALPROGETTI S.p.A.

Via A. Morettini, 53
06128 PERUGIA PG

**MONTANARI S.r.l.
ENGINEERING CONSTRUCTION**

Via Emilia Ovest, 1123
41100 MODENA MO

MS GROUP S.r.l.

Corso Venezia, 3
20121 MILANO MI

PIZZARDI S.r.l.

Via Nino Bixio, 3/5
20821 MEDA MB

REALSTAR S.r.l.

Via Verde, 7D
40012 CALDERARA DI RENO BO

RENZACCI S.p.A.

Via Morandi, 13
06012 CITTÀ DI CASTELLO PG

SKEMA S.r.l.

Via Bosco, 32
42019 SCANDIANO RE

THERMINDUS S.r.l.

Via Gino Capponi, 26
50121 FIRENZE FI

UNION S.p.A.

Via Labriola, 4 d
40010 SALA BOLOGNESE BO

VEGA SYSTEMS ITALIA S.r.l.

Piazza Pastrello, 41
30173 VENEZIA VE

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI S.p.A.

Via Lungarno, 305/A
52028 TERRANUOVA BRACCIOLINI AR

MACCHINARI PER LO STIRO

Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
IRONING EQUIPMENT

Manufacturing companies and subsidiaries of foreign manufacturers

BATTISTELLA BG S.r.l.

Via Bessica, 219
36028 ROSSANO VENETO VI

DUE EFTE S.p.A.

Via John Lennon, 10 - Loc. Cadriano
40057 GRANAROLO DELL'EMILIA BO

FIMAS S.r.l.

Corso Genova, 252
27029 VIGEVANO PV

GHIDINI BENVENUTO S.r.l.

Via Leone Tolstoj, 24
20098 SAN GIULIANO MILANESE MI

MACPI S.p.A. Pressing Division

Via Piantada, 9/d
25036 PALAZZOLO SULL'OGGIO BS

PONY S.p.A.

Via Giuseppe Di Vittorio, 8
20065 INZAGO MI

ROTONDI GROUP S.r.l.

Via Fratelli Rosselli, 14/16
20019 SETTIMO MILANESE MI

TREVIL S.r.l.

Via Nicolò Copernico, 1
20060 POZZO D'ADDA MI

**DETERGENTI, SOLVENTI,
MATERIE AUSILIARIE, ECC.**

Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
**DETERGENTS, SOLVENTS,
AUXILIARIES, ETC.**
Manufacturing companies and subsidiaries of foreign manufacturers

CASELLA S.r.l.

Via Prof. Filippo Manna, 27
80013 CASALNUOVO DI NAPOLI NA

CHRISTEYNS ITALIA S.r.l.

Via Aldo Moro, 30
20042 PESSANO CON BORNAGO MI

DIM S.r.l. Detergenti Ind. Milano

Via Guglielmo Marconi, 15
20812 LIMBIATE MB

ECOLAB S.r.l.

Via Trento, 26
20871 VIMERCATE MB

ÈCOSÌ S.r.l.

Via Giovanni Giorgi, 12
47122 FORLÌ FC

MONTEGA S.r.l.

Via Larga, 66 - Z.I. Santa Monica
47843 MISANO ADRIATICO RN

SURFCHIMICA S.r.l.

Via Milano, 6/6
20068 PESCHIERA BORROMEO MI

TINTOLAV S.r.l.

Via M. D'Antona, 7
10028 TROFARELLO TO

MANUFATTI TESSILI

Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
TEXTILE PRODUCTS
Manufacturing companies and subsidiaries of foreign manufacturers

CIMMINO FORNITURE TESSILI S.r.l.

CIS Nola - Isola 2, n. 260
80035 NOLA NA

CORITEX S.n.c.
Via Cà Volpari, 25
24024 GANDINO BG

EMMEBESSE S.p.A.
Piazza Industria, 7/8
15033 CASALE MONFERRATO AL

GASTALDI & C. S.p.A.
Industria Tessile
Via Roma, 10
22046 MERONE CO

MASA S.p.A.
Industrie Tessili
Via Mestre, 37
Loc. Bolladello
21050 CAIRATE VA

PAROTEX S.r.l.
Via Massari Marzoli, 17
21052 BUSTO ARSIZIO VA

ROYALTEX S.r.l.
Via Carrali, 15
24020 CASNIGO BG

TELERIE GLORIA S.r.l.
Viale Carlo Maria Maggi, 25
Loc. Peregallo
20855 LESMO MB

TESSILTORRE S.r.l.
Via Giuseppe Verdi, 34
20020 DAIRAGO MI

TESSITURA PEREGO S.r.l.
Via Milano, 23/A
24034 CISANO BERGAMASCO BG

ACCESSORI

Aziende produttrici e filiali
di produttori esteri

ACCESSORIES

Manufacturing companies and
subsidiaries of foreign manufacturers

A13 S.r.l.
Strada Provinciale Francesca, 4/F
24040 PONTIROLO BG

DANTE BERTONI S.r.l.
Via dei Pellegrini, 2
21050 CAIRATE VA

NUOVA FOLATI S.p.A.
Via dell'Archeologia, 2
Z.I. Prato Corte
00065 FIANO ROMANO RM

SCAL S.r.l.
Viale Rimembranze, 93
20099 SESTO SAN GIOVANNI MI

VITESSE S.r.l.
Via Santa Maria, 17
20861 BRUGHERIO MB



Direttore responsabile
Marzio Nava

Comitato di redazione

Livio Bassan, Paolo Cartabbia, Giuseppe Conti, Paolo Fumagalli, Matteo Gerosa, Roberto Littamè, Felice Mapelli, Carlo Miotto, Claudio Montanari, Marco Oleoni, Luca Rappini, Gabrio Renzacci, Alessandro Rolli, Cristina Salvati, Giancarlo Vezzoli, Laura Lepri, Franco Pirocchi

Hanno collaborato a questo numero

Livio Bassan, Eduard Colomer Mallol, Luca Dal Lago, Roberto Diaferia, Stefano Fabretti, Fabrizio Gandolfi, Fabrizio Giomo, Laura Lepri, Carla Lunardon, Vittorio Maglione, Luca Morbiducci, Marco Niccolini, Iker Pejenaute, Giovanni Pio, Stefano Randon, Mariateresa Rubino, Paola Sarco, Marco Severgnini, Stefano Severgnini

Segreteria di redazione

Raffaella Canavesi, Olguța Wöhrle

Editore, direzione, redazione, amministrazione, pubblicità

EXPO DETERGO S.r.l.

Società Unipersonale • Società soggetta a direzione e coordinamento di AIFL – ASSOCIAZIONE ITALIANA FORNITORI LAVANDERIE

c/o BE BUSINESS PARK, Via Roma 108, 20051 Cassina de' Pecchi (MI) – Tel +39 02 39314120

e-mail: detergo@expodetergo.com – www.detergo.eu

c.f. e p. IVA 07158770151

Progetto grafico e impaginazione

Elena Ghezzi – Bollate (MI)

Stampa

L'Artegrafica – Casale sul Sile (Tv)

Pubblicazione mensile (luglio/agosto numero unico).

Agli inserzionisti e agli autori di articoli redazionali riportanti riferimenti a qualsivoglia certificazione, la redazione si riserva il diritto di richiederne copia.

La riproduzione degli articoli pubblicati non è consentita salvo autorizzazione scritta.

I manoscritti non si restituiscono.

L'editore non si assume responsabilità per errori contenuti negli articoli o nelle riproduzioni.

Le opinioni espresse negli articoli impegnano solo i rispettivi Autori. Ad ogni effetto il Foro competente è quello di Milano.

La pubblicità non supera il 50% del numero delle pagine di ciascun fascicolo della Rivista.

Distribuzione: Poste Italiane s.p.a.

Autorizzazione Tribunale di Milano – Registro Nazionale Stampa n° 2893 del 25.11.1952

Iscritta al Registro Operatori di Comunicazione ROC N. 25967/2015.

DETERGO® è un marchio registrato.

Abbonamenti/Subscription

Italia: 11 numeri € 32,00 (anziché € 42,00) – 22 numeri € 54,00 (anziché € 84,00).

Non si effettuano spedizioni in contrassegno.

DIGITALE – Inviata in forma gratuita.

ON LINE – A free electronic copy will be sent monthly.

Inviare e-mail con richiesta a / Send e-mail to: detergo@expodetergo.com

I versamenti intestati a Expo Detergo S.r.l. – c/o BE BUSINESS PARK, Via Roma 108 20051 Cassina de' Pecchi (MI), possono essere effettuati a mezzo bonifico.

Intesa Sanpaolo Filiale di Gessate – Via Aldo Moro, 49

IT90T0306933140100000002133 Bic: BCITITMM

Gli abbonamenti possono decorrere da qualsiasi numero.

LEGGE PRIVACY – TUTELA DEI DATI PERSONALI INFORMATIVA AI LETTORI

Rendiamo noto agli abbonati e ai lettori di DETERGO che i dati vengono trattati e utilizzati nel rispetto delle norme stabilite dal D.Lgs. 196/2003 e del GDPR Reg. UE 679/2016 sulla tutela del trattamento dati a mezzo strumenti cartacei ed elettronici da Expo Detergo Srl con sede c/o BE BUSINESS PARK, Via Roma 108, 20051 Cassina de' Pecchi (MI).

In particolare questi dati inseriti nella banca dati e trattati con modalità automatizzate (consistenti essenzialmente in nome, indirizzo e-mail) vengono utilizzati per la spedizione della rivista e di materiale a stampa connesso con l'attività della società.

Ciascun lettore può richiedere in qualsiasi momento, a mezzo posta o e-mail, di sapere quali sono i suoi dati in archivio, richiederne modifica, la rettifica o cancellazione. I dati non sono ceduti o diffusi a terzi né utilizzati per scopi diversi da quelli sopra citati.

Potete trovare la natura, le modalità di trattamento, le finalità e la diffusione dei dati trattati, nonché i diritti che potete esercitare e i riferimenti del titolare del trattamento (Expo Detergo Srl) sul nostro sito all'indirizzo <https://detergo.eu/privacy-policy/>

24 AIFL - ASSOCIAZIONE ITALIANA
FORNITORI LAVANDERIE

61 BRENTARENO

3^a DI COPERTINA CHRISTEYNS

47 CHT GERMANY

65 CIMMINO FORNITURE TESSILI

1^a DI COPERTINA - 8 DEPUR PADANA ACQUE

22 ECOLAB

41 ÈCOSÌ

57 FIBIR ITALIA

59 GHIDINI BENVENUTO

38 HELPI

67 ITALCLEAN

49 ITALHYDRO

2^a DI COPERTINA KONA

21 NUOVA FOLATI

3 PAROTEX

55 PONY

53 SURFCHIMICA

51 TESSITURA PEREGO

45 TINTOLAV

43 TREVIL

63 UNION

DIMENTICA LE MACCHIE DA CREME SOLARI

POLIMERO
INNOVATIVO

SMART SOLAR EX

EFFICACE CON ACQUE DI OGNI DUREZZA
E RICCHE DI IMPURITÀ

COADIUVA MACCHIE DA CREME SOLARI
E PRODOTTI COSMETICI

GENTILE SU FIBRE DI COTONE
E COTONE-POLIESTERE



PASSIONATE ABOUT LAUNDRY

CHRISTEYNS

CHRISTEYNS ITALIA • Via Aldo Moro 30, 20042 • Pessano con Bornago (MI) ITALIA • **T** +39 02 99765200
E info@christeyns.com • **W** www.christeyns.com

SPEED UP FOR YOUR VISITOR PASS



BOOK YOUR
FREE TICKET
HERE



23-26 OCTOBER 2026
Fiera Milano



**EXPO
DETERGO
INTERNATIONAL**



expodetergo.com