DETERGO

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

GIUGNO 2021 Numero 6 SINCE 1952 JUNE 2021

HEALTHCARE HOSPITALITY DELICATES

THINK GREEN. BE EFFICIENT.

REPORTAGE
Lavanderie artigianali, guardare oltre la pandemia

Dry-cleaning laundries, looking beyond the pandemic

FOCUS
La chimica, istruzioni per l'uso

Chemistry, instructions for use

ALTRA COVER
Brentareno, dalla lavanderia artigianale a quella industriale, sempre dalla parte del cliente

THE OTHER COVER
Brentareno, from dry cleaning to industrial laundry, always by customers' side

Cover Story
Ecolab, soluzioni innovative per proteggere l'ambiente e i tessuti

Ecolab, innovative solutions to protect textiles and the environment

DETERGO

ABBONATI ALL'INFORMAZIONE DI QUALITÀ

SUBSCRIBE TO QUALITY INFORMATION

RIVISTA

WEB

EXPODETERGO

PUBBLICITÀ . VISIBILITÀ

RIVISTA ONLINE . FOCUS WEB

DETERGO è lo strumento informativo indispensabile per chi opera nel settore Manutenzione del Tessile e Affini: offre, mese dopo mese, tutte le novità che possono migliorare il lavoro e la sua redditività, leggi e normative, comportamento di tessili e capi confezionati, aggiornamenti operativi, notizie su capi difettosi, problemi del settore e di vita associativa

DETERGO is an essential tool that provides information to Textile Care sector operators: month after month, the magazine presents news and facts that can help improve work and profitability, it talks about laws and regulations, it analyses fabrics and presents study cases on defected garments, it gives operational updates and tackles topics relative to the sector's and associations' realities

RIVISTA ON LINE GRATIS

Per ricevere DETERGO in forma gratuita inviare e-mail a:
detergo@expodetergo.com

RIVISTA CARTACEA

Per chi si abbona, prezzi super scontati:
Abbonamento Italia per 11 numeri €32,00 anziché €42,00
Abbonamento Italia per 22 numeri €54,00 anziché €84,00
Abbonamento Paesi europei per 11 numeri €80,00
Abbonamento Paesi axtra-EU per 11 numeri €120,00

ONLINE MAGAZINE FREE OF CHARGE

To receive a free copy of DETERGO, please send an-email to:
detergo@expodetergo.com

HARD COPIES

Subscribers will benefit from special prices:
One-year subscription/Italy (11 issues): €32.00 instead of €42.00
Two-year subscription/Italy (22 issues): €54.00 instead of €84.00
One-year subscription/Europe (11 issues): €80.00
One-year subscription/Non-EU countries (11 issues): €120.00

MODALITÀ DI PAGAMENTO/ METHOD OF PAYMENT:
Intesa Sanpaolo IBAN: IT90T0306933140100000002133 - Expo Detergo Srl - Via Aldo Moro 45 - 20060 Gessate (MI)

EARLY BOOKING

RESET.RESTART
together

3 MAGGIO/MAY • 31 OTTOBRE/OCTOBER 2021

EXPOdetergo INTERNATIONAL 2022

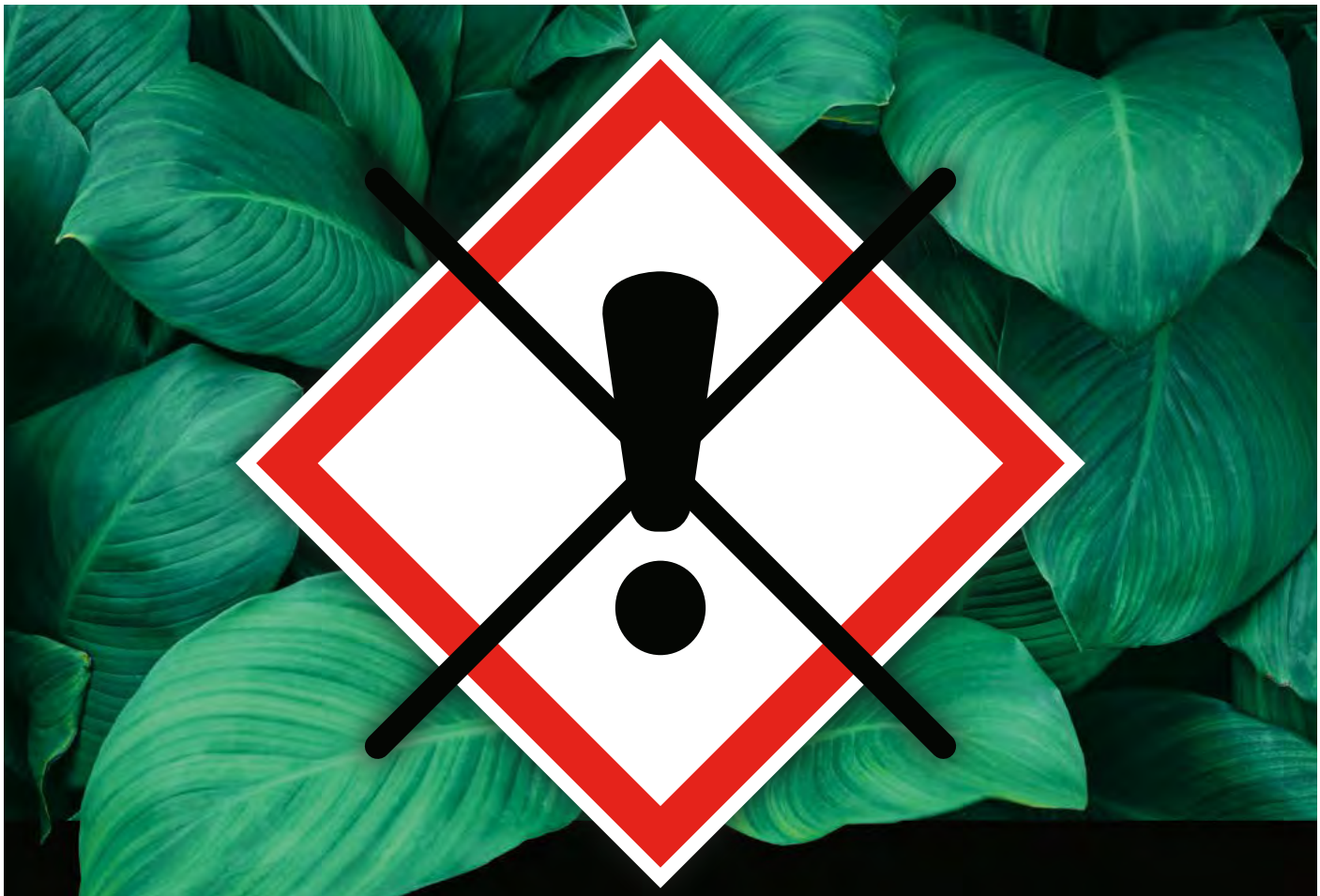
21•24 Ottobre | October

fieramilano, Rho

expodetergo.com

FIERA MILANO

Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili



NATURALI
PER DAVVERO

Linea NAT di SurfChimica è la prima gamma di prodotti vegetali al **100%** che non necessita di nessuna indicazione di pericolo sull'etichetta (Regolamento CE 1272/2008 (CLP).
Provala per scoprire le incredibili performance di lavaggio nel pieno rispetto dell'ambiente che ci circonda. **Linea NAT** è certificata da **ISPE** (Institute of Skin and Product Evaluation) per la sua completa ipoallergenicitá.

DERMATOLOGICALLY TESTED BY ISPE MILAN

Surf CHIMICA S.R.L.
PRODOTTI ED ACCESSORI PER LAVANDERIA

Via Milano, 6/6 - 20068 Peschiera B. (MI) - Italy
Tel. +39.02.55308374 - Fax +39.02.84170552

WWW.SURFCHIMICA.IT
SALES@SURFCHIMICA.IT

Gusmini Comunicazione

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

SOMMARIO GIUGNO 2021 Numero 6
CONTENTS JUNE 2021

6 EDITORIALE
Si fa presto a dire… Industria 4.0
EDITORIAL
Industry 4.0… easy to say

8 COVER STORY
Ecolab, impegnati a proteggere l'ambiente e i tessuti con innovative soluzioni di lavanderia
Ecolab, committed to protect the environment and textiles through laundry innovations

ASSOSISTEMA
14 L'impatto del Covid-19 sull'import e sull'export dei DPI

16 REPORTAGE
Lavanderie artigianali, guardare oltre la pandemia
Dry-cleaning laundries, looking beyond the pandemic

27 FOCUS
La chimica, istruzioni per l'uso
Chemistry, instructions for use

32 TRADE NEWS
Kannegiesser: nuova generazione, nuovo sviluppo
Kannegiesser: new generation, new growth

DIRITTO, FISCO&LAVORO
36 Le novità del DL Sostegni convertito in legge e il nuovo DL Sostegni bis

41 TRADE NEWS
Prontotop, l'imbottitura universale di A13
Prontotop, A13 universal padding

42 TALENTO ITALIANO
Laundromat di Gaeta che spettacolo di lavanderia
ITALIAN TALENT
Gaeta Laundromat, a spectacular laundry

ASSOSECCO
48 Imprenditori e partite IVA colpiti da malattie gravi
49 Offerte in alta stagione?
51 Ode ad Anna

CONFARTIGIANATO
52 Agenda 2030 e innovazione sociale
53 Il Presidente Granelli, "Transizione 4.0 per artigiani e piccole imprese"
54 Studi - Le ricadute su economia e imprese del PNRR al centro del 13° report Covid-19 di Confartigianato
55 Materie prime - Allarme rincari: costano 19,2 mld/anno alle piccole imprese. Ripresa a rischio. Governo intervenga

CNA
57 Sostegni bis, positivo il rafforzamento dei contributi a fondo perduto
57 Energia, garantire liberalizzazione e trasparenza sui costi in bolletta
58 Silvestrini: l'Italia riparte dagli artigiani ma servono riforme e visione
58 Fisco? Un ginepraio. Digitalizzare per semplificare

60 ELENCO ISCRITTI ALL'ASSOCIAZIONE FORNITORI AZIENDE MANUTENZIONE DEI TESSILI
MEMBERS TO THE TEXTILE CARE SUPPLIERS' ASSOCIATION

62 INDICE DEGLI INSERZIONISTI
ADVERTISERS' DIRECTORY

66 L'ALTRA COVER
Brentareno, dalla lavanderia artigianale a quella industriale, sempre dalla parte del cliente
THE OTHER COVER
Brentareno, from dry cleaning to industrial laundry, always by customers' side

16

27

66

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

Si fa presto a dire... Industria 4.0

C'è poco da girarci intorno, siamo nel bel mezzo della quarta rivoluzione industriale, soprattutto grazie alla diffusione prorompente della tecnologia digitale che favorisce l'ottimizzazione dei processi aziendali e rappresenta un grande vantaggio competitivo per chi se ne avvale.
La nuova filosofia aziendale è stata inaugurata in Italia con il riconoscimento del beneficio fiscale della legge di Bilancio 2017, definito come *Iperammortamento*, poi trasformato oggi, in Transizione 4.0
Ci si è accorti che la partita si gioca tutta sul versante della gestione del workflow dei dati. Quando sono comparsi i concetti, propri di Industria 4.0, di "interconnessione" e "integrazione" sembravano essere calati da Marte, come termini non bene identificati.
In poche parole il requisito di interconnessione si ha quando il bene acquisisce la possibilità di integrazione, di comunicazione e di scambio dati richiesto dalla legge. È stato chiaramente specificato che il flusso dei dati deve provenire dalle macchine e diretto verso il sistema informativo e viceversa, quindi bidirezionale. Il flusso dei dati deve altresì essere elaborato per ottenere informazioni capaci di migliorare il processo produttivo e contribuire a generare valore.
L'integrazione, quindi, deve considerarsi in modo circolare, ossia un flusso che abbracci tutte le diverse fasi produttive e logistiche.
Altro punto importante introdotto dalla norma è stato quello di chiarire il concetto di "adattamento" svolto dalle funzioni definite di "gateway". In parole povere, si tratta di una funzione che adatti i protocolli di comunicazione tra macchina e rete aziendale, sempre rispettando logiche di sicurezza informatica e garantendo la necessaria interconnessione tra i sistemi a ogni livello.
Il puzzle, per essere conforme alle norme di Industria 4.0 è composto da diversi tasselli, definiti in un fuoco di fila, di interpelli, risoluzioni e prassi applicative, dall'Agenzia delle entrate.
Propongo qualche esempio indicativo. Industria 4.0 non interviene solo se si acquista un macchinario tecnologicamente avanzato, in quanto la strumentazione deve rappresentare anche un valore aggiunto per l'azienda che si trasforma.
Per quanto riguarda la perizia, di per sé non rappresenta una panacea se non vengono rispettati requisiti formali e sostanziali. Proprio in relazione alla perizia, rispetto al passato, non è più necessario che sia "giurata" ma è sufficiente una perizia "asseverata".
Inoltre, la perizia non può essere considerata la fotografia di un momento, di un istante, ma deve essere aderente all'attività ordinaria di un'azienda. Infine, il firmatario della perizia deve dichiarare la propria terzietà rispetto ai produttori e ai fornitori dei beni strumentali oggetto della perizia stessa.
In conclusione, il boccone di Industria 4.0 è indubbiamente ghiotto, in quanto le opportunità sono di gran lunga maggiori dei rischi. Tuttavia, per ottenere il credito d'imposta, la procedura deve essere osservata minuziosamente e soprattutto ci si deve affidare ad aziende serie e a professionisti attenti e scrupolosi.
Si fa presto a dire… Industria 4.0.

Marzio Nava
marzio.nava@detergo.eu

Industry 4.0... easy to say

No need to waste time going round and round. We are, indeed, in the very middle of the fourth industrial revolution thanks to the strong spread of digital technology that has favored the optimization of business processes offering a great competitive advantage to those who apply it.
The new company philosophy was inaugurated in Italy with the recognition of the fiscal benefit stated by the Budget Law 2017, defined as *Iperammortamento* (hyper depreciation) that was later transformed into the Transition 4.0
We have noticed that the game is all about workflow data management. When the 4.0 Industry concepts of "interconnection" and "integration "turned out, they seemed to have come directly from Mars at first. They looked like unidentified vocabulary items. Let us go through it in brief. We have the interconnection requirement when the good acquires the possibility of integration, communication and data exchange that is required by Law. It has been clearly specified that the data flow needs to derive from machines and be directed towards an IT system and vice-versa, therefore, it is bi-directional. Data flow needs to be processed to obtain information able to improve a production process and contribute to the generation of a value.
So, integration needs to be considered as circular: a flow embracing all the different production and logistic stages. Another important point introduced by the regulation is the clarification of "adapting" as a concept carried out by defined "gateway" functions. In other words, it is about functions that adapt communication protocols between a machine and a company network in compliance with IT safety procedures. At the same time, they guarantee the necessary interconnection between systems at every level.
The puzzle, in order to be compliant with the 4.0 Industry regulations, is composed of different pieces, defined by a barrage of questions, resolutions and application forms coming from the Internal Revenue Service offices.
Let me present some examples. 4.0 Industry won't intervene just because a technologically advanced machine was purchased. The acquired tools need to actually represent an added value to the company in transition.
As far as technical estimate goes, it does not stand for a cure-all if the basic formal requirements are not met.
In regard to the estimate procedures, it is not necessary that it is "sworn" anymore, as it used to be. Today, it is enough for the experts to release a "certified" estimate. What is more, the estimate cannot constitute a photograph of a simple moment, but it needs to be consistent with the company's activity. Finally, who signs the experts' estimate report, needs to declare to possess a third-party status in regard to the producing businesses and to the suppliers of goods that are subjected to the very examination.
In conclusion, 4.0 Industry definitely looks tempting as the opportunities it brings are greater than risks. Still, in order to obtain tax credit, the procedure must be followed thoroughly. Above all, we need to choose well-established businesses and well-prepared, dependable professionals to rely on.
It is easy to say … Industry 4.0.

a cura di
edited by
Marzio Nava

Ecolab, impegnati a proteggere l'ambiente e i tessuti con innovative soluzioni di lavanderia

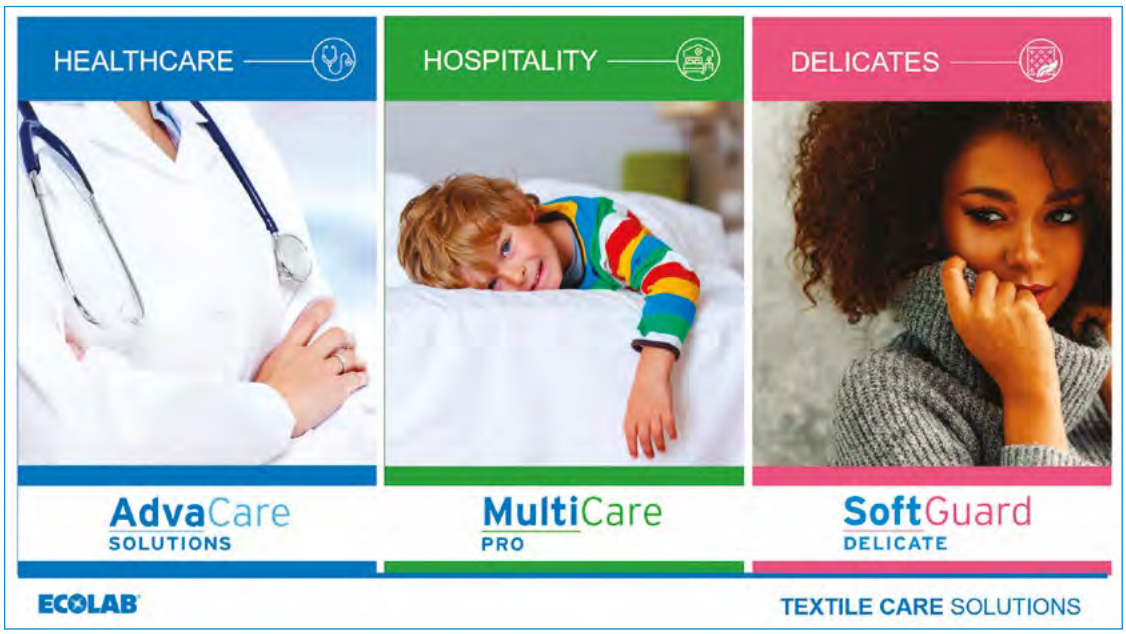
Ecolab crea nuove soluzioni per le lavanderie: *Efficienza & Flessibilità si fondono con la Sostenibilità*

Ecolab, committed to protect the environment and textiles through laundry innovations

Ecolab is rethinking laundry solutions: *Efficiency & Flexibility meet Sustainability*

Ecolab Textile Care ha lanciato SoftGuard DELICATE, AdvaCare PRO, AdvaCare ULTIMATE, e MultiCare™ PRO per aiutare le lavanderie commerciali a rispondere alle esigenze dei loro clienti in differenti settori di mercato e ad ottimizzare le operazioni di lavanderia, grazie ad una maggiore flessibilità, efficienza e sostenibilità del processo di lavaggio.
Pensando alle soluzioni di lavanderia l'avvento della pandemia ha reso ancora più evidente l'importanza di poter assicurare in modo efficiente non solo biancheria pulita, ma anche di poter garantire protezione ed igiene delle fibre. Poichè la domanda per soluzioni "Verdi" è in continua crescita esiste un equilibrio da costruire in modo attento tra elevato livello di disinfezione dei tessuti e impatto sostenibile.
SoftGuard DELICATE, le soluzioni AdvaCare e MultiCare PRO rispondono a differenti esigenze di lavaggio (tessuti delicati, biancheria ospedaliera, biancheria di case di riposo, biancheria da

Ecolab Textile Care has introduced SoftGuard DELICATE, AdvaCare PRO, AdvaCare ULTIMATE, and MultiCare™ PRO to help commercial laundries address customers' needs across different market sectors and optimize laundry operations with a higher level of flexibility, wash process efficiency and environmental sustainability.
When it comes to today's laundry solutions, the pandemic has highlighted the importance of textile protection and hygiene control, beyond an efficient cleanliness. Since the demand for "green" solutions is strongly increasing, there is a careful balance to be built between high levels of textile disinfection and environmental sustainability.
SoftGuard DELICATE, AdvaCare Solutions and MultiCare PRO target different textile washing needs (delicates, healthcare linen, long term care linen, hospitality linen), with key features that create added value.



hotel), con caratteristiche chiave che creano un valore aggiunto.
Queste piattaforme multi-componenti coprono un vasto range di temperature di lavaggio, da 20°C a 40°C per i delicati con SoftGuard DELICATE, da 40°C con AdvaCare ULTIMATE, fino a 60°C, con AdvaCare PRO per la biancheria ospedaliera, a partire da 60°C con MultiCare PRO, la biancheria da hotel e anche proveniente da altri settori.
Abbiamo incluso nelle formulazioni dei detergenti una nuova tec-

These multi-component platforms cover a wide range of wash temperatures: from 20°C up to 40°C for delicate fibers with SoftGuard DELICATE, from 40°C with AdvaCare ULTIMATE, up to 60°C, with AdvaCare PRO for healthcare linen, from 60°C onwards with MultiCare PRO, for hotel linen and linen from other market segments.
We include new technology into detergent formulations, based on a long research on specific, highly efficient and sustainable surfactant

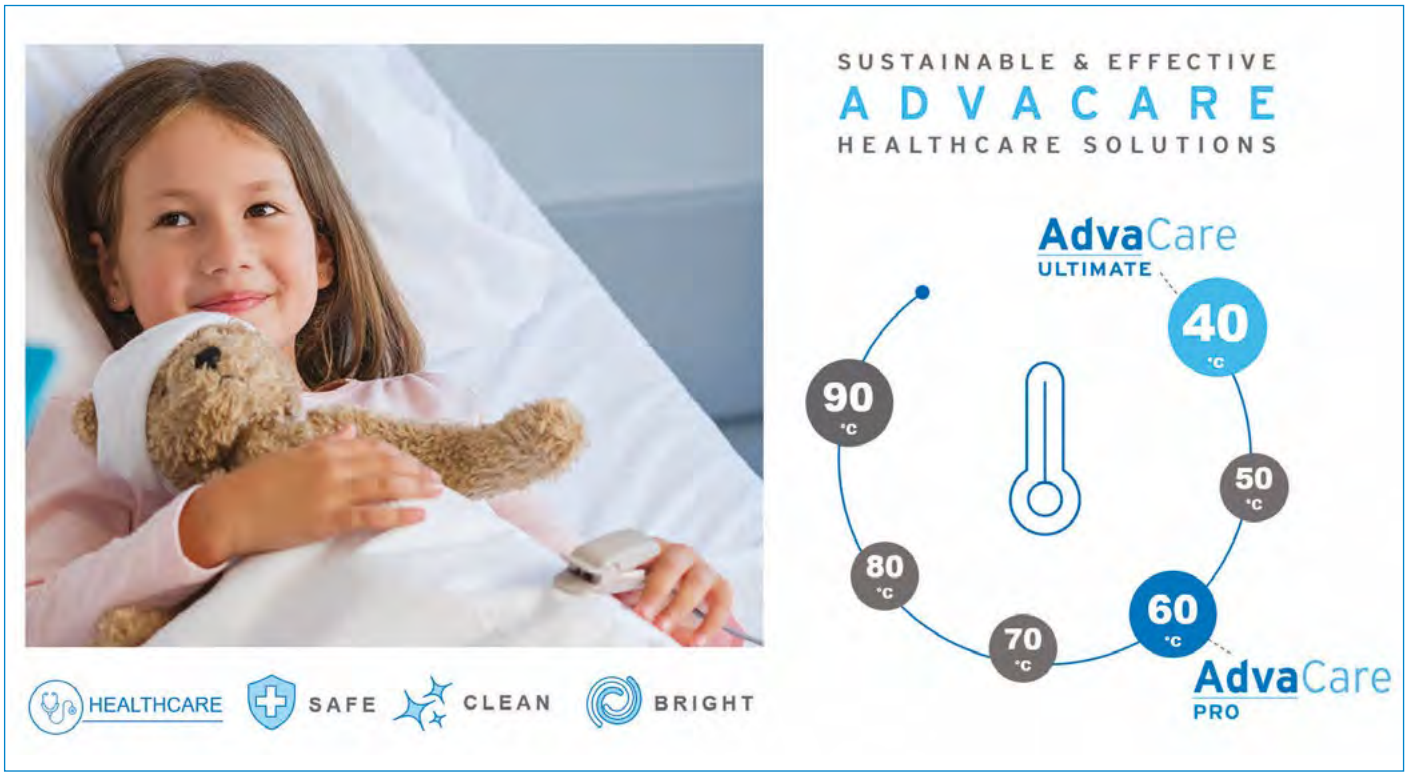
nologia, grazie ad una lunga ricerca su una generazione di tensioattivi altamente efficienti e sostenibili. Questa formulazione chimica è efficace su sporchi di natura grassa e pigmentaria, a partire da 20°C per le fibre delicate, da 40°C a 60°C, con una nuova formulazione di emulsione per rispondere alle esigenze della biancheria ospedaliera e dell'ospitalità.
Delicate Detergent, AdvaCare Emulsion e MultiCare Emulsion rappresentano l'ultima generazione di una chimica più sostenibile, che consente di adattare il processo di lavaggio a specifiche esigenze di pulizia dei tessuti. Impostazioni di bassa temperatura ed alcalinità, minor impatto di COD e di emissioni di CO_2 riducono l'impatto del processo sul sistema di trattamento delle acque.
Tutte le nuove piattaforme offrono performance con ridotto impatto ambientale, grazie ai nuovi ingredienti contenuti nel detergente principale, e sono in grado anche di fornire un elevato livello di igiene, attraverso l'impostazione di processi di disinfezione D+ (combinazione specifica di detergente e biocida di Lavanderia)

chemistry. It is effective on fat and pigments at just 20°C for delicate fibers and starting from 40°C to 60°C to target healthcare and hospitality linen needs, through a new concept of emulsion formula. Delicate Detergent, AdvaCare Emulsion and MultiCare Emulsion represent the ultimate generation of a more sustainable chemistry, that allows to adapt a wash process set up to specific cleaning needs of textiles. Low temp and low alkalinity set up, lower COD emission and final carbon footprint reduce the impact of the complete process on the waste water treatment.

All the new technology platforms can enhance the sustainability performance, based on new active ingredients through the chemistry of the main detergent, and can also deliver high level of hygiene, through D+ wash process set up (specific combination of detergent and laundry biocide). These D+ modules are effective against a broad range of pathogens, according to specific reference EN norms and are validated according to the latest BPR (Biocidal Product Regulation) requirements for textile disinfection.

Questi moduli D+ sono efficaci contro un ampio spettro di agenti patogeni, in accordo con specifiche norme EN di riferimento e sono validati dalle linee guida per la disinfezione tessile del nuovo regolamento dei biocidi BPR (Biocidal Product Regulation).
L'equilibrio tra igiene, disinfezione dei tessuti e protezione degli indumenti è cruciale, specialmente per il settore ospedaliero e delle case di riposo: Ecolab ha sviluppato due nuove soluzioni per rispondere a differenti esigenze di lavaggio in modo efficiente. Le soluzioni AdvaCare rappresentano la risposta perfetta per aiutare a mantenere il giusto equilibrio degli ingredienti attivi necessari per un efficace controllo di ricontaminazione nel processo di lavaggio. Allo stesso tempo, la soluzione protegge le caratteristiche della biancheria e delle uniformi ospedaliere, lavaggio dopo lavaggio.
Con AdvaCare PRO AdvaCare Emulsion può essere combinate con i biocidi Ozonit Performance o Ozonit Super in processi di lavaggio a 60°C, offre bianco elevato e una efficiente rimozione delle macchie di natura ospedaliera da biancheria piana ed uniformi. Con AdvaCare ULTIMATE AdvaCare Emulsion è combinata con AdvaCare DES, la nostra ultima innovazione a bassa temperatura. Una disinfezione efficace è validata a 40°C per garantire massima igiene e protezione dei colori: si previene il trasferimento dei colori, e si riducono i costi acqua ed energia, grazie ad un processo di lavaggio gentile.
Quando si parla di necessità di lavaggio dei capi delicati, il nuovo programma SoftGuard Delicate è la nostra risposta, in termini di massimo comfort, garantendo mani lisce e disinfezione. Questa piattaforma offre due livelli di protezione: del colore e della forma. La combinazione perfetta tra Delicate Detergent e Delicate Finish consente di proteggere le fibre delicate dalla formazione di pieghe, dall'infeltrimento, dal pilling e di garantire un elevato mantenimento della brillantezza dei colori, lavaggio dopo lavaggio.
Differenti processi di lavaggio sono disponibili a partire da 20°C

The balance between textile hygiene, disinfection and garment protection is crucial especially for healthcare and long-term care linen sectors: Ecolab developed two new solutions to target different textile needs more efficiently. AdvaCare solutions are the perfect answer to help maintain the right balance of active ingredients necessary for an effective recontamination control in the wash process. At the same time, the solution protects the features of healthcare linen and garments, wash after wash.
Within AdvaCare PRO, AdvaCare Emulsion can be combined with Ozonit Performance or Ozonit Super biocides in 60°C wash processes and delivers best-in-class whiteness and efficient removal of healthcare stains from flat linen and uniforms. Within AdvaCare ULTIMATE AdvaCare Emulsion is combined with our latest innovation in term of low temp disinfection AdvaCare DES: effective disinfection is validated at just 40°C to guarantee maximum hygiene and textile protection, prevent colors from transferring or bleeding through a gentle wash process, reduce water and energy costs.



When it comes to washing needs for delicate textiles, the new program SoftGuard Delicate is our answer in term of maximum comfort, smooth touch and disinfection. This platform delivers two levels of shape and color protection: the perfect match between Delicate Detergent and Delicate Finish enables to protect delicate fibers from shrinkage, felting, pilling and to guarantee consistent color brilliance maintenance, wash after wash.

VALUE YOU CAN COUNT ON

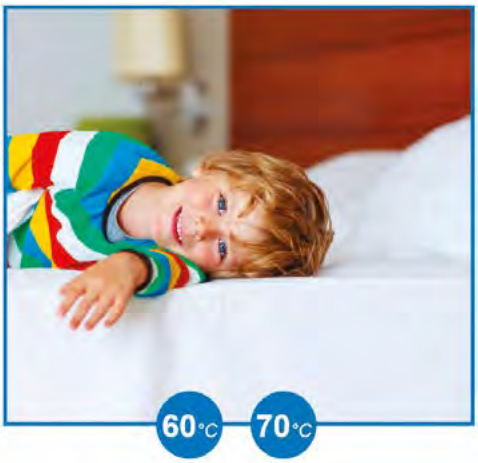
POWERFUL PERFORMANCE & GENTLE CARE FOR DELICATES

- High level Color and Shape Protection
- Excellent Wash Performance at just 20°C
- Special WET CLEANING wash process set up
- Textile hygiene control through 40°C Disinfection

SoftGuard DELICATE

fino a 40°C, includendo anche impostazioni speciali per l'applicazione WET CLEANING e per il modulo di disinfezione D+ (40°C, Delicate detergent con il nuovo biocida Delicate DES).
Oltre a Delicate detergent e AdvaCare emulsion, anche MultiCare emulsion risponde alle esigenze di maggiore sostenibilità e consente alle lavanderie di ottenere eccellenti risultati di lavaggio per la biancheria del settore ospitalità con un minor impatto sull'ambiente.

Differentiated wash process set up are available from 20°C up to 40°C, also including special ones for the wet cleaning application and for D+ disinfection module (40°C, Delicate detergent combined with Delicate DES new low temp laundry biocide).
Beyond Delicate detergent and AdvaCare emulsion, also Ecolab's MultiCare emulsion fulfills the demand for higher sustainability by allowing laundries to achieve a great wash outcome for hospitality linen with lower impact on the environment.



MultiCare PRO

SUSTAINABLE & POWERFUL HOSPITALITY SOLUTIONS

GENTLE WASH PROCESS

SUSTAINABLE DETERGENT CHEMISTRY

"GREEN" COMPLEXING AGENTS

LOW CARBON FOOTPRINT

MultiCare PRO offre un minor impatto sul Sistema di trattamento acque, anche grazie alla possibilità di lavorare in condizioni di minore alcalinità, grazie al mix selezionato di tensioattivi e ad innovative sostanze complessanti, esenti da fosforo. Questa nuova soluzione a 60°C completa la nostra offerta per l'ospitalità, oltre al programma a bassa temperatura OxyGuard40 e aiuta le lavanderie a gestire soluzioni di lavaggio con grande flessibilità, per differenti tipi di tessuti: la nuova emulsione consente di impostare differenti condizioni di lavaggio con grande flessibilità, coprendo una vasta gamma di condizioni di rimozione sporco, ed esigenze di lavaggio delle fibre.

MultiCare PRO delivers a lower impact on the waste water treatment, also thanks to the possibility to work in conditions of reduced alkalinity, due to carefully selected surfactant mix and to new high performing complexing molecules, phosphorous free. This new 60°C solution completes our hospitality offer, beyond the low temp program OxyGuard40. It enables laundries to manage wash conditions with high flexibility in the process set up, according to the textiles washed: the new emulsion enables to cover a wide range of soil removal conditions and textile wash demands.

Oltre ad una importante riduzione del COD, tutte le piattaforme offrono un valore aggiunto significativo, poiché i detergenti principali hanno ricevuto una eco-etichettatura di tipo I (ISO 14024) con specifici numeri di licenza per il solo detergente e riconosciuta come uno dei simboli europei di certificati per l'eccellenza ambientale.

Beside the meaningful COD reduction impact, all platforms provide a more valuable benefit in terms of sustainability as the main detergent has obtained an ecolabelling included in Type I (ISO 14024) with specific license numbers released for the detergent only and recognized as one of the European certified symbols of environmental excellence.

Tutte le caratteristiche delle nuove piattaforme possono davvero creare un valore aggiunto nelle offerte delle lavanderie commerciali per i loro clienti, con una ampia gamma di soluzioni e una chiara comunicazione su sostenibilità e qualità, generate attraverso processi di lavaggio efficienti.

Ecolab

Partner fidato per quasi tre milioni di clienti, Ecolab è leader globale in soluzioni e dei servizi per l'acqua, l'igiene e la prevenzione delle infezioni. Con il fatturato di 13 miliardi di dollari e più di 45.000 collaboratori, Ecolab offre soluzioni complete, approfondimenti basati sui dati e un servizio personalizzato per migliorare la sicurezza alimentare, mantenere gli ambienti puliti e sicuri, ottimizzare l'utilizzo energetico e idrico e aumentare l'efficienza operativa e la sostenibilità presso tre milioni di sedi di clienti in oltre 170 Paesi. www.ecolab.com •

Seguiteci su LinkedIn @Ecolab, Twitter @Ecolab, Instagram @Ecolab_Inc e Facebook @Ecolab

All the main features of the new platforms can really elevate the offer of commercial laundries for their customers over a broad range of applications and textile wash needs, with a clear communication on sustainability and quality, through efficient laundry processes.

About Ecolab

A trusted partner at nearly three million customer locations, Ecolab (ECL) is the global leader in water, hygiene and infection prevention solutions and services. With annual sales of $12 billion and more than 44,000 associates, Ecolab delivers comprehensive solutions, data-driven insights and personalized service to advance food safety, maintain clean and safe environments, optimize water and energy use, and improve operational efficiencies and sustainability for customers in the food, healthcare, hospitality and industrial markets in more than 170 countries around the world. www.ecolab.com •

Follow us on LinkedIn @Ecolab, Twitter @Ecolab, Instagram @Ecolab_Inc and Facebook @Ecolab

ECOLAB®
Everywhere It Matters.™

ECOLAB S.r.l.
Via Trento, 26 - 20871 Vimercate - MB Italy
Tel: +39 039 60501 - Fax: +39 039 6050300
https://it-it.ecolab.com/

L'impatto del Covid-19 sull'import e sull'export dei DPI

di Laura Lepri e Lorenzo Florindi

Assosistema con la sezione Safety che rappresenta le aziende che producono e distribuiscono i Dispositivi di protezione individuale (DPI) ha presentato i risultati dell'analisi: "L'impatto del Covid-19 sull'import/export dei DPI nel 2020".
L'import dei guanti protettivi nel 2020 è aumentato del +62% sul 2019, per un valore complessivo pari a più di 500 milioni di euro, mentre l'export dei guanti di protezione prodotti in Italia ha registrato un -6% sul fatturato 2019, pari a 106 milioni di euro.
Per quanto riguarda gli indumenti di protezione (tute, camici impermeabili, camici chirurgici monouso e riutilizzabili), l'import nel 2020 è aumentato del +127% sul 2019, per un valore totale di circa 595 milioni di euro, mentre l'export è di poco inferiore ai 420 milioni di euro, segnando una contrazione del – 36% rispetto al 2019.
Tra le tipologie di DPI contro il Covid-19, quella per la protezione delle vie respiratorie (FFP2, FFP3 e mascherine chirurgiche), ha maggiormente risentito dell'impatto derivante dall'emergenza sanitaria ma è anche la tipologia di DPI che ha registrato un andamento anomalo del mercato, a seguito dei provvedimenti normativi.
Nel 2020 l'import di DPI per la protezione delle vie respiratorie ha registrato un +1424% rispetto al 2019 per un valore di 3 miliardi e 178 milioni di euro (con la Cina

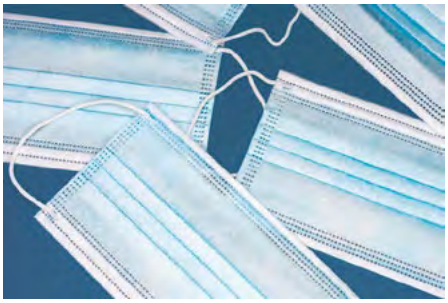
Claudio Galbiati

come Paese dal quale abbiamo importato più prodotti con una percentuale di quasi il 90%), mentre l'export ha registrato un +111% rispetto al 2019, per un valore di oltre 201 milioni di euro.
"Questo significa che il prodotto italiano sicuro marcato CE viene esportato in Europa, mentre l'Italia importa prodotti realizzati in deroga alle normative e privi della marcatura CE – commenta Claudio Galbiati, Presidente della sezione Safety di Assosistema Confindustria - tale contraddizione è conseguenza di due provvedimenti governativi tra loro contrastanti. Il decreto Cura Italia a marzo 2020 ha autorizzato l'immissione sul mercato di prodotti in deroga alle normative comunitarie spianando la strada ad una massiccia importazione di DPI provenienti dai paesi extraeuropei, in particolare dalla Cina, accompagnati da certificati non regolari, rilasciati da presunti enti ed organizzazioni, non in possesso del dovuto accreditamento in materia di DPI.
Al tempo stesso, l'agevolazione finanziaria di Invitalia di 47 milioni di euro ha stimolato gli investimenti delle aziende italiane che hanno ampliato e riconvertito i propri impianti e stabilimenti per aumentare la produzione di DPI".
Alla luce di queste statistiche nasce la denuncia dell'Associazione di ritenere ormai priva di fondamento la logica di autorizzare prodotti non marcati CE, data la possibilità di poter fare affidamento su prodotti nazionali ed europei regolarmente certificati e conformi agli standard di sicurezza comunitari.
L'import indiscriminato dei DPI, oltre a rappresentare un rischio per la salute e la sicurezza di tutti gli utilizzatori, comporta inevitabilmente un peggioramento della situazione di mercato delle aziende

italiane ed europee in quanto produce anche una drastica riduzione dei prezzi dei DPI, impensabili da sostenere per un'azienda italiana o europea. I prezzi fuori mercato, infatti, con i quali vengono commercializzati tali DPI sono dovuti, perlopiù, al risparmio derivante dalle diverse procedure di verifica della conformità che devono seguire i dispositivi certificati e rispondenti alla normativa di prodotto comunitaria, oltre al risparmio sul reperimento delle materie prime e al costo del lavoro.

"A fronte di numerose interrogazioni parlamentari anche da parte di esponenti della maggioranza – continua Galbiati – non c'è stata risposta da parte del Governo e del Ministero della Salute. Al momento, infatti, non vediamo provvedimenti per la tutela del mercato e dei produttori italiani. Anzi, il recente DL del 22 aprile 2021 n. 52 proroga, addirittura, l'immissione in deroga di Dpi nel nostro Paese al 31 luglio 2021. Ancor più grave se pensiamo che Germania, Spagna, Regno Unito e Belgio non si avvalgono più dell'immissione in deroga, mentre Francia e Paesi Bassi lo stanno per fare".

I produttori e distributori di DPI di Assosistema Confindustria hanno accolto l'invito del Governo a potenziare la produzione nazionale di DPI, investendo



in nuovi stabilimenti e linee produttive e sono pronti a garantire una catena di approvvigionamento e fornitura di materiale solida per la sicurezza di tutti.

Dal sito dell'Agenzia delle dogane apprendiamo che, da inizio dell'emergenza sanitaria ad oggi risultano essere stati sdoganati DPI (FFP2 e FFP3) per un numero complessivo pari a 769.410.000. Se si considera che a chiusura 2020, lo stesso dato era pari a 344.579.045, si rileva che, in soli 4 mesi, il dato 2021 di import di DPI, risulta già aver superato del +120.50% i valori del 2020.

"Con l'obiettivo di ottenere un mercato competitivo e sano abbiamo avviato un confronto con la struttura del Commissario straordinario Figliuolo e con il Mise – conclude Galbiati – In particolare, abbiamo chiesto: l'abolizione del processo di autorizzazione in deroga dei DPI non marcati CE; un quadro chiaro sui quantitativi dei DPI necessari al settore sanitario ed industriale per la gestione dell'emergenza ad oggi e per il dimensionamento delle scorte strategiche per il futuro e, infine, un coordinamento delle autorità di sorveglianza ed un rafforzamento dei controlli sui prodotti immessi. Siamo ora in attesa di risposte concrete".•

REPORTAGE

di by
Marzio Nava

Lavanderie artigianali, guardare oltre la pandemia

Tavola Rotonda con i rappresentanti delle Associazioni di settore

Dry-cleaning laundries, looking beyond the pandemic

A panel discussion with the sector Associations

ASSOCIAZIONE ITALIANA PULITURE A SECCO TINTORIE

CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa

Confartigianato Imprese

Per questo mese abbiamo pensato ad un reportage insolito e l'idea, appunto, è stata quella di scattare una fotografia della realtà dello stato di salute delle tintolavanderie. Detergo Magazine ha organizzato un confronto ad ampio raggio, una tavola rotonda, con le rappresentanze delle Associazioni della lavanderia artigianale. Al dibattito hanno partecipato per Assosecco (Confcommercio), la Presidente Gabriella Platè, per CNA, la Responsabile di CNA Servizi alla Comunità, Antonella Grasso e, infine, per Confartigianato Pulitintolavanderie la Presidente Carla Lunardon.
Il confronto si è focalizzato sui problemi, sulle aspettative e sulla volontà di rinascita e di riscatto di un esercito di 36 mila addetti, che ha prodotto un fatturato, nel 2019, di 1,3 miliardi di Euro, questi sono i dati e questo è il perimetro della categoria. Un mercato con mille sfaccettature in cui indubbiamente le attività tradizionali segnano il passo, ma nel quale si trovano anche attività che investono, innovano e scommettono sulla crescita in un periodo oggettivamente complicato ma che lascia spazio anche a prospettive di rilancio.
Ma lasciamo spazio al confronto e al dibattito.

This month's Reportage will outline the actual current conditions of dry-cleaning businesses in Italy. For this reason, Detergo Magazine has arranged a wide panel discussion, a round table, with the participation of dry-cleaning sector associations: Assosecco (Confcommercio), represented by Gabriella Platè, the President, CNA with Antonella Grasso who is in charge of CNA Servizi alla Comunità (Community Services), and Confartigianato Pulitintolavanderie, represented by Carla Lunardon, the President.
The debate focused on problems, expectations, willingness and efforts to relaunch the business sector that translates to 36 thousand operators that produced a total turnover of 1.3 billion euro in 2019. The figures, reflecting the perimeter of this category, speak for themselves. A market with a thousand different aspects where the traditional laundry activities are undoubtedly dictating the main pace but where laundries also invest, innovate and accept the challenges of growth during this complicated period. Hopefully, we still have some room to relaunch perspectives.
Let us have a look at the debate.

La pandemia dopo quasi un anno e mezzo ha stravolto i bilanci delle attività, vite personali e lavorative. Oggi la diffusione dei vaccini alla popolazione lascia presagire qualche speranza in più, può fare un primo bilancio ma soprattutto come vede la seconda parte dell'anno? Possiamo parlare di ripartenza?

Gabriella Platè (Assosecco): la pandemia ha generato un radicale cambio nelle nostre vite ma non nelle nostre speranze e sogni che restano fissi, ancorché rimandati. Da un punto di vista pratico, la perdita di fatturato è stata piuttosto generalizzata anche se le lavanderie non rientravano tra le categorie sottoposte a chiusura. Alcune attività, specializzate nei servizi alle imprese o servizi di laboratorio verso terzi, hanno avuto la capacità e possibilità di attutire, se non assorbire, le perdite. Le lavanderie "su strada" e quelle nei Centri Commerciali hanno subito maggiormente le comunicazioni ondivaghe succedute nei vari Decreti e che, duole dirlo, hanno complicato anziché semplificare la situazione. Il cambio di stagione, atteso sempre con grande entusiasmo, nel 2020 è stato più "una rinfrescata" e nel 2021 si osserva ancora una certa timidezza che si spera venga superata in autunno, con il piano vaccinale del Governo interamente consegnato e somministrato. Una parte di questo cambiamento nell'atteggiamento del consumatore, ritengo, sia dovuto al fatto che l'utilizzo dei capi più complicati e "rotativi" da lavare in casa quali abiti, capi spalla e camicie, si sia molto ridotto e, in aggiunta a questo fenomeno, abbia anche imparato a lavare da solo quei capi per i quali si rivolgeva al professionista. Diciamo, una nuova auto consapevolezza che

For almost a year and a half now, the pandemic has affected companies and their finances, our personal and work lives. Today, the distribution of vaccines is giving us a little more hope. We can slowly start making some evaluations, but, first of all, what can we say about the second half of the year? Can we already start speaking about a restart?

Gabriella Platè (Assosecco): the pandemic has generated a radical change in our lives but not in our hopes or dreams. They have remained stable but they have just been postponed. From a practical point of view, the loss in turnover has been quite generalized even if laundries did not make part of the category subjected to the lockdown. Some specialized businesses providing services to companies or lab services for third parties, managed to absorb the losses. The laundries "on the road" and those inside shopping malls were the most affected ones due to the imprecise communications released by the numerous Government Decrees, which, needless to say, complicated things even further rather than simplify the situation. The seasonal change, usually awaited with great enthusiasm, was just a simple wardrobe "refreshment" in 2020. In 2021, we are still witnessing some insecurity that will hopefully be overcome in autumn once the vaccination plan is completed. I believe that a part of the change in consumers' behavior is due to the fact that people have been wearing the "complicated and rotative" garments less often. I am speaking about suits, jackets and shirts. What is more, people have learned how to wash these garments at home rather than take them to a laundry, like they used to. We can call it a

a noi del settore fa male. Il desiderio di tornare “ad una vecchia normalità” e quindi ai consumi, tipo 2019, non è garantita ma fortemente auspicata (forse) da tutti.

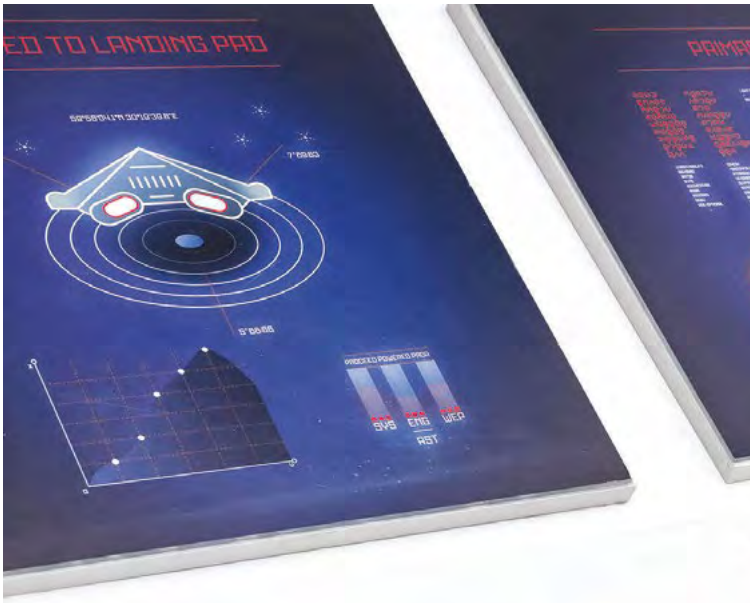
Come nuovo trend positivo cito invece la forte richiesta, da parte del cliente, della garanzia di un elevato servizio di igienizzazione/disinfezione, che veniva già fatto, e forse dato per scontato, mentre ora viene esplicitamente richiesto. In sintesi, rispetto al 2019, il settore ha perso in media tra il 40 ed il 50% del fatturato. Il lavoro agile, le chiusure di bar e ristoranti, dei luoghi di spettacolo e di ritrovo, le limitazioni di spostamento e le chiusure dei Centri Commerciali nei fine settimana, hanno fortemente penalizzato il nostro settore. Non bisogna tuttavia scoraggiarsi perché questi sono dati medi e quindi la sfida sarà riuscire ad intercettare la fascia di clientela che è ancora disposta a spendere per il servizio di lavanderia e, allo stesso tempo, cercando di offrire nuovi servizi intercettando nuova clientela. Sicuramente, il Comparto delle lavanderie, già in una fase storica di contrazione in atto da tempo è stato messo duramente alla prova dalla pandemia. La crisi, tuttavia, è un'occasione per pensare al “mondo che verrà”, alle opportunità che si possono cogliere. Bisognerà approcciarsi al lavoro con modalità e strategie diverse ma soprattutto competenza e ne parlerò meglio nella domanda due.

Antonella Grasso (CNA): nei quindici mesi di pandemia possiamo delineare un quadro della lavanderia tradizionale totalmente ferita, con bilanci ridimensionati da perdite importanti e significative (30 – 65%), questo fattore ha stravolto non solo la vita degli imprenditori ma anche dei loro collaboratori. Tante micro realtà sono state costrette a chiudere, alcune per la totale mancanza di lavoro, attività posizionate in piccoli centri dove tutta la vita sociale di paese si è fermata, e tante trovatosi in crisi di lavoro e in prossimità alla pensione hanno colto l’occasione e chiuso evitando una lenta agonia. La lavanderia media a gestione famigliare e/o con qualche addetto è l’impresa che meglio ha retto la crisi dovuta alla pandemia, anche qui purtroppo registriamo notevoli cambiamenti sia organizzativi che di gestione. Un rilevante colpo lo hanno subito anche le grosse lavanderie posizionate nei centri commerciali, con la sola distribuzione dei generi alimentari aperte e le tante attività commerciali chiuse le perdite sono importanti, avendo costi fitto molto alti la crisi ha fortemente pesato. Con la vaccinazione di massa i presupposti di una ripresa ci sono tutti, il ritorno a una vita sociale lascia ben sperare a un aumento di fatturato. Altro importante supporto sarebbe la ripresa del wedding, dietro gli eventi per le lavanderie tradizionali girano numeri importanti. Ho sempre sostenuto che la pandemia ha prodotto sì perdita di fatturato ma non una crisi economica come nel 2007, se alla popolazione si dà la possibilità di vivere normalmente, spende e lo abbiamo notato dopo la prima ondata e lo stiamo notando in queste ultime settimane con le regioni in arancione e giallo. Certo che per ritornare al fatturato del

new awareness. It has affected our sector badly, unfortunately. The desire to come back to “the old normality” and therefore to the consumptions registered say in 2019, is not guaranteed, yet, strongly hoped for (perhaps) by everybody.

As far as new positive trends are concerned, we have noticed a strong request for guaranteed sanitization/disinfection services. They had already been offered and given for granted in the past, while they are now specifically requested by customers. To sum up, in comparison to year 2019, on average, the sector has lost between 40% and 50% in turnover. Smart working, the closure of bars, restaurants, theatres and all those places where people meet to socialize, the limitations in travelling and the closing of shopping malls at the weekends have all strongly influenced our sector. Nevertheless, we should not get discouraged as these figures relate to an average trend, so the challenge is to intercept the segment of customers that are still willing to spend money on laundry services and, at the same time, try to offer new services to new customers. Surely, the laundry sector, that had already been facing a decline for some time, was put to an even harder test by the pandemic. Still, the crisis is an occasion to think about “the world to come”, about the new opportunities to seize. We should approach our work in a different way and with different strategies, but first of all, with skills. I am going to discuss it better when answering the second question.

Antonella Grasso (CNA): over the fifteen months of the pandemic, we can trace a picture of a traditional laundry that has been strongly affected, with the turnover presenting important losses (30% –



2019 ci vorranno un paio di anni, ma comunque un futuro positivo lo si intravede.

Carla Lunardon (Confartigianato): non vi è dubbio che la recessione, scatenata dalla pandemia da Covid-19, abbia avuto pesantissimi effetti per le quasi 12mila 500 imprese artigiane di tintolavanderia attive in tutta la penisola ed i loro 36 mila addetti. Il nostro ufficio studi ha stimato che nel 2019, il nostro mondo abbia generato un fatturato valutato pari a 1,3 miliardi di euro, quasi dimezzato (-37,1%) nel 2020 causa lockdown e restrizioni imposti causa Covid-19. Parliamo di 499 milioni di euro di minori ricavi. Un'apocalisse che non ha trovato riscontro nei ristori del Governo. Dopo la delusione della nostra esclusione dal decreto ristori ter, che aveva però inserito le nostre "sorelle" industriali, anche le speranze nel decreto sostegni, con il superamento dei codici ATECO, non ha portato gli aiuti sperati.

Eppure il nostro mondo -rimasto sempre aperto perché considerato "essenziale"- ha dovuto fare i conti con: il dimezzamento delle presenze turistiche associato a restrizioni sulla mobilità delle persone che hanno influito sulla manutenzione di capi di abbigliamento e accessori professionali. La chiusura degli impianti sciistici che ha ridotto la manutenzione dell'abbigliamento tecnico, il diffuso utilizzo di smart working e la cancellazione di eventi e cerimonie che ha ridotto l'utilizzo del vestiario di più elevata qualità.

Ci auguriamo tutti che con il procedere della campagna vaccinale e la conseguente diminuzione dei contagi permettono al Paese ed all'economia di rientrare nella normalità. I primi segnali ci sono e le indicazioni che arrivano dai nostri soci sono di una ripresa dell'attivi-

65%). This factor has deeply affected not only the lives of the entrepreneurs but of their staff, too. Many small businesses were forced to close down due to the total lack of work. They were based in the center of small towns where the social life stopped completely, therefore many laundries started facing the crisis and, as some people were getting close to the retirement age, they took advantage of the situation and simply closed down to avoid the slow agony. Middle sized family businesses and laundries that hired staff are among those businesses that faced the pandemic crisis better than the others. However, also in this case, we have registered significant changes both in the organization of the business and its management. Big laundries inside shopping malls were heavily affected due to the lockdown of all the shops inside the mall except for the food supermarket. The losses in turnover were heavy also due to the high cost of the shop rental space. The current mass vaccination is giving high hopes for the market recovery and for the return to the social life as we know it, which can hopefully lead to an increase in turnover. Another significant support to the sector would be the restart of weddings as the figures regarding this sector greatly contribute to business volumes of a laundry. I have always believed that the pandemic has produced losses in turnover but it has not, however, led to an economic crisis, similar to the one we faced in 2007. If we give the population the possibility to live normally, people will spend money. We actually noticed it after the first pandemic wave and we are witnessing it now with the Italian regions becoming orange and yellow zones (ed. Italian measures to contain the outbreak). It will most probably take at least two years to get back to the 2019 turnover but we can actually slowly see a positive future scenario.

Carla Lunardon (Confartigianato): the recession initiated by Covid-19 pandemic has, without doubt, seriously affected the 12.500 dry-cleaning and dyeing businesses operating in Italy and their 36 thousand employees. Our research office estimated that our sector generated 1.3. billion turnover in 2019, which almost halved (-37.1%) in 2020 due to the lockdown and the restrictions imposed because of Covid-19. We are talking about 499 million euros less as far as income is concerned. Still, the apocalypse was not really considered by the Government Ristori Decree. Disappointed because excluded from the Ristori ter Decree, that however did include our industrial "sisters", our high hopes were in vain again when it came to the following Support Decree and the ATECO codes, which did not lead to obtaining the aids we had hoped for.

Yet, our world and services, that remained opened as considered "essential", needed to face the following: the decrease in the number of tourists combined with travel restrictions which influenced the textile and professional accessories sector. The closure of skiing resorts resulted in the reduction of the request for the maintenance

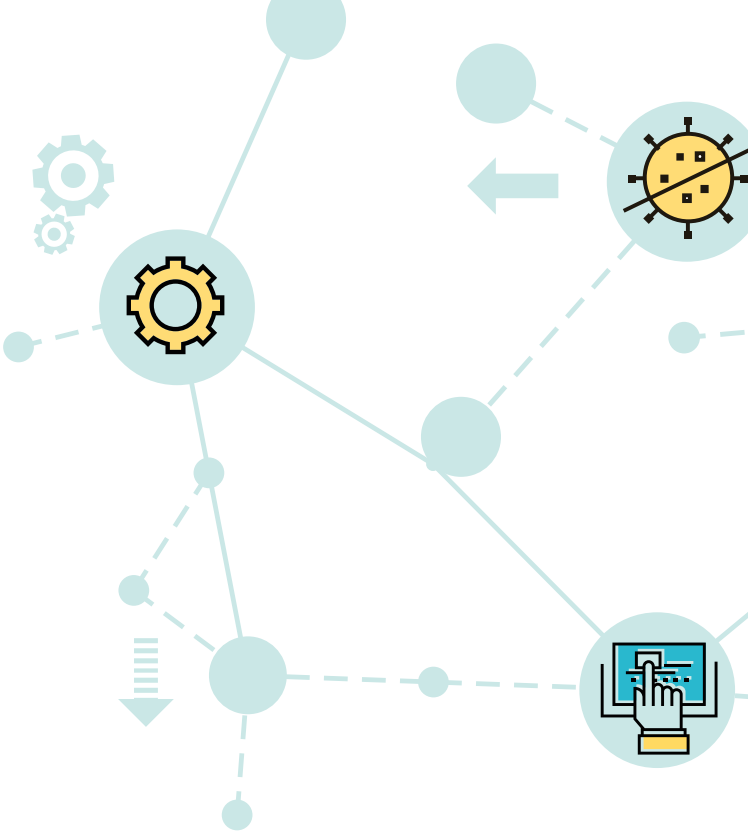
tà. Ma sono anche certa che non tutte le attività potranno riprendere a lavorare come nulla fosse stato. Serve progettare un nuovo futuro.

Per una lavanderia artigianale quali potrebbero essere le opportunità da sfruttare per un proficuo rilancio? In sintesi, quali sono i consigli che si sentirebbe di dare ai colleghi che vogliano e possano investire per avere un aumento dei volumi di lavoro e una maggiore redditività della propria attività? Quale modello di lavanderia è più spendibile? Da dove ripartire per la seconda metà dell'anno ed il prossimo futuro?

Antonella Grasso (CNA): Dopo la pandemia, anche la lavanderia tradizionale ne uscirà totalmente diversa e molto più attenta a diversificare i propri servizi allargando gli orizzonti su una diversa clientela. Come sempre il futuro è nelle nostre mani, e noi saremo i protagonisti di un prossimo futuro molto legato all'innovazione e alla tecnologia, avremo la necessità di essere impresa senza trascurare nulla. Importante non sarà solo essere bravi nel proprio lavoro ma soprattutto sapersi vendere, essere presenti con un sito internet e curare una pagina social Facebook, Instagram, coccolare i propri clienti con supporto non solo logistico e/o servizio a domicilio, ma mettere i clienti al centro dell'organizzazione, fare notare al cliente che il nostro obbiettivo è offrire servizi per il benessere della persona.

Carla Lunardon (Confartigianato): sono convinta che il nostro mestiere non possa non raccogliere quanto questa emergenza sanitaria, del tutto straordinaria, ha portato in termini di consapevolezza: le lavanderie professionali sono strategiche nella lotta alla diffusione del COVID-19 e non solo. D'altro canto, la manutenzione e la pulizia dei capi di abbigliamento è un servizio decisamente essenziale, specie in periodo di pandemia, sia per il lavaggio dei capi in acqua, sia per la manutenzione dei capi che possono essere lavati solo a secco. Dobbiamo come categoria valorizzare, in termini di marketing, quanto ribadito -in tema Covid19- nella circolare n.17644 del 22 maggio 2020 della D.G. Prevenzione Sanitaria del Ministero della Salute: il lavaggio, sia in acqua con normali detergenti, oppure a secco, presso le lavanderie professionali, è certamente una buona prassi, in grado di rispondere alle esigenze di sanificazione. Dobbiamo anche spazzare via l'immagine anacronistica del vecchio lavandaio e dare una nuova identità agli operatori: qualificarli come i professionisti del pulito, coloro che, oltre a trattare macchie, garantiscono l'igiene del capo. Una igiene dimostrata da Test microbiologici, curati da due Centri di Analisi Ritex e Laboratorio Fratini.

Gabriella Platè (Assosecco): in questi ultimi quattordici mesi si è potuto notare come le attività più reattive e che hanno ampliato parte dei servizi siano sopravvissute meglio di altre che, rimaste legate ad un approccio più tradizionale, sono ora in grande difficoltà. È importante sottolineare, tuttavia, che agire sotto pressione, in taluni casi, ha prodotto reazioni più istintive che ragionate

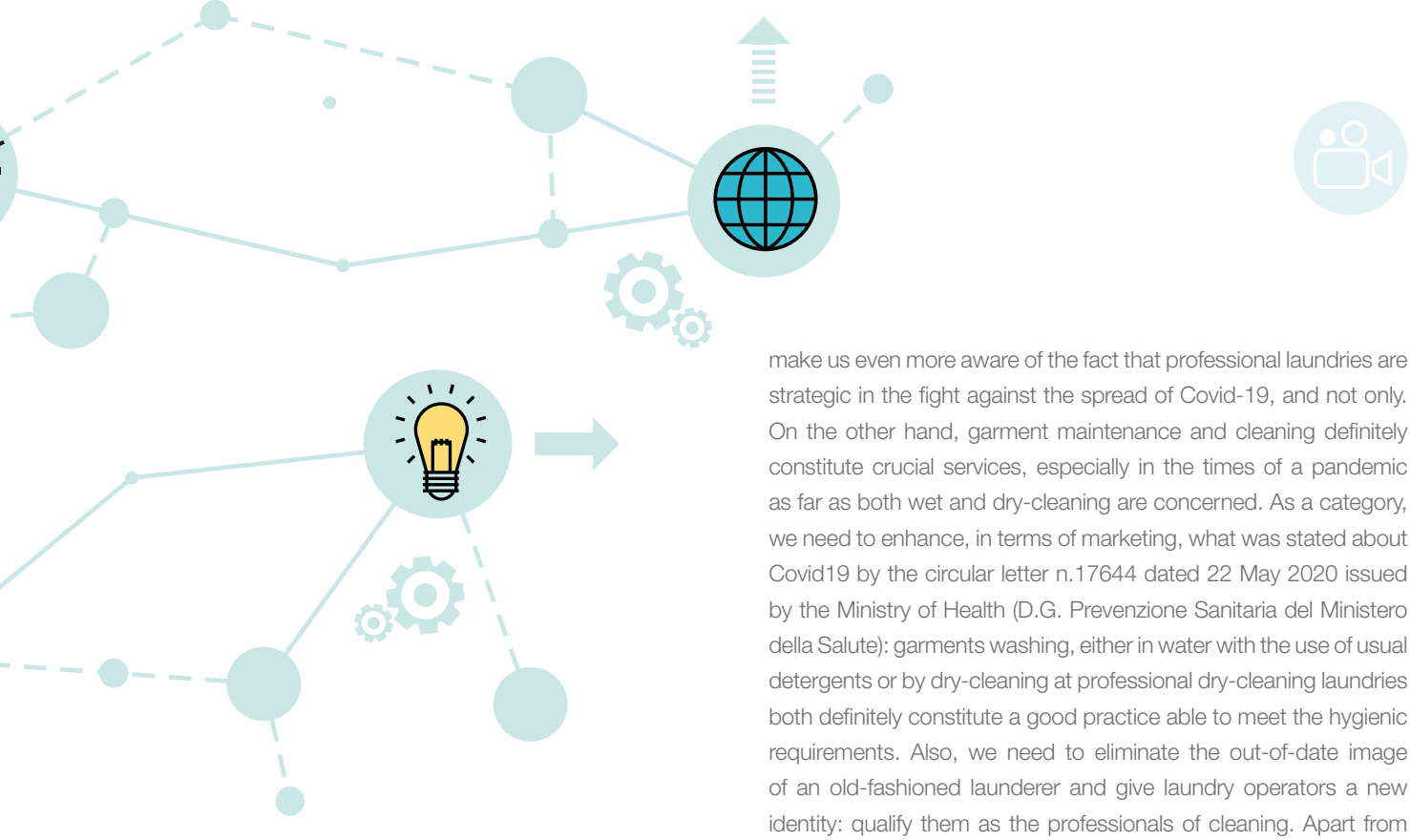


of skiing equipment, the widespread smart working formula and the cancellation of events and celebrations led to the decrease in the necessity of wearing high quality garments.
Hopefully, the vaccination campaign in progress and the consequent decrease of the contagion spread will allow our country and its economy to go back to normal. The first signs arriving from our associates are telling us that they have reopened their businesses. Still, I am more than sure that not all the laundries will be able to restart working again as if nothing happened. We need a new plan.

What are the opportunities that a dry-cleaning laundry could seize in order to relaunch the business successfully? In brief, what are the suggestions that you feel you could give your colleagues who can and want to invest in the increase of profitability and work volumes? What laundry model is the most reliable? Where should we start from during the second half of the year?

Antonella Grasso (CNA): after the pandemic, also the traditional laundry will have changed completely and it will become much more careful about the diversification of services offered by extending the horizon towards different customers. As always, the future is in our hands and it will be us who are going to be the main players of the nearest future linked to innovation and technology. Our businesses will need to become enterprises that do not leave anything to a chance. It will be extremely important not only to be able to do our jobs very well but also to know how to sell ourselves, e.g. through an internet website or social networks such as Facebook or Instagram where we can create our own internet page. We will need to spoil our customers with attention, logistic support and home delivery services as well as place customers at the center of the organization letting them know that our objective is to offer services aiming at the personal wellbeing.

Carla Lunardon (Confartigianato): I am convinced that thanks to our occupations, this extraordinary global health crisis could not



e non sempre a conto economico positivo. Certo, non è banale mettersi in gioco e cercare soluzioni, fa sempre bene e rende più flessibili ed adattabili al Mercato, qualità oggi indispensabili.

Con la specifica di "lavanderia artigianale" possiamo definire quelle lavanderie rivolte al privato e che non lavorano con appalti privati o pubblici. A questo tipo di lavanderie il consiglio è quello di investire in tecnologia e cercare di allargare il nostro orario di servizio. Ad esempio, la consegna automatica h24 permette di abbattere i costi fissi.

Del resto, la pandemia ha impresso un'accelerazione a tutti quei processi di cambiamento che già prima si stavano profilando, ma con un orizzonte a tre/cinque anni. Questo spazio temporale oggi è stato azzerato. È molto probabile che l'intero comparto si muoverà verso prodotti "indossabili", meno curati, ma anche più economici ed appetibili alle nuove generazioni ed alle loro tendenze. Pertanto, gli investimenti dovranno essere in sintonia con questo nuovo percorso produttivo/commerciale. Proprio in quest'ottica, diventa fondamentale considerare la produttività e, quindi, la redditività come fili conduttori di una seria analisi dei propri punti di forza e debolezza.

Altro elemento molto importante è la ricerca della sostenibilità ambientale, il Mercato è sempre più sensibile a questo argomento e, probabilmente, già in un futuro immediato, disposto a premiare gli sforzi fatti in questa direzione.

Un altro punto che possiamo qui solo accennare è quello legato ai diversi servizi resi dalle lavanderie. Per analogia, la domanda da porsi è: come mai nel mondo Horeca Food sono stati così bravi a segmentare l'offerta dei servizi con prezzi adatti alle diverse tasche mentre il nostro Comparto è quasi interamente schiacciato sulla leva prezzo, indipendentemente dai servizi resi?

Ancora una volta, si è cercato di professionalizzare il comparto -con la L. 84/2006- ma un sano investimento in formazione consentirebbe di far accedere al Settore solo persone preparate e competenti, con una ricaduta benefica complessiva sull'intero Comparto. Il prezzo non è la variabile unica sulla quale incidere,

make us even more aware of the fact that professional laundries are strategic in the fight against the spread of Covid-19, and not only. On the other hand, garment maintenance and cleaning definitely constitute crucial services, especially in the times of a pandemic as far as both wet and dry-cleaning are concerned. As a category, we need to enhance, in terms of marketing, what was stated about Covid19 by the circular letter n.17644 dated 22 May 2020 issued by the Ministry of Health (D.G. Prevenzione Sanitaria del Ministero della Salute): garments washing, either in water with the use of usual detergents or by dry-cleaning at professional dry-cleaning laundries both definitely constitute a good practice able to meet the hygienic requirements. Also, we need to eliminate the out-of-date image of an old-fashioned launderer and give laundry operators a new identity: qualify them as the professionals of cleaning. Apart from treating the stains, they guarantee the hygiene of the processed garments which was demonstrated by microbiological tests carried out by two analysis centers: Ritex and Laboratorio Fratini.

Gabriella Platè (Assosecco): over the last fourteen months, we could notice that responsive businesses, that expanded the offered service range, managed to get by better than those that decided to keep the traditional approach which has led them to having difficulties. Still, it is important to underline that acting under pressure did produce, in some cases, instinctive reactions instead of reasonable ones, which often did not result in obtaining positive balance. Surely, it is not trivial to accept the challenge, trying to do our best while looking for solutions. It is always a good practice to do so as it makes us more flexible and versatile in regard to the market. Today, such qualities are also a must-have.

We can define "artisan laundries" those dry-cleaning laundries that address and work with private customers but do not participate in public or private tenders. A piece of advice for those laundries would be to invest in technology and try to prolong the opening hours. For example, an automatic 24H delivery will allow to decrease the fixed running costs.

The pandemic has actually contributed to the acceleration of all those changes that had already been taking shape but were going to take place over the next three/five years. This time slot has been reset. It is likely that the entire sector will go towards the "wearable" products, the less cured ones, cheaper and more attractive, trendy clothing for new generations. Therefore, investments should be in line with this new productive/commercial path. It has become crucial to consider the productivity, and therefore, the profitability as central themes of a serious analysis of strengths and weaknesses.

Another crucial element is the research on the environmental sustainability. The market is more and more sensitive to this topic and, most likely, it will soon start rewarding the efforts made in this direction.

Another point we can mention relates to the variety of services offered

bisogna lavorare sulla comunicazione e consistenza dei servizi, siamo del resto una categoria di primaria importanza. Pulito, igiene e freschezza devono essere alla base delle nostre azioni.

La vostra Associazione di rappresentanza quali iniziative ha messo in campo per supportare gli associati e quali soprattutto adotterete in questi e nei prossimi mesi?

Carla Lunardon (Confartigianato): Confartigianato si sta muovendo su tre fronti. Il primo legislativo. Stiamo arrivando alla fine di una battaglia, iniziata il giorno dopo l'approvazione della legge 22 febbraio 2006, n. 84 "Disciplina dell'attività professionale di tintolavanderia", per distinguere in modo coerente e preciso -nel rispetto dei ruoli e delle competenze- il servizio tradizionale di lavanderia da quello self service.

Il secondo di supporto comunicativo. Cito solo come esempio, la recente campagna nazionale "Fallo Secco" che supporta una azione social dei nostri soci sul valore del lavaggio a secco nella lotta alla pandemia, oppure la bella campagna "Questo è un capo sicuro" promossa dalla comunità pulitintolavanderie di Confartigianato Imprese Marca Trevigiana. Un'iniziativa che, attraverso un video emozionale pensato per i social, valorizza il ruolo chiave dei professionisti del pulito nella lotta al Covid. Infine il terzo, in prospettiva, su un nostro nuovo ruolo nell'ottica dell'Agenda 2030. Ritengo infatti che le tintolavanderie siano una forma di "condivisione" antesignana per un futuro più sostenibile di cui prendere tutti coscienza e di cui dare conto. In Italia (ISTAT anno 2019), sono 25 milioni le famiglie che possiedono una lavatrice. Più di quelle che hanno una automobile, 24.237 e anche di chi ha almeno un cellulare 24.474. Si tratta dell'elettrodomestico più diffuso con il 97,6% delle famiglie italiane che lo possiede. Ebbene ovviamente non è immaginabile un Paese in cui non sia presente questo prezioso elettrodomestico ma che lo si usi un po' meno (e meglio) sì. Si ridurrebbero i consumi di energia e acqua. Ma anche l'inquinamento calerebbe dato che noi usiamo prodotti professionali, nella quantità giusta senza esagerare. Lo facciamo con le auto, le moto, le bici e i monopattini, Lo facciamo con le camere d'albergo e addirittura i vestiti. Perché non valorizzare la più grande piattaforma di lavaggio condivisa che si possa avere?

Gabriella Platè (Assosecco): l'Associazione, attraverso la Segreteria, ha svolto costantemente un lavoro di informazione puntuale, fornendo chiarimenti in merito ai molteplici DPCM che, con frequenza eccezionale, venivano emanati, talvolta anche in contraddizione tra loro, tanto che all'inizio non si capiva se le lavanderie potessero rimanere aperte o no.

In condizioni di emergenza ha rappresentato più che mai un punto di riferimento.

Per i prossimi mesi stiamo sviluppando i contenuti per tenere dei seminari formativi on line e stiamo sondando il terreno per introdurre

by laundries. Similarly, the question we should ask is: how come Horeca Food managed to segment the services offered by assigning suitable prices for each type of pocket while our sector is almost completely crushed by the price leverage regardless the service?

Once again, efforts were made to make the sector more professional through Law 84/2006. A healthy investment in training would allow only the skilled and qualified to access the sector with an overall beneficial effect for the entire sector. Prices are not the only variable point to consider, we need to work on communication and the consistency of the services, too. Needless to say, our category is of a primary importance. Freshly cleaned and sanitized garments need to be at the base of our actions.

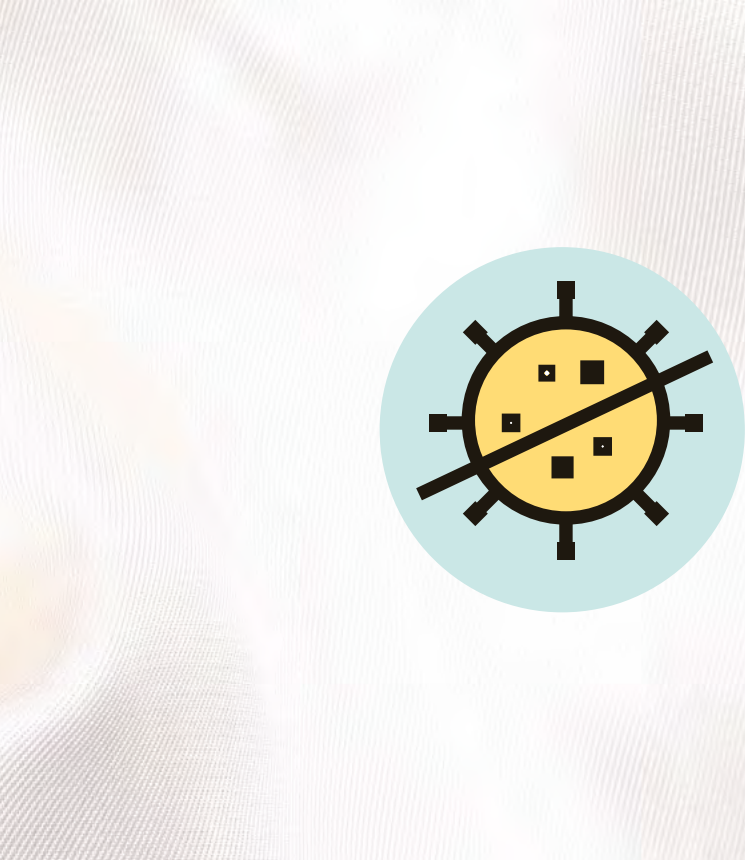
What initiatives did your Association carry out in order to give support to the association members and what other actions are going to be proposed over the next months?

Carla Lunardon (Confartigianato): Confartigianato is working on three different fronts. The first one is the legislative one. We are getting to the end of a battle that started the day after Law 22 February 2006, n. 84 was released, called "Protocol on professional activities of a dry-cleaner's" (Disciplina dell'attività professionale di tintolavanderia), to distinguish in a coherent and precise way a traditional laundry service from a self-service laundry, with a complete respect to the roles and skills.

The second front is the support of communication. Let me mention the recent national campaign "Fallo Secco" ("Make it Dry") that has given support to our members' social network initiative promoting dry-cleaning in the fight against the pandemic. We have also sustained another wonderful campaign called "Questo è un capo sicuro" ("This is a secure garment") promoted by the dry-cleaning community of

ottimizzazioni sull'impatto ambientale, tema quanto mai attuale.

Antonella Grasso (CNA): L'esperienza della pandemia ha fatto sì che CNA emergesse con tutta la sua forza, non solo con un canale social rivolto alle imprese con un fiume di informazioni sui vari DPCM e Decreti di non facile interpretazione, ma anche con il supporto dei vari consulenti. Siamo molto soddisfatti poiché la pagina Facebook ad oggi è seguita da circa milleduecento imprese, con 4000/5000 visualizzazioni mensili, circa 26mila visualizzazioni sul video emergenza Covid-19 e oltre 80mila persone raggiunte. Le iniziative sono state diverse e possiamo dire che quasi tutte le sedi regionali hanno supportato i propri associati e non, tramite webinar mirati a un supporto normativo, protocollo di sicurezza



e le diverse professionalità scese in campo ad indicare percorsi idonei per meglio contrastare la pandemia. Particolare attenzione la CNA ha dedicato alla costruzione di un protocollo di sicurezza dedicato al settore. Le Tintolavanderie si occupano da sempre di pulizia e igienizzazione dei capi, ma la pandemia ha fatto emergere l'importanza di comunicare, in modo chiaro ed inequivocabile, con i clienti relativamente alle procedure di sicurezza adottate, a tutela della salute propria e degli stessi clienti.

L'emergenza sanitaria ci ha insegnato un modo diverso di fare associazionismo, che il distanziamento non necessariamente significa isolamento, che la collaborazione tra imprese e tra livelli associativi e inter-associativi, nei momenti più difficili, possono fare la differenza. Abbiamo scoperto il valore del digitale come strumento di comunicazione e aggregazione.

In collaborazione con CNA Nazionale molte CNA territoriali hanno organizzato momenti seminariali e di confronto online gratuiti, con l'obiettivo di mantenere alto il livello di attenzione e suggerire pos-

Confartigianato Imprese Marca Trevigiana. The initiative underlined the value and the key role of dry-cleaners in the fight against Covid through a video realized for social networks.

Finally, the third front concerns our new role in the Agenda 2030. As a matter of fact, I believe that dry-cleaning and dyeing businesses constitute some sort of a forerunning "shared" concept aiming at a more sustainable future. In Italy (according to ISTAT 2019), there are 25 million families that own a washing machine. Fewer families have a car, 24.237 and fewer people have at least one mobile phone, 24.474. Washing machine is the most popular electric appliance with 97.6% of Italian families owning one. Although it is not easy to imagine a country where this precious white good is lacking, it would be understandable to use it less (and in a better way). We would reduce water and energy consumptions. Also, the pollution would decrease as laundries use professional products and in the right quantity. We behave like this when it comes to cars, bicycles, scooters hotel rooms and clothes. Why not give value to the largest washing platform we can possibly have?

Gabriella Platè (Assosecco): the Association, through the administrative office, has constantly worked on providing correct information and clarifications on the numerous Government Decrees that, often contradictory, kept being released at a great pace without really clarifying whether dry-cleaning laundries could remain opened or not. During the emergency, our Association represented the point of reference more than ever.

Over the next months we are going to develop contents for training seminars online. We are also making some surveys on the introduction of the optimization actions aimed at the reduction of the environmental impact, which constitutes a topic of great interest today.

Antonella Grasso (CNA): experiencing the pandemic pushed CNA to show its strength not only on social media channels destined to companies, where we provided continuous information in regard to the Decrees of no easy interpretation, but also through consulting support. We are very satisfied by all this because our Facebook page is followed by about 1200 companies today, with 4000/5000 monthly accesses, about 26thousand accesses to a video on Covid-19 emergency and over 80thousand people reached. There have been numerous initiatives and we can say that almost all the regional headquarters supported their associates, and non associated business, through webinar sessions. They provided support in terms of information, safety protocols and other professional aspects in regard to the most suitable solutions on how to deal with the pandemic in the best possible way. CNA has dedicated great attention to the construction of a safety protocol dedicated to the sector. Dry-cleaning laundries have always dealt with the cleaning and sanitization of garments, but the pandemic highlighted the importance of communicating it correctly and clearly. Customers

sibili soluzioni per fronteggiare l'emergenza. Tanti gli argomenti toccati: nuovi servizi proiettati al cliente, nuove strategie aziendali, maggiore attenzione ai costi di gestione, maggiore attenzione alla comunicazione con il cliente. CNA Nazionale ha appena ultimato un percorso formativo gratuito per i propri associati, che a breve verrà presentato e promosso alle imprese. Un percorso realizzato in modalità e-learning che verrà caricato sulla nostra piattaforma e messo a disposizione delle imprese, nel rispetto dei tempi di lavoro. Il settore ha sempre dimostrato un grande interesse per la formazione in presenza, le numerose iniziative organizzate negli anni passati sono sempre state molto partecipate. La situazione attuale al momento non ci consente di fare iniziative in presenza, e poiché la formazione è una leva di crescita e sviluppo fondamentale, nella vita di un'impresa, abbiamo fruttato il digitale per stare al fianco delle imprese e guardare avanti sempre.

Misure a favore delle piccole attività artigianali, defiscalizzazione, crediti d'imposta, incentivi alle assunzioni, cosa avete chiesto (e ottenuto) e cosa chiederete al governo per favorire la crescita delle attività del nostro settore?

Gabriella Platè (Assosecco): bisogna trovare un modello di maggiore sostenibilità rispetto a quello implementato fino ad oggi. Parto da una critica verso il nostro Settore che, in troppi casi, ha distrutto valore inseguendo politiche di prezzi al pubblico non sostenibili nel medio termine. Da qui, nasce anche una congenita riduzione di liquidità che affligge non solo il nostro mondo.

Dopo questa importante premessa, la defiscalizzazione, anche attraverso la riduzione dell'aliquota IVA, andrebbe accompagnata da crediti d'imposta legati agli investimenti tecnologici a minor impatto ambientale. I crediti d'imposta già esistono ma, dopo questi incredibili quattordici mesi, è necessario reintrodurre liquidità, da qui la richiesta di riduzione, anche temporanea, dell'aliquota IVA. Sostenere che i ristori o devoluzioni una tantum abbiamo lavorato in questo senso, sarebbe quanto mai inesatto.

Per la parte molto rilevante legata al personale -ricordiamo che le lavanderie si basano sul lavoro umano ed il peso sul fatturato arriva anche al 40%- auspichiamo sgravi per assunzioni a tempo indeterminato ma anche una maggiore flessibilità per le assunzioni a tempo determinato, necessarie durante i cambi di stagione. Con le attuali leggi, una persona assunta una volta, non può essere riassunta se non con contratto a tempo indeterminato e questo produce una continua ricerca di personale stagionale inesperto. Le lavanderie sono un'attività stagionale ma pare non lo si voglia capire. Per accompagnare la fase di ritorno alla normalità, serve mantenere la Cassa integrazione che ha evitato dolorosi licenziamenti.

Forse questa occasione offerta da Detergo può diventare un ponte tra le varie Associazioni di categoria che, con una sola voce, potrebbero giungere ai ministeri per istituire tavoli di confronto.

need to be informed on the subject of safety procedures applied that protect everyone's health.

The global health emergency taught us a different way of being an Association. Social distancing does not necessarily mean isolation and the collaboration between businesses and the association members can make a difference during the most difficult times. We have discovered the value of digital solutions as a tool for a successful communication and getting together.

In collaboration with the national CNA, many local CAN offices arranged free of charge seminars and debates online with the objective of keeping the attention level high and suggest possible solutions to face the emergency. Among the many topics discussed there were: new services for customers, new business strategies, greater attention to the running costs, greater attention

to communication with customers. The national CNA has just finalized a free of charge training program for the members of the association. It will soon be presented to companies. It is an e-learning program that will be uploaded on our platform and put to the disposal of businesses, following the working hours needs. The sector has always showed great interest towards training sessions attended in person. As a matter of fact, the numerous initiatives arranged over the past years have always been highly attended. The current situation does not allow us to be present in person but as training reflects a fundamental part of personal growth, we have taken advantage of digital solutions to support businesses and always look towards the future.

Torno in conclusione sul tema della riduzione dell'IVA. Considerando che la nostra attività rientra nella categoria dei servizi alla persona, potremmo avere qualche possibilità se tutte le associazioni di categoria si presentassero unite in questo obiettivo.

Carla Lunardon (Confartigianato): come Associazione di categoria, siamo presenti in moltissimi tavoli ed abbiamo interlocuzioni costanti con i Ministeri e le figure tecniche di Governo. Negli ultimi due anni abbiamo concentrato il nostro lavoro istituzionale per ottenere alcuni, importanti risultati quali:

*Credito di imposta per transizione ecologica***.** La Legge di Bilancio del 2020 (L160/2019), ha introdotto il concetto di "Transizione Ecologica" che vuole premiare gli investimenti delle aziende che comportano migliorie in materia di efficienza, durabilità, riduzione di impatto ambientale.

Il decreto del 26 maggio 2020, pubblicato nella gazzetta ufficiale il 21 luglio 2020, stabilisce che il beneficio fiscale per le aziende che adottano soluzioni "Ecologiche" è pari al 10% del valore dell'investimento. Questo beneficio è stato aumentato al 15% nella legge di bilancio 2021 (L178/2020):

Per gli investimenti in Ricerca & Sviluppo, Innovazione, Design e Green: il credito d'imposta riconosciuto passa dal 12% al 20%, con massimale da 3 milioni a 4 milioni di euro; per gli investimenti in innovazione tecnologica, design e ideazione estetica il credito d'imposta riconosciuto è del 10% con massimale di 2 milioni di euro; per gli investimenti in innovazione tecnologica finalizzati alla realizzazione di prodotti o processi di produzione nuovi allo scopo

Measures in favour of small dry-cleaning businesses, tax reduction, exemption from tax, incentives relating to hiring new staff, tax credit: what have you applied for and what have you obtained? What are you going to ask the Government for to help the sector grow?

Gabriella Platè (Assosecco): we need to find a higher sustainability model in comparison to the one implemented so far. Let me start with some criticism towards our sector that, in too many cases, destroyed values by following price policies that could not be sustained by customers on the medium-long term. The structural reduction of the cashflow starts from here and it does not only affect our field.

After this important introduction, the exemption from tax, also through the reduction of the VAT tax, should be followed by tax credit linked to investments in technology that presents lower environmental impact. Tax credit already exists but, after the incredible last fourteen months, it is necessary to re-introduce cash, and therefore to reduce the VAT tax, at least temporarily. Claiming that *una tantum* devolution or ristori Decree aids have worked, is actually wrong.

As far as the important part is concerned - the one linked to personnel – let us not forget that laundries are based on human labour that accounts up to 40% of the turnover – we wish there would be a tax reduction linked to hiring staff under permanent work contracts as well as greater flexibility when it comes to fixed term contracts. The latter being necessary during the seasonal changes. According to the laws and regulations currently in force, a person hired one time cannot be hired again if not under a permanent work contract which results in continuous search for personnel, often non-specialized staff, during seasonal work. Laundries are seasonal businesses but it looks like it is hard to acknowledge it.

To follow the going back to normal stage, it is necessary to keep the furlough going which has actually helped avoid numerous painful lay-offs.

Perhaps this occasion offered by Detergo could become a bridge between the various associations of this sector that could reach the Ministry and establish round tables for debate as a united single voice.

In conclusion, let us go back to the topic of VAT reduction. Considering that our business activities make part of personal care services, we could have some chances in reaching the goal if all the associations of the sector worked together.

Carla Lunardon (Confartigianato): as a sector association, we are present at many round tables and we are constantly in touch with the Ministry and the technical figures of the Government. Over the last two years, we have focused on institutional work to obtain some results, among which:

Tax credit for ecological transition. The Budget Law 2020 (L160/2019) introduced the concept of "Transizione Ecologica"

di ottenere una transizione ecologica (Green) e digitale, il credito d'imposta riconosciuto è del 15% con massimale di 2 milioni di euro (art.1 comma 1064 L178/2020).

Investimenti in macchinari, impianti, software Beni strumentali - Nuova Sabatini. La misura Beni strumentali ("Nuova Sabatini") è l'agevolazione messa a disposizione dal Ministero dello sviluppo economico con l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito delle imprese e accrescere la competitività del sistema produttivo del Paese.

La misura sostiene gli investimenti per acquistare o acquisire in leasing macchinari, attrezzature, impianti, beni strumentali ad uso produttivo e hardware, nonché software e tecnologie digitali. Questa misura è quella di riferimento per le imprese artigiane del nostro settore e delle nostre dimensioni pertanto, attraverso i nostri uffici competenti, abbiamo collaborato con il MiSE affinché le erogazioni avvenissero in modalità semplificata, in tempi ristretti ed in un'unica soluzione.

SELFIEmployment. Stiamo diffondendo la conoscenza di *SELFIEmployment* la misura che finanzia, con prestiti a tasso zero, l'avvio di piccole iniziative imprenditoriali, promosse da giovani NEET. Il Fondo è gestito da Invitalia nell'ambito del Programma Garanzia Giovani, sotto la supervisione del Ministero del Lavoro.

Antonella Grasso (CNA): La crisi pandemica ha fatto sì che il governo mettesse in atto diverse iniziative con incentivi per supportate e innovare le imprese artigiane, dal credito d'imposta alla transizione 4.0. Certo che il momento è ottimale per rinnovare le varie tecnologie e mai come in questo periodo è stato così favorevole, basso costo di interessi porta vantaggi notevoli per investimenti importanti.

Quello che oggi chiedono le imprese al governo è soprattutto di lavorare ed essere sostenuti, capitolo di notevole importanza è argomento mutui, da più di un anno sospesi come quota capitale, ma con una quota interesse galoppante, chi al 28 febbraio aveva un mutuo per ipotesi di centomila euro, oggi si ritrova con una quota capitale sospesa e una quota interessi che cresce in modo esponenziale, pertanto con un debito cresciuto di circa sei/settemila euro in più, e diverse piccole e medie imprese potrebbero essere a rischio default. •

("Ecological Transition") that awards business investments leading to improvements in efficiency, durability and the reduction in the environmental impact.

The Decree of 26 May 2020 published in the gazzetta ufficiale (TN. official publication containing the text of new Italian laws) on 21 July 2020 stated that the fiscal benefit for those companies that adopt the "Ecological" solutions equals to 10% of the value of the investment. The benefit increased by 15% according to the Budget Law 2021 (L178/2020):

As far as the investments in Research&Development, innovation, design and green policies are concerned: the recognized tax credit increased from 12% to 20%, with a limit of 3 to 4 million euros. As far as the investments in technological innovation, design and aesthetic design go, the recognized tax credit is 10% with a maximum limit of 2 million euro. In case of investments in technological innovation aiming at the realization of products or new production processes to obtain the ecological and digital transition, (Green), the recognized tax credit amounts to 15% with a maximum limit of 2 million euros (Article 1, paragraph 1064 L178/2020).

Investments in machines, plants, software and instrumental goods - Nuova Sabatini (TN. Economical facilitation regulation). The measures regarding instrumental goods ("Nuova Sabatini") have been put to the disposal by the Economic Development Ministry. They aim at facilitating companies' access to a tax credit and at increasing the competitivity of the national production system.

The measure supports the investments in the acquisition or in leasing of machines, equipment, plants, instrumental goods used in production, hardware and software, and digital technology. The measure is a reference point for artisan dry-cleaning businesses, therefore, through our designated offices, we have collaborated with the Economic Development Ministry on the distribution, so that everything can be delivered through simplified modes, within short periods of time and in one solution.

SELFIEmployment. We are spreading the *SELFIEmployment* awareness, a measure that finances, through zero tax loans, the start of small entrepreneurial initiatives promoted by the NEET organization. The fund is managed by Invitalia through the Garanzia Giovani program, under the supervision of the Ministry of Labor.

Antonella Grasso (CNA): the pandemic made the Government provide us with numerous initiatives and incentives to sustain and innovate dry-cleaning businesses starting from tax credits to the 4.0 transition. The moment is definitely optimal to invest in technology, and never before has it been so beneficial due to the low interest rates, which can lead to important investments.

What businesses are asking for today, is, first of all, to be able to work and be supported by the Government. Another important chapter is the mortgage loans issue. For more than a year now, they have been suspended as a capital share but with a quickly increasing interest share. For instance, who had a mortgage loan of a hundred thousand euros on 28 February, today, their capital share has been suspended and the interest share has been growing significantly, therefore the debt has grown by about six/seven thousand euros, which could lead to the risk of default for many small and medium businesses. •

a cura di
edited by
Marzio Nava

La chimica, istruzioni per l'uso

Chemistry, instructions for use

Per le aziende chimiche, ormai da qualche anno, il sentiero è sempre più stretto, nel senso che le prescrizioni relative al rispetto ambientale dei prodotti e dei servizi sono sempre più stringenti e rigorose. Da una parte, c'è Ecolabel UE, cioè il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea che caratterizza prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazionali sono caratterizzati da un limitato impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Dall'altra parte, ci sono i Criteri Ambientali Minimi (CAM), cioè i requisiti ambientali definiti per le varie fasi del processo di acquisto, volti a individuare la soluzione progettuale, il prodotto o il servizio migliore sotto il profilo ambientale lungo il ciclo di vita.
Questo obbligo garantisce che la policy nazionale in materia di appalti pubblici verdi sia incisiva non solo nell'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali, ma anche nella finalità di promuovere modelli di produzione e consumo più sostenibili, "circolari" e nell'auspicare uno sviluppo dell'occupazione "verde".
Come si evince dalle risposte delle aziende, la compatibilità ambientale e il rispetto dell'ambiente sono risorse che se ben impiegate possono trasformarsi in grandi opportunità di crescita economica per le imprese stesse

Over the recent years, chemical businesses have been taking a very narrow road that reflects the more and more rigorous and strict rules in terms of the environmental protection when it comes to chemical products and services. On the one hand, there is the Ecolabel UE, a European Union ecological quality standard that characterizes products and services to guarantee high quality performance and a limited environmental impact during the entire life-cycle of a product. On the other hand, there are the Minimum Environmental Criteria (CAM), that are defined environmental requirements for every stage of the purchase process. They aim at the identification of the best solution in terms of projects, products or services under the environmental profile in consideration of the life-cycle duration.
The obligation guarantees that the national policy within the subject matter of green public tenders should be effective not only to reduce the environmental impact but also to promote more sustainable production and consumption models, the "circular" ones. It should also contribute to the development of occupations in the "green" sector.
As we can learn from the answers provided by the companies below, the environmental compatibility and protection can, if used correctly, actually transform into great, economic growth opportunities for businesses

CHRISTEYNS

GREEN'R

Con l'entrata in vigore dei CAM, oltre al discorso Ecolabel e certificazioni affini, si è posto sempre più l'accento anche sull'impatto logistico degli approvvigionamenti e sul riciclo/smaltimento degli imballaggi.

Far quadrare tutti questi aspetti, dal punto di vista dello sviluppo tecnico nella chimica, ha richiesto importanti sforzi e cambi radicali di mentalità.

Christeyns da tempo ha fatto dell'impatto ambientale e della riduzione dei consumi il proprio cavallo di battaglia andando a sviluppare sistemi e prodotti che tenessero in considerazione tutte le variabili in gioco.

Innanzitutto con la proposizione di sistemi interi a certificazione Ecolabel (Puresan, Cool Chemistry) e prodotti con certificazioni di ISO 14024 di Tipo I (Nordic Swan) che venissero quindi a rispondere alle esigenze di ridurre l'impatto ambientale delle materie prime usate nella produzione dei formulati; questo ha concesso il dismettere di principi attivi considerati meno ecologicamente sostenibili in favore di altri egualmente performanti, ma più degradabili.

Difatti molte delle materie prime richieste in sede certificativa da parte di queste etichette ambientali sono più veloci da smaltire dai sistemi classici di depurazione aiutando, al contempo, gli impianti a mantenere un giusto bilanciamento dei carichi, sia organici che non, senza porli troppo sotto stress.

In secondo luogo, oltre a sviluppare prodotti chimici ambientalmente più compatibili, ci si è orientati sulla produzione di prodotti più concentrati, in modo che ci fosse una riduzione dei costi del packaging ma anche una riduzione significativa dei costi di trasporto.

Questi sistemi e prodotti, oltretutto, sono stati ingegnerizzati per avere alta efficienza a temperature d'esercizio sempre più contenute (già a 45°C vs i canonici 75-80°C) ed a consumi d'acqua sempre più risibili (4-5 l/kg di acqua fresca vs 7-8 l/kg) riducendo, così, il consumo energetico in modo sostanziale e permettendo una vita utile tessile maggiore con, quindi, minori scarti e meno materiale da smaltire nel tempo.

Tutto questo correlato a politiche o di trasporto in cisterna per non avere direttamente imballi plastici oppure di vuoto a rendere, soprattutto IBC, per stimolare il circolo virtuoso del riutilizzo, come ormai richiesto dai CAM stessi, che permette, anche qui, la riduzione delle plastiche in smaltimento. •

Since the Minimum Environmental Criteria (CAM) have come into effect, apart from the question of Ecolabel and similar certifications, more and more attention has been given to the impact of the logistic management of supplies and the recycling/disposal of the packaging.

In order to reconcile the two aspects from the chemical technical development point of view, we will need to make great effort and try to change our mindsets.

Christeyns has strongly focused on the environmental impact and the reduction in consumptions for a long time now. One of the company's strongest points is the development of systems and products based on all the variables to be considered in regard to the above two aspects.

First of all, the proposal consists of the entire systems that are Ecolabel certified (Puresan, Cool Chemistry), and the ISO 14024 Type I certified products (Nordic Swan), therefore they meet the requests to reduce the environmental impact of raw materials used in the production of formulations. This has allowed to eliminate the active principles that are considered less sustainable in favour of those that show the same performance standards and higher degradability.

As a matter of fact, many of the raw materials, that are requested by the environmental certification labels, can be treated and disposed of by the traditional water purification treatment systems more quickly and, at the same time, they help the systems to keep the right balance between the organic and non-organic loads, without creating any excessive stress to the systems.

Second of all, developing more eco-compatible chemical products that are so con centrated that they can actually contribute to the reduction in the real consumptions in situ, could also translate to a better durability of packaging because of the minimized transportation to clients' premises.

What is more, these systems and products have been engineered in order to have high efficiency at lower temperatures (already at 45°C vs the usual 75-80°C) and reduced water consumptions (4-5 l/kg of fresh water vs 7-8 l/kg), which reduces the energy consumption significantly. It all allows for a longer life-cycle of the textiles, and it results in less waste and less material to be disposed of later.

Everything mentioned above is combined with Christeyns transport policy. The products are transported in tanks to avoid having to manage plastic packaging or the returnable containers, especially the IBC, and to contribute to the virtuous circle of reuse, as required by the CAM, which, once again, allows to reduce the amount of plastic to be disposed of. •

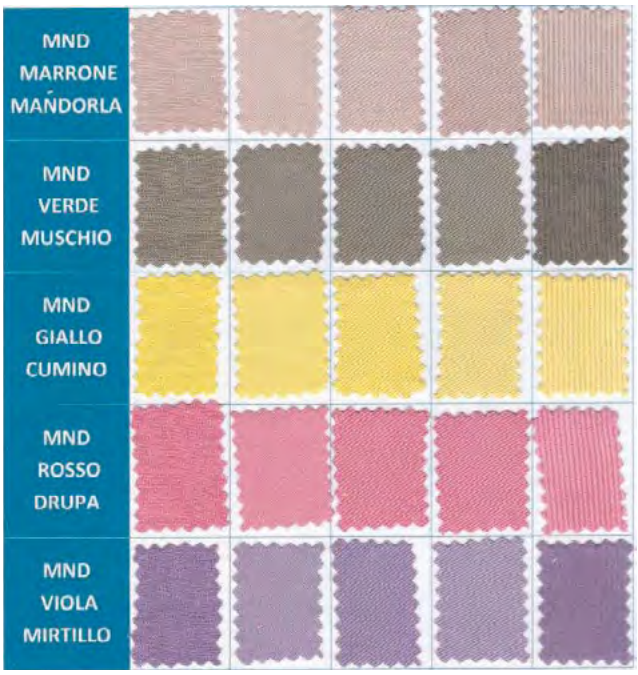
CLEAN PRO

Ormai nel 2021 non possiamo più permetterci di tralasciare questa tematica. Anche il nostro settore è stato negli anni complice del cambiamento climatico ed in particolare degli inquinamenti ambientali.
Ogni prodotto del nostro settore è presente il classico pittogramma del "pesce morto" e solo questo dovrebbe portare questa tematica all'attenzione degli operatori. Ogni lavanderia, piccola o grande, a secco o industriale deve dedicare attenzione sull'eco-compatibilità e sull'impatto che ha sull'ambiente. Il primo passo, a mio parere, è la scelta dei detergenti; assicurarsi che essi siano ecologici, che abbiano un impatto ambientale sempre più basso; la nostra azienda CLEAN PRO già propone detergenti di questo tipo in particolare abbiamo una gamma di soli prodotti con tensioattivi vegetali come il NATURAL WASH e il NATURAL SOFT. Il secondo, invece, è assicurarsi che ogni prodotto che "esca" dai propri macchinari (sia a secco che ad acqua) venga smaltito nel modo corretto. Non basta più l'esonero, a mio parere, dei 100 kg al giorno; bisogna adottare sistemi di trattamento acque anche nelle piccole lavanderie. Questo sarebbe un chiaro segno di attenzione all'ambiente e di proiezione verso una lavanderia di alto profilo che ne guadagnerebbe tutto in qualità, che tradotto vuol dire più incassi e clientela più selezionata.
Sarebbe anche opportuno che il nostro settore iniziasse ad adottare gli standard previsti dalle norme ISO 14001 in materia di impatto ambientale e di mission aziendale. Sono consapevole che si tratta di affrontare altri costi, a volte in una piccola azienda, ma, come detto prima, ogni passo verso una sensibilizzazione ambientale è un aumento di fatturato; è il tema centrale di questo secolo. •

We cannot allow ourselves to omit this topic in 2021 any longer. Our sector has also been an accomplice in the climate change, especially when it comes to the environmental pollution.
Every product our sector produces shows the standard picture of the “dead fish” on the package. Just this factor alone should draw the attention of our sector operators. Every laundry, small or big, a dry-cleaning laundry or an industrial heavy-duty one, should dedicate their attention to the eco-compatibility and to the impact their businesses have on the environment. I believe that the first step is the choice of detergents. It is crucial to make sure that they really are eco-friendly and that they have a more and more reduced impact on the environment. Our company, CLEAN PRO, has already started offering such detergents. In particular, we offer a range of products exclusively containing vegetable origin surfactants called NATURAL WASH and NATURAL SOFT. The second step is to make sure that every product “leaving” the machines (both washers and dry-cleaning machines) is disposed of in a correct way. The 100 kg per day limit is not enough anymore. I believe that small laundries should adopt water treatment systems, too. This would be a clear sign of the attention going to the environmental protection and it would also reflect a higher quality laundry. The latter stands for higher income, higher profile and selected customers.
Also, it is high time that our sector started adopting the ISO 14001 standards in relation to the environmental impact and to the company mission. I am aware of the fact that it would mean facing costs, often also by small businesses, but as I mentioned before, every step towards environmental awareness stands for an increase in turnover, which is the most important issue today. •

MONTEGA

L’offerta per una ospitalità che sappia comunicare l’idea del pulito, del naturale, dell’ecologico, è un fattore che dopo la pandemia diventerà ancora più cruciale. Montega® Chemical Solution ha studiato una linea di colori naturali con la quale la ricezione alberghiera potrà distinguersi con dei tessili che portano con sé i colori della natura: Montedel Natural Dye Rosso Drupa, Marrone Mandorla, Giallo Cumino, Verde Muschio e Viola Mirtillo. La cartella colori è disponibile su richiesta e i nostri tecnici hanno messo a punto il corretto sistema applicativo per ogni tinta. Spugne per la toilette di un rosa antico e caldo, oppure corredi con le tonalità del verde che rimandano ad un ambiente puro, naturale e incontaminato; o ancora i toni del marrone per un ambiente o rustico o, anche, estremamente elegante: con i Montedel Natural Dye, Montega® crea queste pos-



MONTEGA

sibilità. Lo spazio ricettivo si arricchisce di una proposta pura, pulita, sicura e rispettosa delle nuove sensibilità che ci aspettiamo siano predominanti nella clientela che ricomincerà presto a muoversi e viaggiare. Un'idea di mondo più equilibrato, senza tinture tossiche ma con dei cicli completamente naturali, dalla tintura al lavaggio. Ecco perché Montega® ha testato i propri colori naturali su un pool di spugne e tessili per arredare lo spazio ricettivo. Lo abbiamo fatto studiando le resistenze dei colori ai lavaggi, allo sfregamento, alla luce, per poter offrire soluzioni in linea con gli standard accettati dal mondo della lavanderia. Abbiamo pensato a un ciclo tutto naturale, dalla tintura, al lavaggio al morbido. Il mondo è pronto per ripartire con una marcia diversa e i colori naturali Montega® sono pronti per essere tra i protagonisti di questa ripartenza. •

The products offered for the hospitality sector able to convey the idea of cleanliness, of nature and ecology will become even more crucial after the pandemic is over. Montega® Chemical Solution has designed a natural color line for hotels so that they can now distinguish themselves thanks to textiles carrying the colours of nature: Montedel Natural Dye Rosso Drupa (Montedel Natural Dye Drupa Red), Marrone Mandorla (Almond Brown), Giallo Cumino (Cumin Yellow), Verde Muschio (Green Moss) and Viola Mirtillo (Blueberry Violet). The choice of colors is available on request. Our technical specialists developed a correct application system for each dye. Bathroom towels are in antique warm pink or in green, that makes us think about clean, natural environment; brown colours match a more of a country-style rooms or incredibly elegant environments: thanks to Montedel Natural Dye by Montega® there are many possibilities to choose from. Accommodation structures will now be enriched with a new, clean and safe offer that suits the sensitivity of guests who hopefully, will soon start to travel again. It is an idea of a more balanced world, lacking the toxic dyes but filled with natural cycles, from dyeing to washing. This is why Montega® tested their natural colours on towels and fabrics found in any hotel or accommodation structure. We studied the resistance of colours to washing cycles, to rubbing and to light in order to offer solutions in accordance to the laundry sector standards. We have developed completely natural cycles, from the dying stage to washing and softening. The world is ready to restart with a different gear and the natural colours by Montega® are ready to become the main players of this restart. •

SURFCHIMICA

Da sempre la "mission" di Surfchimica è stata quella di perseguire i più alti standard di qualità nel pieno rispetto dell'ambiente che ci circonda.
Oggi siamo orgogliosi di avere realizzato il progetto di una gamma completa di prodotti a basso dosaggio, perfettamente solubili anche in acqua fredda e completamente biodegradabili, la linea NAT.
A questo si aggiungono i risultati del test effettuato dal prestigioso ISPE, Institute of Skin and Product Evaluation, attestanti che il detergente NAT WASH è totalmente ipoallergenico e non irritante così come i prodotti della stessa categoria.
I prodotti NAT CLEAN, smacchiatore universale, NAT WASH, detersivo completo, NAT SOFT, ammorbidente concentrato, e NAT PLUS, rafforzatore di lavaggio, hanno pH neutro e sono adatti per il lavaggio di tutti i capi, bianchi e colorati, donando ai tessuti una fresca sensazione di pulizia che dura nel tempo.
La formula a base di estratti vegetali rispetta e rinnova fibre e colori. Ideali per cotone, lana, camicie, abbigliamento sportivo e fibre tecniche, jeans, tende, magliette.
L'utilizzo regolare dei prodotti NAT consente un notevole risparmio energetico in quanto sono già attivi in acqua fredda e il basso contenuto di tensioattivi non ionici (inferiore all'1%) li rende rapidamente biodegradabili. Questi prodotti non sono considerati pericolosi ai sensi del Reg. CE 1272/2008 (CLP) e le loro caratteristiche ne fanno una linea unica nel suo genere che non necessita indicazioni di pericolo sull'etichetta. •

SURFCHIMICA

Surfchimica's "mission" has always reflected the search for the highest possible quality standards in a full accordance to the environmental protection.
Today, we are proud to have developed a project composed of a complete range of low dosage products. The NAT line offers perfectly and easily soluble products, also in cold water. What is more, the products are completely biodegradable.
Moreover, the tests carried out by the ISPE, an Institute of Skin and Product Evaluation, have confirmed that the NAT WASH detergent is completely hypoallergenic and not irritating.
NAT CLEAN products, a universal stain remover, NAT WASH, a complete detergent, NAT SOFT that is a concentrated softener and NAT PLUS, wash strengthener all have a neutral PH. They are suitable for the washing of any kind of garments, both white and coloured linen. The washed fabrics result in a perfectly clean linen with a long-lasting freshness.
The formulation based on vegetable origin extracts protects and refreshes the fibers and colours. It is ideal for cotton, wool, shirts, sportswear and technical fibers as well as jeans, curtains or T-shirts.
Using NAT products regularly will allow for a significant energy saving when they are already active in cold water, and for a low content of non-ionic surfactants (less than 1%), which quickly makes them biodegradable. The products are not considered as dangerous according to the Reg. CE 1272/2008 (CLP) regulation. Their characteristic features make of them a unique line of this kind that does not require any hazard label on the package. •

montega® srl
chemical solutions

mlab
THE GARMENT UNIVERSITY
Follow us on

Montega® e la sua Green Chemistry

Da sempre attenta alla sostenibilità, Montega® si distingue per essere approdata anni fa a sposare il "Green" attraverso le certificazioni ISO9001 e ISO14001.
Con la validazione EcoDesign 14006 Montega® ha raggiunto l'apoteosi della **"Green Chemistry"** con una linea di prodotti caratterizzata da profumi anallergici e tensioattivi di origine vegetale. Le nostre strutture sono dotate di un impianto fotovoltaico che consente di catturare luce solare (dunque fonti rinnovabili) per produrre l'energia riducendo al minimo le emissioni di CO2 nell'ambiente, rendendoci indipendenti dal punto di vista energetico.
L'Ecodesign è stato ampliato attraverso l'inserimento dei prodotti in ZDHC, un gateway internazionale in cui vengono accettati solo prodotti senza sostanze chimiche pericolose, che richiedono la certificazione GOTS, standard internazionale green legato ai prodotti chimici. Le nuove formulazioni nate nel laboratorio R&D Montega® vengono realizzate utilizzando solo materie prime green prese da fonti rinnovabili e sostenibili.
I prodotti Ecodesign di Montega® e compresi nello ZDHC internazionale sono divisi in detergenti liquidi e in polvere, **Top Level Nature** e **Deter Green P**, sgrassatori concentrati, come il **Clean SG Nature**, e ammorbidenti profumati come il **Soft Nature** e **Soft BQ.** Questi prodotti hanno la particolarità di essere efficienti già a basse temperature e con dosaggi ridotti rispetto alla media di utilizzo. L'uso di sacchi di carta per la produzione dei nostri detersivi in polvere, l'acquisto di taniche di plastica riciclata per i nostri detergenti liquidi, queste sono solo alcune delle accortezze stabilite per avere un Footprint sempre minore, calcolato attraverso il nostro Software interno in cui possiamo trovare per ogni sistema di lavaggio l'impronta di CO2 e H2O che lasciamo.

Contatta il nostro Staff per effettuare una prova nella tua Lavanderia, info su www.montegauno.com

MONTEGA Prodotti Chimici Industriali - Via Larga, 66 - Misano Adriatico (RN) Italy - tel + 39 0541 616708 - **www.montegauno.com**

Kannegiesser: nuova generazione, nuovo sviluppo

La terza generazione della dinastia Kannegiesser è pronta per affrontare l'era post Covid-19

Il 2020 è stato un anno difficile per tutti, ma dietro le quinte, mentre sosteneva i suoi clienti, Kannegiesser stava ristrutturando e affinando la sua offerta sul mercato. Ora è il momento di presentare la nuova generazione della Kannegiesser.
Tina Kannegiesser rappresenta la terza generazione all'interno dell'azienda Kannegiesser, la quale è stata trasformata in una fondazione familiare. Tina Kannegiesser, supportata dai tre CEO Engelbert Heinz, Otto Burger e Thomas Doppmeier ricopre l'incarico di dirigere la società: insieme formano il comitato esecutivo della Kannegiesser come organo collegiale e ogni membro contribuisce con il proprio know-how.

Strategie e piani B

L'idea di Tina Kannegiesser è quella di rafforzare la posizione dell'azienda per sostenere l'industria in cui da decenni sta lavorando. La pandemia ha dimostrato l'importanza assoluta dell'igiene e del raggiungimento dei massimi risultati attraverso la cura del tessile professionale. Kannegiesser si impegna a sostenere le lavanderie di tutto il mondo con soluzioni tecniche per affrontare le sfide degli anni a venire. Questi cambiamenti sono stati messi in atto mentre il mondo era in lotta con il Covid-19 e, come molte altre aziende, Kannegiesser ha trascorso la maggior parte del 2020 a ideare strategie, sistemi e piani B per aiutare i suoi clienti a superare questo periodo.
"Durante le ondate della pandemia, Kannegiesser ha continuato a mantenere gli impegni con i clienti esistenti e potenziali ovunque, e per noi, oggi e in futuro, il compito di portare avanti lo sviluppo è importante sotto tre aspetti: i nostri dipendenti, i nostri prodotti e la nostra comunicazione con i clienti. I nostri dipendenti devono inevitabilmente adattarsi alla nuova situazione, e questo significa soprattutto cambiamenti nell'ambiente e nella cultura del lavoro. Abbiamo sempre sviluppato prodotti, ma ora dobbiamo farlo più che mai. Anche i modi in cui restiamo in contatto con i nostri

Kannegiesser: new generation, new growth

The third generation of the Kannegiesser dynasty is ready to get to work as we head into the post-Covid-19 era

NEXT GENERATION: Tina Kannegiesser, Presidente del CdA
NEXT GENERATION: Tina Kannegiesser, President of the Board of Directors

2020 has been a difficult year for all of us, but behind the scenes, while supporting its customers, Kannegiesser was restructuring and fine-honing its offering to the market. Now it is time to introduce the new Kannegiesser generation.
Tina Kannegiesser represents the third generation of the company, which has been converted into a family foundation. Tina Kannegiesser is in charge of the closer management of the GmbH and supported by the three CEO's Engelbert Heinz, Otto Burger and Thomas Doppmeier: together they form the collectively organised executive committee of Kannegiesser. Each member contributes with his or her own know-how.

Strategies and failsafes

Tina Kannegiesser's idea is to strengthen the position of the company in order to support the industry in which it has been working for many decades now. The pandemic has shown the absolute importance of hygiene and the achievement of top results through professional textile care. Kannegiesser is committed to supporting laundries all over the world with technical solutions to cope with the challenges of the years to come. These changes were being set in place as the world was in combat with Covid-19 and, like many other

Il nuovo CdA della Herbert Kannegiesser GmbH (da sinistra): Otto Burger (vendite e assistenza), Engelbert Heinz (tecnologie), Tina Kannegiesser (presidente) e Thomas Doppmeier (finanze, controlling, personale)
The new BoD of Herbert Kannegiesser GmbH (from left): Otto Burger (sales and service), Engelbert Heinz (technologies), Tina Kannegiesser (President) and Thomas Doppmeier (financing, controlling, HR)

clienti sono nuovi. È stato un grande cambiamento per noi e per i nostri clienti non incontrarsi più di persona e passare ai canali di comunicazione digitali - per non parlare delle fiere e dei congressi! Soprattutto ora, vogliamo inviare un chiaro messaggio per dire che nessuno è lasciato solo e che possiamo affrontare questa crisi insieme", dice Tina Kannegiesser e aggiunge: "Attraverso le videoconferenze e i webinar, siamo stati in grado di condividere rapidamente una grande varietà di contenuti, dandoci l'opportunità di collaborare e agire a livello internazionale. Coloro che non hanno potuto partecipare hanno avuto la possibilità di leggere o addirittura ascoltare i contenuti su vari canali di comunicazione digitale. Con le newsletter, i post sui canali dei social media e il nostro sito web, abbiamo informato su campagne come l'igiene, la disponibilità e la produttività. Dopo tutto, argomenti come questi sono più importanti che mai - per noi e soprattutto per i nostri clienti."

Igiene in primo piano

Tina Kannegiesser spiega che gli sviluppi del business globale hanno mostrato (anche prima della pandemia) che il futuro compito dei fornitori di servizi di lavaggio e noleggio del tessile sarà nel campo dell'igiene e dice: "Soprattutto ora, il tema dell'igiene sta acquisendo importanza nell'opinione pubblica,

businesses, Kannegiesser spent the best part of 2020 devising strategies, systems and failsafes to help its customers get through this period.

"Kannegiesser, throughout the waves of the pandemic, continued to engage with existing and potential customers everywhere, and going forward, the topic of further development plays an important role for us from three aspects: employees, products and customer communication. Our employees must inevitably adapt to the new situation, and this primarily means changes in the working environment and culture. We have always developed products, but now more than ever. The ways in which we stay in contact with our customers are also new. It was a big change for us and our customers to no longer meet in person, but to switch to digital communication channels - not to mention trade fairs and congresses! Especially now, we want to signal that no one is left alone and that we can defy this crisis together", says Tina Kannegiesser and adds: "Through video conferences and webinars, we were able to quickly share a wide variety of contents and give ourselves the opportunity to collaborate and act internationally. Those who were unable to attend, were given the opportunity to read or even listen to the content on various digital communication channels. With newsletters, posts on social media channels and our website, we have informed about campaigns such as hygiene, availability

non importa che si tratti del settore ospedaliero o alberghiero. Pertanto, è ancora più importante che l'argomento venga attentamente considerato. Abbiamo già reagito con determinazione in passato e lo stiamo facendo anche oggi, mettendo a fuoco il tema dell'igiene. Per esempio, abbiamo usato l'igiene come argomento base per una campagna di marketing. Dopo tutto, un compito centrale del servizio di una lavanderia industriale è quello di soddisfare elevati standard di igiene".

Questa industria svolge un ottimo lavoro: le lavanderie e le aziende di lavaggio e noleggio del tessile forniscono ogni giorno biancheria e indumenti puliti a milioni di letti d'ospedale, medici e assistenti, nonché ai residenti delle case di cura in tutto il mondo. Con il progredire della pandemia Covid-19 sta diventando chiaro che i requisiti per il trattamento igienico dei tessili in futuro non si limiteranno al settore sanitario, ma comprenderanno molte altre industrie. Gli hotel, i ristoranti e le compagnie aeree hanno bisogno di biancheria igienicamente pulita tanto quanto chi indossa abiti da lavoro e dispositivi di protezione individuale. "Cosa significa questo per i nostri fornitori di servizi tessili?" chiede Tina Kannegiesser. "È chiaro che il solo lavaggio non è sufficiente. I tessili vengono consegnati sporchi ed eventualmente contaminati e devono lasciare l'azienda come un prodotto pulito e igienicamente ineccepibile. Oltre alle persone che danno il loro meglio ogni giorno, la cosa più importante in questo caso è un processo di lavaggio adeguato, le macchine giuste e processi logistici integrati. Kannegiesser è a disposizione per sostenere le imprese come partner tecnico della lavanderia".

Progresso tecnologico

Dal punto di vista tecnologico, ad esempio, ci sono molti dettagli che rendono la PowerTrans Vario un partner ideale per i professionisti dell'igiene. I bagni statici rigorosamente separati garantiscono che la biancheria venga trattata nel rispetto assoluto delle condizioni di disinfezione richieste, in modo sicuro, riproducibile e adattato alla dimensione del carico, al tipo di biancheria e al grado di sporco. Il mescolamento dei bagni tra camere di lavaggio adiacenti è totalmente escluso. Le lavacentrifughe Kannegiesser invece sono dotate di una speciale tecnologia sensoristica e di misurazione per garantire la qualità di lavaggio e disinfezione. Con ActiveProcessControl le nostre lavacentrifughe sono le uniche lavatrici al mondo che sanno esattamente in ogni momento quanta biancheria e quanta acqua si trovano nel tamburo. Nessun'altra macchina conosce la quantità esatta del bagno di lavaggio rimasto nel tamburo dopo lo scarico. Per cui nessun'altra macchina è in grado di stabilire con esattezza quanta acqua deve essere ag-

and productivity. After all, topics like these are more important than ever - for us and especially for our customers."

Hygiene foremost

Tina Kannegiesser explains that global business developments showed even before the pandemic that the main future tasks of textile service providers will be in the area of hygiene, and says: "Especially now, the topic of hygiene is becoming increasingly important in the public opinion - no matter whether healthcare or hospitality industry. Therefore, it is all the more important that our customers and also we consider this issue carefully. Back then and still now, we have reacted actively to this trend and have brought the topic of hygiene into focus. For example, we used hygiene as a basic argument for a marketing campaign. After all, meeting high hygiene standards is a key task of an industrial laundry."

This industry does great work: laundries and textile service companies provide clean linen and clothing to millions of hospital beds, doctors and caregivers as well as nursing home residents worldwide every day. As the Covid-19 pandemic progresses, it is becoming clear that the requirements for hygienic reprocessing of textiles will not be limited to the healthcare sector in the future, but will encompass many other industries. Hotels, restaurants and airlines need hygienically clean linen just as much as wearers of workwear and personal protective equipment. “What does this mean for our textile service providers?” asks Tina Kannegiesser. “It is clear that washing alone is not enough. Textiles are delivered dirty and

TEAM SPIRIT: il management team della Kannegiesser è pronto per una nuova era di crescita
TEAM SPIRIT: The Kannegiesser management team is set for a new era of growth

giunta dopo uno scarico del bagno per soddisfare le condizioni di disinfezione prescritte. "Quando si parla di sicurezza di processo assoluta non esistono alternative alla tecnologia delle lavacentrifughe Kannegiesser con ActiveProcessControl" dice Tina Kannegiesser.

Pensare positivo

"Abbiamo visto la crisi non solo come sfida ma anche come opportunità. È per questo che siamo stati in grado di trarre qualcosa di positivo dalla crisi. Siamo anche riusciti a concentrarci sull'ottimizzazione e il nuovo sviluppo delle nostre tecnologie. Abbiamo già in cantiere nuovi ed entusiasmanti prodotti su cui stiamo lavorando a pieno ritmo. Naturalmente non vogliamo rivelare troppo, ma le nostre novità apriranno possibilità completamente nuove per i nostri clienti. Per molti anni, i processi di produzione automatizzati erano impensabili nelle lavanderie. Ma ora è arrivato il momento: la robotizzazione può iniziare", spiega e continua: "Questo primo passo verso la robotizzazione è un elemento decisivo per la sicurezza futura - per i nostri clienti e per noi. Fa parte del nostro orientamento. In questo modo diamo un importante contributo all'ulteriore sviluppo della nostra industria. Un'industria che si distingue per l'uso responsabile delle risorse e per l'igiene. Ma prima speriamo che i nostri clienti e partner superino la crisi allo stesso modo e che insieme ne usciremo più forti di prima", conclude Tina Kannegiesser. •

possibly contaminated and should leave the company as a clean and hygienically impeccable product. In addition to the people who do their best every day, the most important thing here is a proper washing process, the right machine technology and integrated logistic processes. Kannegiesser is there to support the laundries as a partner in laundry technology."

Technology advance

In terms of technology, for example, there are many details that make the PowerTrans Vario tunnel washer a partner for hygiene professionals. Consistently upright baths ensure that the laundry is processed under exactly the required disinfection conditions - safely, reproducibly and matched to the batch size, the type of laundry and the degree of soiling. Mixing of liquors between adjacent washing chambers is reliably avoided. Meanwhile, Kannegiesser washer-extractors feature unique measuring and sensor technology to ensure washing and disinfection quality. With ActiveProcessControl, they are the only washing machines in the world that know exactly how much laundry and water is in the drum at any given time. No other machine knows the exact amount of wash liquor remaining in the drum after a bath drain. Consequently, no other machine can determine how much liquor must be replenished after a bath drain in order to maintain the specified disinfection conditions. "When it comes to 100 % process reliability, there is no way around Kannegiesser washer extractor technology with ActiveProcessControl", says Tina Kannegiesser.

Positive thinking

"We saw the crisis not only as a challenge but also as an opportunity. So, we were able to take something positive from the crisis. We also managed to focus on the optimisation and new development of our technologies. We already have exciting new products in the pipeline that we are working on at full speed. Of course, we don't want to reveal too much, but our novelties open up completely new possibilities for our customers. For many years, automated production processes were unthinkable in laundries. But now the time has come: robotisation can start", she explains and continues: "This first step towards robotisation is a decisive building block for future security - for our customers and for us. It is part of our orientation. We are thus making an important contribution to the further development of our industry. An industry that stands for the responsible use of resources and for hygiene. But first, we hope that our clients and partners will come through the crisis in the same way and that together we will emerge stronger than ever," Tina Kannegiesser concludes. •

A cura di STUDIO DIAFERIA
Consulenza fiscale societaria amministrativa e del lavoro

Partner of
NOVA Cons
NETWORK DI PROFESSIONISTI PER LA CRESCITA

Dott. Roberto Diaferia
roberto.diaferia@studiodiaferia.com - www.studiodiaferia.com

Le novità del DL Sostegni convertito in legge e il nuovo DL Sostegni bis

Il Decreto Legge "Sostegni bis" n. 73/2021 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 25 maggio 2021 ed è quindi ufficialmente in vigore.
Il decreto contiene novità per imprese e famiglie che vengono qui descritte unitamente a quelle introdotte dalla conversione in legge del DL Sostegni.

Decreto Sostegni bis - Nuovi contributi a fondo perduto

Mentre sono ancora in fase di erogazione gli 11 miliardi stanziati dal primo decreto Sostegni, il decreto Sostegni bis ripropone con novità rilevanti i contributi a fondo perduto per le partite IVA danneggiate dalla crisi da Covid.
In favore di tutti i soggetti che hanno la partita IVA attiva alla data di entrata in vigore del decreto e quindi il 26 maggio 2021 è riconosciuto un nuovo contributo a fondo perduto, riconosciuto in automatico e senza fare nuovamente domanda, di importo pari alla somma erogata ai sensi dell'articolo 1 del decreto Sostegni I.
Un ulteriore contributo a fondo perduto è riconosciuto alle partite IVA con ricavi o compensi fino a 10 milioni di euro nel 2019 e che nel periodo dal 1° aprile 2020 al 31 marzo 2021 hanno subito una riduzione di fatturato e corrispettivi pari almeno al 30 per cento rispetto al periodo 1° aprile 2019-31 marzo 2020.
A chi ha già ottenuto l'erogazione del contributo automatico pari all'importo di quanto riconosciuto in ragione del decreto Sostegni n. 41/2021, la nuova quota di aiuto a fondo perduto sarà riconosciuta qualora l'importo della seconda rata dovesse risultare maggiore. La somma effettivamente spettante corrisponderebbe alla differenza dei due risultati.
Ai fini del calcolo dell'importo riconosciuto, il testo del decreto Sostegni bis ripropone per tale categoria di contribuenti il meccanismo per scaglioni di ricavi e compensi, con percentuali che vanno dal 60 al 20 per cento.
I soggetti che non hanno beneficiato del fondo perduto del decreto n. 41/2021 dovranno invece presentare domanda all'Agenzia delle Entrate e il contributo a fondo perduto è calcolato applicando alla perdita media mensile di fatturato le seguenti percentuali:
• 90 per cento fino a 100.000 euro di ricavi e compensi;
• 70 per cento da 100.000 euro a 400.000 euro di ricavi e compensi;
• 50 per cento da 400.000 euro a 1 milione di euro di ricavi e compensi;
• 40 per cento da 1 milione di euro a 5 milioni di euro di ricavi e compensi;
• 30 per cento da 5 milioni di euro a 10 milioni di euro di ricavi e compensi.
In ogni caso, l'importo massimo spettante non può essere superiore a 150.000 euro.
C'è poi un terzo contributo a fondo perduto che, stando a quanto previsto dal testo del decreto Sostegni bis, spetterà ai titolari di partita IVA che hanno subito un peggioramento del risultato economico d'esercizio nel 2020 rispetto al 2019.
I dettagli saranno definiti da un apposito decreto del MEF, che stabilirà tra l'altro le regole per fare domanda.
Il testo del decreto n. 73/2021 prevede come vincolo

per accedere al nuovo aiuto economico l'invio della dichiarazione dei redditi entro il 10 settembre 2021, in luogo del termine ordinario del 30 novembre.

Decreto Sostegni bis - Ritorno del bonus locazioni 60%

Il testo del decreto Sostegni bis prevede la riedizione del Bonus Locazioni 60% per le partite IVA. L'agevolazione cala al 30% in caso di affitto d'azienda.

Si tratta del credito d'imposta introdotto dal decreto Rilancio e successivamente prorogato che, secondo quanto delineato dal testo in esame, spetta per i canoni di locazione relativi ai mesi da gennaio a maggio 2021.

I beneficiari dell'aiuto sono i titolari di partita IVA in possesso dei seguenti requisiti:

• limite di ricavi e compensi pari a 15 milioni di euro nel 2019;

• calo medio mensile di fatturato e corrispettivi tra il 1° aprile 2020 e il 31 marzo 2021 pari almeno al 30 per cento rispetto al periodo compreso tra il 1° aprile 2019 e il 31 marzo 2020.

Per le imprese del settore turistico-ricettivo, il testo dispone inoltre la proroga anche per maggio 2021 del credito d'imposta già previsto fino ad aprile dalla Legge di Bilancio 2021, senza alcun limite relativo a ricavi e compensi.

Decreto Sostegni - Novità in materia di IMU e TARI

Eliminazione dell'acconto IMU e riduzione della TARI per le attività economiche maggiormente colpite dalla crisi da Covid-19.

Per quel che riguarda l'IMU, è la legge di conversione del decreto Sostegni n. 41/2021 a prevedere l'esenzione dal versamento della prima rata dovuta entro il 16 giugno 2021 per le partite IVA che possiedono i requisiti per l'accesso al contributo a fondo perduto del decreto n. 41/2021.

A SUCCESSFUL HISTORY BY TREVIL ESSENTIALS

★★★★★

BE A STAR OF THE ESSENTIALS

DISCOVER TREVIL'S QUALITY AND TECHNOLOGY IN AN ESSENTIAL, COMPLETE AND COST-EFFICIENT LINE, CREATED TO SUIT YOUR BUSINESS NEEDS.

CONTACT ONE OF OUR DISTRIBUTORS IN YOUR AREA OR VISIT TREVILESSENTIALS.COM

COMING SOON IN ALL THE BEST CLEANERS WORLDWIDE.

TREVIL ESSENTIALS

ACCESSIBLE TECHNOLOGY

L'esenzione si applica ai soli immobili in cui il soggetto passivo svolge la propria attività economica.
Per quel che riguarda la TARI, il decreto Sostegni bis stanzia nuove risorse in favore dei comuni per introdurre agevolazioni e riduzioni in favore delle imprese più colpite dalle restrizioni imposte nel 2021 per contrastare la diffusione del Covid.

Decreto Sostegni - Esonero canone Rai 2021

Per il 2021, le strutture ricettive, di somministrazione e consumo di bevande in locali pubblici o aperti al pubblico non pagano il canone Rai speciale.
L'esonero, finanziato da 60 milioni di euro, è stato introdotto nel corso della conversione del primo decreto Sostegni.
Al pari di quanto era inizialmente contenuto nella bozza del Sostegni bis, l'emendamento approvato dispone il diritto ad un credito d'imposta per chi avesse già versato l'importo dovuto.

Decreto Sostegni bis - Compensazioni F24 fino a 2 milioni di euro

Sale a 2 milioni di euro il limite per le compensazioni con modello F24, rispetto alla soglia attualmente fissata a 700.000 euro.
Il decreto Sostegni bis rende più agevole l'utilizzo dei crediti d'imposta maturati dai titolari di partita IVA e, per quel che riguarda i limiti alle compensazioni, il nuovo tetto di 2 milioni di euro parte dal 1° gennaio 2021.

Decreto Sostegni bis - Torna il bonus sanificazione e DPI

In parallelo al Bonus Locazioni, il decreto Sostegni bis reintroduce il Bonus per la sanificazione e l'acquisto di DPI.
Il credito d'imposta spetta per le spese sostenute nei mesi di giugno, luglio e agosto 2021. La percentuale spettante scende però al 30 %, e fino ad un massimo di 60.000 euro per ciascun beneficiario.

Decreto Sostegni bis - Bonus prima casa giovani e moratoria prestiti

Come anticipato all'interno del Documento di Economia e Finanza emanato dal Governo, il decreto Sostegni bis introduce un nuovo e più corposo bonus per l'acquisto della prima casa in favore dei giovani.
Dalla data di entrata in vigore del nuovo decreto e fino al 30 giugno 2022 è prevista l'esenzione dal versamento delle imposte di registro, ipotecarie e catastali relative all'acquisto dell'abitazione principale da parte di under 36, esclusivamente a patto di rispettare il limite ISEE di 40.000 euro.
In parallelo, sono cancellate le imposte sostitutive sui finanziamenti erogati in favore di giovani under 36 per acquistare, costruire o ristrutturare la prima casa. In questo caso, il testo del decreto Sostegni bis non prevede limiti relativi all'ISEE.
Sempre a tutela dei giovani con ISEE fino a 40.000 euro viene prevista l'estensione della possibilità di accedere in via prioritaria al Fondo di garanzia prima casa.
In materia di accesso al credito e a tutela della liquidità di famiglie e imprese, il decreto Sostegni bis dispone la proroga delle misure in deroga del Fondo Gasparrini fino al 31 dicembre 2021.
Per quel che riguarda, invece, la moratoria dei prestiti per le PMI, si prevede la proroga della sospensione fino al 31 dicembre 2021 ma esclusivamente per la quota capitale dei finanziamenti.
La proroga non opererà più in maniera automatica ma su richiesta dell'impresa beneficiaria.

Decreto Sostegni bis - Bonus stagionali, turismo e sport

Come già preventivato, parte dei 40 miliardi del decreto Sostegni bis sono destinati all'introduzione di nuovi bonus per le categorie di lavoratori più colpiti dalla crisi e dalle restrizioni.
Si tratta in particolare dei lavoratori stagionali e del turismo, per i quali per i mesi di giugno e luglio 2021 viene previsto un nuovo bonus pari a 1.600 euro.
Nuovi aiuti in arrivo anche per i lavoratori del settore sportivo. L'importo dell'assegno, da ricevere in un'unica soluzione, sarà par ad una somma che varia da un minimo di 540 ad un massimo di 1.600 euro, calcolata in base all'ammontare dei compensi percepiti nel 2019.

Decreto Sostegni bis - Proroga REM per due mensilità, fuori gli ex Naspi

Il decreto Sostegni bis proroga il reddito di emergenza per i mesi di giugno, luglio, agosto e settembre 2021, secondo i requisiti e gli importi già previsti dal primo decreto Sostegni, ad eccezione del reddito familiare che dovrà essere valutato per il mese di aprile 2021.
Restano fuori dalla proroga i lavoratori ex percettori della Naspi. Non è confermata la proroga del reddito

di emergenza per i titolari di assegno di disoccupazione scaduto.

Decreto Sostegni bis - Buoni spesa e affitto
Come richiesto dall'ANCE, il decreto Sostegni bis prevede il rifinanziamento della dote stanziata per l'erogazione di Buoni Spesa in favore delle famiglie in difficoltà. Nel dettaglio, è prevista l'assegnazione di 500 milioni di euro per il 2021 da utilizzare per l'erogazione di buoni spesa e misure di sostegno per il pagamento di canoni d'affitto e utenze domestiche.
Le risorse saranno ripartite tra i Comuni italiani entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore del decreto Sostegni bis.

Decreto Sostegni – Raddoppio della soglia di esenzione erogazione liberali ai dipendenti anche per il 2021
In fase di conversione in legge del Decreto Sostegni è stato inserito il nuovo art. 6-quinquies che dispone, anche per il periodo d'imposta 2021, l'aumento da euro 258,23 ad euro 516,46 dunque il raddoppio, del valore dei beni ceduti e dei servizi prestati dall'azienda ai lavoratori dipendenti che non concorre alla formazione del reddito imponibile.
Si tratta del limite di esenzione che trova applicazione relativamente ai c.d. "fringe benefit" riconosciuti ai lavoratori con finalità di incentivazione e fidelizzazione. A titolo di esempio, tra i fringe benefits che rientrano in tale previsione e, dunque, sono soggetti al limite di esenzione di euro 516,46 con riferimento all'anno 2021, si segnalano:
• i buoni acquisto e i buoni carburante;
• i generi in natura prodotti dall'azienda;
• l'auto concessa ad uso promiscuo;
• l'alloggio concesso in locazione, in uso o in comodato;
• i prestiti aziendali;
• l'uso di specifici beni di proprietà dell'azienda quali

telefono aziendale; pc, tablet, stampanti o altri dispositivi elettronici aziendali;
• polizze assicurative extra professionali, ecc.
Qualora il valore del fringe benefit superi il limite di esenzione, lo stesso concorre interamente a formare il reddito imponibile.
Per i lavoratori in forza, si rende necessario l'adeguamento tempestivo del limite di esenzione con conseguente restituzione della maggior imposta trattenuta laddove ciò risulti necessario in conseguenza del valore complessivo del fringe benefit riconosciuto.
Per i lavoratori cessati prima del 22 maggio 2021 - data di entrata in vigore della conversione in legge del DL n. 41/2021 - nei confronti dei quali, con riferimento ad eventuali fringe benefits, è stato applicato il limite di esenzione di euro 258,23, si ritiene opportuno specificare tale circostanza sotto forma di annotazione libera nella Certificazione Unica che verrà loro rilasciata.
Questo per consentire, nel caso in cui il valore complessivo del fringe benefit non superi la nuova soglia di euro 516,46, che la maggior imposta trattenuta e versata possa essere restituita al lavoratore dal nuovo datore di lavoro/sostituto d'imposta che effettua il conguaglio unico ovvero in sede di dichiarazione dei redditi.

LE NUOVE ESCLUSIONI DALL'APPLICAZIONE DEGLI ISA 2021

Come noto, gli "Indici sintetici di affidabilità fiscale" (ISA) che hanno sostituito gli studi di settore/parametri rappresentano la sintesi di indicatori elementari finalizzati a verificare la normalità e la coerenza della gestione aziendale/professionale ed esprimono su una scala da 1 a 10 il grado di affidabilità fiscale riconosciuto al contribuente, consentendo in alcuni casi a quest'ultimo l'accesso a un regime premiale.
La disciplina ISA prevede una serie di cause di esclusione in presenza delle quali le quali il contribuente non applica il relativo Indice. Sono previste in particolare le seguenti fattispecie:
• inizio/cessazione dell'attività;
• situazione di non normale svolgimento dell'attività;
• ricavi/compensi superiori a € 5.164.569. I ricavi devono essere aumentati delle rimanenze finali e diminuiti delle esistenze iniziali ex artt. 92 e 93, TUIR per le seguenti categorie ISA BG40U, BG50U, BG69U, BK23U riferite al settore delle locazioni di immobili, costruzioni e servizi tecnici
• periodo di non normale svolgimento dell'attività;
• soggetti che applicano il regime forfetario o dei minimi;
• soggetti esercenti 2 o più attività d'impresa, non rientranti nel medesimo Indice;
• classificazione in una categoria reddituale diversa da quella prevista dal quadro degli elementi contabili contenuti nel mod. ISA approvato per l'attività esercitata;
• Enti Terzo settore, volontariato, imprese sociali e altri casi particolari
• Soggetti che svolgono attività d'impresa o arte o professione partecipanti a un Gruppo IVA.

Per il 2020 e 2021, l'art. 148, DL n. 34/2020, "Decreto Rilancio" ha previsto la definizione di specifiche metodologie per l'applicazione degli ISA, al fine di considerare gli effetti collegati alla crisi economica dovuta all'emergenza COVID-19, nonché la previsione di ulteriori cause di esclusione dall'applicazione degli Indici.
A tal fine il MEF con il Decreto 02/02/2021 ha introdotto 3 nuove cause di esclusione dall'applicazione degli Indici in vigore per il 2020, applicabili ai soggetti che:
• hanno subito una diminuzione di almeno il 33% dei ricavi o compensi 2020 rispetto a quelli del 2019;
• hanno aperto la partita IVA a partire dall'1.1.2019;
• esercitano, in maniera prevalente le attività economiche individuate dalla seguente Tabella (trattasi di 85 attività riguardanti prevalentemente i settori del commercio e dei servizi). •

L'elenco completo delle attività (Codice delle attività) escluse dagli ISA per il 2020 è disponibile sul sito www.detergo.eu

Prontotop, l'imbottitura universale di A13

A13, azienda produttrice di accessori con sede a Pontirolo Nuovo (Bergamo), è nota per intere e importanti linee di prodotti. Fra queste, le nuove imbottiture complete "Prontotop America Gold" e "Antilucido" permettono di ottenere risultati di stiro ottimali con tempi di vaporizzazione e aspirazione brevissimi e mai rilevati prima. Questo comporta risparmi energetici, costi ridotti e alta produttività. "Un esempio molto calzante di cosa significa per noi competitività – spiega il titolare di A13, Giuseppe Conti – è dato proprio dalla linea del Prontotop. Si tratta di un'imbottitura completa per macchine industriali, un prodotto che, grazie a tutte le sue varianti, si adatta a ogni tipo di stiro. Infatti basta sfogliare il catalogo A13 e trovare tante notizie e misure a proposito di Prontotop denominati: Italia, Drypad, Professional etc., ognuno con un suo disegno e una sua precisa nicchia di mercato. •

Prontotop, A13 universal padding

A13, ironing accessories manufacturer with its headquarters in Pontirolo Nuovo (Bergamo) has been well known for its important product lines. Among these, the new and complete padding types "Prontotop America Gold" and "Antilucido" allow to obtain best ironing results taking a very short vacuuming and steaming time ever registered before. This translates to energy saving, costs reduction and high productivity. "One of the best examples of what competitiveness means to us – Giuseppe Conti, the owner of A13 explains – is the Prontotop line. It provides a complete padding range for industrial machines and thanks to its variants, it adapts to any type of ironing. All the details on Prontotop sizes and types called: Italia, Drypad, Professional, etc. together with other relevant information can be found in A13 catalogue where each padding type is described, designed for its precise market niche. •

UN'AZIENDA CHE SI FA IN TRE
WE GO THE EXTRA MILE

MIGLIAIA DI ACCESSORI E RICAMBI THOUSANDS OF ACCESSORIES AND SPARE PARTS

A13 Srl

a13milano.com
BERGAMO | BOLOGNA | PADOVA

A13 catalogue:

Laundromat di Gaeta che spettacolo di lavanderia

Ospita troupe di fiction televisiva, veste squadre di calcio a 5, emula Amazon in ritiri e consegne, fa capolino ai "Soliti ignoti" di Raiuno. È lo stile del titolare Francesco Macone, che in questa struttura industriale ha iniziato come garzone tredicenne e oggi dà lavoro a trenta dipendenti per servire oltre 120 fra hotel e ristoranti

Gaeta Laundromat, a spectacular laundry

It hosts a TV crew, it dresses soccer teams, it emulates Amazon when it comes to goods pick-up and delivery and it has made part of the "Soliti ignoti" Raiuno TV show. Such is the style of its owner, Francesco Macone, who started working at this industrial structure when he was 13 years old, and today, he hires thirty employees to service more than 120 structures, hotels and restaurants

Quanti sorrisi nei salotti di Gaeta, quattro anni fa, quando, ai "Soliti Ignoti", il programma serale di Raiuno, uno degli sconosciuti di cui indovinare la professione è Francesco Macone.

Perché, la sera del 6 novembre 2017, nella bella cittadina tirrenica in provincia di Latina anche i sassi, potendo parlare, darebbero al presentatore Amadeus la risposta giusta fra quelle comparse accanto a quel volto in primo piano, precisando che un così impassibile signore non taglia siepi, non vende formaggio provolone, e neppure è proprietario di una scuola guida. Sono tutte ipotesi nemmeno immaginabili per chi sa che l'unica lavanderia di cui si servono oltre 120 fra alberghi B&B e ristoranti di Gaeta, Sperlonga e isola di Ventotene è la Laundromat di cui Francesco Macone è titolare dal 2006, dando oggi lavoro a una trentina di dipendenti, distribuiti fra laboratorio e due punti di consegna.

How many smiles at Gaeta when four years ago, during the evening show called "Soliti ignoti" ("The Usual Unknown") on Raiuno national TV, a participant was asked to guess what the occupation of Francesco Macone was.

On 6 November 2017, in the evening, in this nice Tyrrhenian town in Latina province, even the stones, if they could speak, would have given the host of the TV program, Amadeus, they right answer choosing from the options given right next to a man's face in the close-up. They would have said that this man does not cut hedges for a living, he does not sell the Provolone cheese and neither is he the owner of a driving school. All those hypothetical answers were obviously unimaginable for those who knew that the only laundry servicing more than 120 structures such as hotels, B&B and restaurants based in Gaeta, Sperlonga

D'altra parte, pur non abitando in quell'evocativo angolo d'Italia al confine tra Lazio e Campania, anche il concorrente di turno, dopo averlo studiato attentamente, e avere notato che calza scarpe idrorepellenti, tipiche di chi lavora in ambienti umidi, centra la definizione esatta da 30mila euro, ovvero "lava tappeti". "Non so se ce l'ho scritto in faccia che mando avanti un'attività del genere – spiega il quarantenne Francesco Macone – ma, se così fosse,

and on the Isle of Ventotene, is the Laundromat laundry owned by Francesco Macone since 2006. Today, the laundry hires thirty employees who work at the lab and manage the delivery points. On the other hand, even if the participant did not come from this evocative part of Italy, a town on the border between Lazio and Campania, after having examined the photo thoroughly and after noticing that the person on the photo was wearing water-resistant

di certo non mi stupirebbe, perché io e la lavanderia siamo un tutt'uno da quando ho l'età della ragione".

"Per la precisione ho appena 13 anni – racconta – quando d'estate inizio a lavorare qui come garzone accompagnatore dell'autista che fa ritiri e consegne con il furgone. Mi ritrovo quindi alle dipendenze dell'allora titolare Vincenzo Di Sarcina, che ha avviato la lavanderia nel maggio 1968, dandole questo nome non a caso americano, perché i suoi primi clienti sono le migliaia di militari statunitensi di stanza nella base di Gaeta".

"Sin dal primo momento – continua l'imprenditore - è come se mi si attaccassero addosso tutti i suoni, gli odori e i colori di un luogo destinato a costituire per me una scelta di vita. Tanto è vero che, una volta diventato maggiorenne, inizio a lavorarci a tempo pieno, fino a rilevare l'attività dal signor Vincenzo, il quale resta per me un autentico maestro, con cui tuttora mi consulto sulle scelte da fare per lo sviluppo di Laundromat".

E qui è come se si tornasse al primo piano del solito ignoto che lava tappeti, perché in realtà gli autori del programma di Raiuno azzeccano con lui un imprenditore della lavanderia quanto meno "esemplare" per quanto riguarda la manutenzione del tessile negli anni Venti del ventunesimo secolo. "Vogliamo parlare degli inizi? - se ne viene fuori in proposito Macone. - Quando, nel marzo del 2006, acquisisco la Laundromat, ormai siamo in piena crisi economica, e ho a che fare con clienti molto *spartani*, se così posso dire, perché attenti soprattutto al prezzo, senza badare nello stesso modo alla qualità del servizio. Non è colpa loro, è l'indotto che anche a Gaeta e dintorni sembra poter sopravvivere solo sui ribassi continui delle tariffe praticati da altre lavanderie".

"Io invece tengo duro sul principio di un prezzo di mercato per un servizio di qualità, e i fatti mi danno ragione – rivela l'imprenditore. - Al giorno d'oggi la Laundromat è l'unica attività industriale di riferimento di un intero territorio, dove i clienti sono *cresciuti*, in tutti i sensi, assieme a una lavanderia giunta a produrre una media di quattro tonnellate di biancheria al dì. Ciò è possibile grazie a un'organizzazione ben precisa, dove posso occuparmi di persona anche di quella relazione continua che è alla base di un rapporto di fiducia con la clientela, mentre mia moglie Flavia Chinappi si dedica all'amministrazione dell'azienda e mio fratello Salvatore sovrintende alle macchine e al personale".

shoes, typically worn in wet work environments, he gave the right, 30 thousand euros worth answer, saying that the man's job was "washing carpets". "Is it written on my face? Is it so clear that I run this kind of a business? – says Francesco Macone, 40 years old. - Still, if the answer was yes, it would not surprise me because me and the laundry have become a single thing ever since I reached the age of reason".

"For the record, I was only 13 – he says – when I started working here in summer. I helped the driver of the van distribute the linen, pick it up and deliver. Back then, I was hired by the owner, Vincenzo Di Sarcina, who had founded the place in May 1968 giving it an American name not by chance. His first customers back then were the American military from the U.S. base in Gaeta".

"Since the very first moment – the entrepreneur continues – I have felt as if all the sounds, colours and smells of that place belonged to me. The laundry became the choice of my life. Once I became of age, I started working full time there. Then, when the right time came, I took the business over from Vincenzo, who has always been a real teacher to me. Still today, I consult him about the business choices in regard to the Laundromat".

At this point, it is as if we came back to the close-up photo presented during the Raiuno TV show. A photo of an unknown carpet washing specialist who was quickly perceived by the Raiuno TV show authors as an "exemplary" laundry businessman in regard to textile care in the first twenty years of the twenty-first century. "Do we want to speak about the very beginning? - asks Macone. – When I purchased Laundromat in March 2006, the economic crisis was fully in progress and I had to deal with quite strict customers, so to say. They were really careful about the prices without paying too much attention to the quality of the services. It was not their fault. It is the business sector that also in Gaeta and around seems to be surviving today only due to the continuous lowering of the prices for laundry services".

"Whereas I have stayed faithful to my principles about the market price that relates to the quality of the service. Facts have proved I am right – reveals the businessman. – Today, the Laundromat is the only industrial business activity of reference for the entire territory where customers have grown, in every way, together with

“Dopodiché, intendiamoci, la qualità non è che uno se la inventa dal nulla – precisa il titolare della Laundromat. - Occorre invece ottenerla dal lavoro quotidiano, come si può vedere nelle linee che funzionano in azienda: lava centrifughe, una da 200 chili, due da 100, una da 50, una da 30 e tre da 15, più due mangani per lo stiro. Così ogni capo ha una sua destinazione precisa, e alla fine viene piegato a accatastato a mano da due dipendenti, con quella cura artigianale sconosciuta a qualsiasi macchina, e ditemi se questo non è importante per un ristorante che deve sfoggiare i suoi tova-

the laundry that has reached a production of four tones of linen per day on average. This is possible thanks to a precise organization. I personally take care of the continuous business relations that are at the base of the loyal relationships with customers. My wife, Flavia Chinappi is in charge of the company’s administration while my brother, Salvatore manages the machines and he supervises the personnel”.

“Let us make it clear that quality cannot just be invented out of nothing – the owner of Laundromat explains. – It is necessary to

glioli accanto ai piatti dei clienti, o per una camera d'albergo dove l'ospite guarda immediatamente al pregio della biancheria".
"Infatti – rivela Francesco Macone – al giorno d'oggi i ristoratori e gli albergatori di ultima generazione non ti piovono mica addosso come un dono del cielo, ma è vero piuttosto che ti scelgono sulla base dei servizi offerti, e della puntualità assoluta con cui li garantisci. E dirò di più, questi clienti bisogna pure andarli a cercare, magari imparando da Amazon, come ho fatto io".
Il paragone fra una lavanderia italiana e il player "omniservice" del mercato globale è quanto meno stimolante, e Macone lo precisa così: "Come Amazon, noi della Laundromat usiamo i magazzini e i mezzi che servono per raggiungere tutte le attività del territorio. Qui non ci sono solamente gli hotel da servire con il furgone, ma anche i piccoli ristoranti dove basta l'Apecar o uno dei due Doblò, e aggiungiamo pure certi bed & breakfast da due camere, ricavati in luoghi bellissimi ma un po' impervi, dove va benissimo lo scooter. Di sicuro, una specie di palestra formativa è stata la piccola isola di Ventotene, nella quale alberghi e ristoranti si concentrano nello spazio di quattro campi da calcio".
L'importante è non fermarsi mai, fa capire Francesco Macone, comprensibilmente fiero del dinamismo espresso dal semplice ed elegante logo aziendale, tre gocce in perpetuo movimento inventate dal grafico Antonio Romi e pubblicizzato da Nicola Di Liegro. Compaiono anche sulle maglie della Laundromat Gaeta Futsal, squadra di calcio a cinque iscritta al prossimo campionato di serie C2, "perché un'azienda, nel 2021 – spiega l'imprenditore-presidente Macone – deve proporsi come presenza viva che contribuisce allo sviluppo del territorio, in questo caso occupandosi di sport giovanile".
Come si sarà intuito, vietato porre freni all'intraprendenza del signor Francesco, comprensibilmente fiero anche del successo del servizio "delivery" lanciato lo scorso anno tramite una app, usan-

obtain it from an everyday, hard work. We can see it in our work lines composed of washing extractors: a 200 kg washer and two 100 kg washers, a 50 kg washer and another 30 kg washer, three 15 kg washers and two ironers. In this way, every linen item has got a precise destination. It is folded and sorted by two employees who deal with garments with that special, artisan care, unknown to any machine. Please tell me if that is not an important factor for a restaurant that will show their table cloths while serving food to clients, or to a hotel room where guests immediately pay attention to the type of the hotel linen to their disposal".
"As a matter of fact, – reveals Francesco Macone – last generation restaurant and hotel owners won't just come to you because they simply choose you. They will choose your business on the basis of the offered services and because of the absolute accuracy and reliability you need to guarantee. Let me say more, we need to go look for the customers, perhaps learn something from Amazon, too, just like I did".
The comparison between industrial laundry and the "omniservice" global market player is actually quite stimulating, and Macone goes deeper into the matter: "Just like Amazon, at Laundromat we use warehouses and means of transport that we use to reach all the businesses in the territory. Here, we do not only work with big hotels where we need a van to deliver linen but there are many

small restaurants where it is enough to use a small three-wheeler, an Apecar or a Doblò to reach places like small, two-room bed & breakfast structures based in beautiful places that are not easily accessible at times. We often use a motorbike to reach them. Surely, the small Isle of Ventotene was some sort of a training moment for us. The hotels and restaurants on the isle take a space equal to four football pitches where all the structures are concentrated one next to another".
The important thing is not to stop, says Francesco Macone, who is understandably proud of the dynamics that their simple and elegant company logo expresses. It represents three water drops in a constant movement. The logo was created by a graphic artist Antonio Romi and it was published by Nicola Di Liegro. The logo appears on the shirts of the Laundromat Gaeta Futsal team. The team is going participate in the next C2 series championships, "because in 2021, a company needs to present itself as a living presence – explains the entrepreneur-president Macone – that

do la quale il cliente gestisce dal proprio privato ritiri e consegne, senza doversi spostare. “Una volta lessi proprio su Detergo che una lavanderia è un tale incrocio di vite ed esperienze da diventare il set ideale di una serie Tv – svela in un finale colpo di scena da “Soliti ignoti” – e sentii così di avere ragione, perché due puntate-pilota di un serial le avevo già girate dentro la Laundromat, ispirato

anche da quanto si ritrova fra le lenzuola degli alberghi… per il momento è un progetto bloccato, ma vuoi mai che un giorno ci siano le circostanze per riprenderlo in mano...”.
Spettacolare e inesauribile, il Francesco Macone pronto a concludere così: “D’altra parte, sempre in un servizio di Detergo mi sono imbattuto in un collega che, per comunicare all’utenza, il senso del proprio lavoro aveva inventato lo slogan *Noi siamo il tempo che vi manca*. Da quel giorno l’ho fatto mio”. •

contributes to the development of the local territory, in this case, by being involved in the youth sports team”.
As you could have imagined, it is not allowed to push a brake pedal when it comes to the numerous ideas of Mr. Francesco, who is also very proud of the successful “delivery” service launched last year through an app. Customers can manage the linen pick-up and delivery using the app without having to go anywhere. “I once read in Detergo magazine that a laundry had become such a melting pot of lives and experiences that it actually became a TV set – he reveals at the end with a final twist – so I felt I was right as I already shot two pilot episodes of a show at my Laundromat, inspired by what one can find among the sheets of a hotel room… The project has been put on standby for the time being, but who knows if perhaps we will restart working on it one day...”.
Spectacular and inexhaustible, Francesco Macone concludes: “I once read in Detergo magazine that a colleague launderer, who wanted to better communicate the sense of his work to customers, invented a slogan that said: *We are the time that you don’t have*. Since that day, it has become mine”. •

DA OLTRE VENT’ANNI
AL SERVIZIO DELL’INDUSTRIA

LEADER NEL TRATTAMENTO DELLE ACQUE INDUSTRIALI,
STA REALIZZA E GESTISCE IMPIANTI DI DEPURAZIONE SU MISURA
GARANTENDO PERFORMANCES E SOLUZIONI OTTIMALI.

STA
L’ACQUA PER PASSIONE

STACQUE.COM

Imprenditori e partite IVA colpiti da malattie gravi

di Gabriella Platé
Presidente Assosecco

Confcommercio Lombardia ha promosso un evento per analizzare le opportunità legate alla transazione verde e digitale delle imprese del terziario con l'obiettivo di costruire il prossimo futuro oltre la pandemia. È necessario individuare ed introdurre nel sistema welfare strumenti adeguati per il sostegno economico e il reinserimento di socio-lavoratori, di lavoratori autonomi ed imprenditori malati di cancro o di altre patologie gravi

Torno su un problema che mi sta molto a cuore e che si è acuito in questi mesi di pandemia: diagnosi di cancro o malattia grave che irrompono nella vita degli imprenditori e del popolo delle partite iva.
La malattia è sempre una disgrazia e stravolge persone e famiglie, ma se per un dipendente si tratta di un grosso problema, per un artigiano è un vero e proprio dramma.
Il Jobs Act del lavoratore autonomo del 2017 ha delineato una disciplina organica a tutela di quanti sono costretti a sospendere l'attività lavorativa a causa della patologia tumorale e delle relative terapie, riconoscendo diritto all'indennità di malattia per un massimo di 61 giorni in un anno, oltre a quella di degenza ospedaliera.
Ma per i titolari d'impresa non è così!
La diagnosi di tumore (o di altra malattia grave o degenerativa) ha un impatto deflagrante sull'esistenza dell'imprenditore: prima ci sono le preoccupazioni per la salute, le terapie pesanti in caso di cancro aggressivo, una riabilitazione lunghissima per eventuali complicazioni post chirurgiche. Ma a questo si aggiungono i problemi innegabili in famiglia, nella cerchia di amicizie e soprattutto i risvolti terribili nell'attività lavorativa.
In molti casi è necessario chiudere temporaneamente la tintoria per potersi curare o tantissimi si nascondono per la paura di perdere i clienti che tendono a sparire per il timore che il malato non riesca a mantenere qualità e tempi della propria attività.
Dagli scarni dati a disposizione si evince che sul fronte economico il cancro può persino dimezzare il reddito dei pazienti, incidendo pesantemente sulla capacità di guadagno di chi si è ammalato ed è chiamato, spesso per molti mesi, ad investire tempo e risorse nelle cure e nella riabilitazione.
Secondo alcune indagini ci vogliono circa 35.000 euro per curare un tumore al seno con una spesa a carico delle pazienti di circa 4.000 euro. A questi si devono aggiungere le giornate di lavoro perdute che per gli imprenditori sono difficili da quantificare.
Gli artigiani titolari d'impresa possono ragionevolmente dichiararsi pazienti oncologici di serie B, quindi è possibile parlare di autentiche discriminazioni che possono danneggiare il tessuto sociale italiano e devono essere affrontate con coraggio e determinazione.
È inammissibile ed anticostituzionale il trattamento riservato agli imprenditori ed ai lavoratori autonomi, colpiti da malattia grave o prolungata.
Le tasse le pagano come e più di altri, ma non ricevono in cambio adeguati servizi e prestazioni in termini di indennità di malattia ed ammortizzatori sociali idonei nei momenti di difficoltà.
A questo si aggiunge il fatto che ai professionisti si chiede il perché non si sia attivata un'assicurazione privata.
Naturalmente la stragrande maggioranza

degli imprenditori ha un'assicurazione malattia, ma dal 1997 l'INPS ha reso obbligatori i versamenti e l'aliquota è passata dal 10% a quasi il 28% e l'autonomo non dispone di tutti questi soldi, quindi, si deve accontentare di una piccola assicurazione malattia con premi bassi che non copre quasi nulla se non la degenza ospedaliera, ma lascia scoperti mesi e mesi di terapia anticancro (ed assenza dal lavoro, medicine, specialisti, spostamenti, spese varie).
L'imprenditore artigiano avrebbe diritto all'indennità di malattia per tutto il periodo di inattività, l'indennizzo simile alla degenza ospedaliera quando ci si deve sottoporre a terapie invasive e possibilità di sospendere tutti i pagamenti (INPS, IRPEF, ecc.) che saranno poi dilazionati e versati a partire dalla piena ripresa lavorativa e senza l'applicazione di more, perché non si può e non si deve tassare una malattia.
Si tratta di una rivoluzione che è tempo di intraprendere: non possiamo restare in silenzio e sopportare una situazione così penalizzante.
Dopo la diagnosi di tumore emerge una difficoltà di riposizionamento lavorativo, una specie di faticosa ricerca di nuovi equilibri che, in tutta evidenza, sono affidati in gran parte alla volontà del singolo imprenditore, agli sforzi solidali dei familiari ed a volte alle iniziative spontanee di colleghi o collaboratori, piuttosto che a una rete strutturata che si prenda carico, al fianco del paziente, degli effetti della patologia e di quei deficit che inevitabilmente si determinano, magari per periodi piuttosto lunghi e che obbligano a ridefinire il proprio ruolo imprenditoriale.
Assosecco è pronta a denunciare questo stato di cose e ad intraprendere una battaglia affinché ai lavoratori autonomi siano garantite condizioni non discriminatorie quando si trovano in situazioni di maggiore fragilità. •

Offerte in alta stagione?

di Francesco Riva

Le offerte hanno lo scopo di attrarre nuovi clienti o incentivare i clienti già acquisiti a portare più capi in lavanderia. Nella maggior parte dei casi queste strategie, se supportare da una buona comunicazione, portano al raggiungimento dell'obbiettivo: l'aumentare di fatturato. I dubbi sulla bontà reddituale di queste campagne

sono legati al periodo dell'anno in cui vengono messe in atto.
Se proposte nei periodi di bassa stagione o a ridosso dell'alta stagione, per anticipare il flusso di lavoro di qualche settimana, sicuramente porteranno, oltre che ad un aumento del fatturato, anche ad un aumentano della produttività e quindi della redditività dell'azienda nel periodo.
Dei dubbi mi sorgono quando queste campagne vengono messe in atto nei periodi di alta stagione, ad esempio promozioni di piumoni o di giacconi nel mese di maggio o giugno, periodo in cui la richiesta per il servizio di lavaggio di questi articoli raggiunge già massimi livelli.
Se da un lato, l'aumento dei volumi non porta ad una riduzione apprezzabile dei costi variabili unitari (imballi, quota energia, acqua, solventi...), dall'altro il vantaggio economico ad esso collegato porta alla sensibile riduzione dei costi fissi unitari (ammortamenti, manutenzioni, manodopera, affitti…) ma questa riduzione avviene già naturalmente nei periodi di alta stagione. Ecco, quindi, che un ulteriore incremento dei capi lavorati aumenta la saturazione della capacità produttiva che, essendo già vicinissima al suo limite superiore, viene superata con conseguente perdita di efficienza e efficacia di tutta l'organizzazione.
La perdita di efficienza è strettamente legata ai costi perché se i flussi di lavoro non sono più snelli (in parte deve essere accantonato, le consegne possono subire dei ritardi…) inevitabilmente i costi aumentano e i guadagni si riducono.

La perdita di efficacia racchiude in sé un rischio ben più insidioso: lo scostamento dagli standard qualitativi che abitualmente vengono offerti. Lavorare superando la capacità produttiva porta inevitabilmente ad aumentare lo stress, ridurre la soglia d'attenzione e di conseguenza aumentare la probabilità di errore.
Queste considerazioni sono strettamente legale alla natura della nostra attività, che si collocata tra la produzione di prodotti e l'offerta di servizi. Ci troviamo quindi costretti, da un lato a cercare di saturare il più possibile la nostra capacità produttiva, dall'altro a fornire un servizio tempestivo ai clienti che sono molti e la loro richiesta è strettamente legate alla stagionalità.
Le aziende di produzione superano questa problematica producendo per il magazzino, ad esempio le aziende dolciarie iniziano a settembre a produrre i panettoni che avranno il picco di domanda a dicembre, così facendo massimizzano i livelli di produttività che consento di poter mettere sul mercato prodotti in offerta nel momento di massima richiesta. Ma questa strategia non può essere applicata al nostro settore. Le aziende che, come noi, offrono servizi e risentono di una forte stagionalità ad esempio le strutture alberghiere, applicano listini ridotti in bassa stagione per attrarre i clienti e cercare di coprire i costi fissi, e listini maggiorati in alta stagione. Anche la ristorazione applica prezzi maggiorati in concomitanza delle feste in rispetto di una delle leggi principali dell'economia, il prezzo lo stabilisce il mercato. Più alta è la richiesta più il prezzo sale. Per un settore come il nostro, in cui storicamente non sono mai state adottate politiche di prezzo, in cui i listini aumentano con l'aumentare della richiesta, è molto difficile pensare di poterle introdurle ora, ma bisognerebbe dire basta alle offerte in alta stagione. •

Ode ad Anna

Abbiamo ricevuto da un'associata una mail di disdetta dall'Associazione. Non vorrei soffermarmi sulle discutibili modalità, visto che è stata usata una pec di un'organizzazione concorrente (un po' imbarazzante, che ne dite?!) ma condividere con i lettori una riflessione.

I molti mesi di pandemia hanno influito sulla situazione economica dei professionisti della detergenza (abbiamo lavorato con margini irrisori ed in modo precario), ma soprattutto i pulitintori si sono sentiti scoraggiati e smarriti.
Assosecco ha cercato di essere vicina a tutti, di informare e di assistere quando ci veniva richiesto.
Ma questo non sempre è sufficiente!
Sono presupposti importanti, ma lasciatemi liberare le emozioni.
Conosco Anna da tanto tempo, è "sempre stata associata", durante i corsi di formazione era sempre in prima fila, non mancava a riunioni ed eventi, non risparmiava critiche, ma sapeva complimentarsi quando lo riteneva giusto.
Insomma, una persona volitiva, anche se spesso un po' impetuosa per quel suo modo burbero di rivolgersi agli altri, ma con lo sguardo fiero di chi si è impegnato tutta la vita per raggiungere i suoi obiettivi ed una situazione economica di indipendenza.
Mancherà a me ed all'Associazione il suo borbottio, ma ci accompagnerà la consapevolezza di aver condiviso tanti momenti e molte battaglie.
Perdere un socio è sempre negativo, ma sappiamo che il turn over associativo è una realtà delle nostre Organizzazioni.
Quello che sappiamo con certezza, che abbiamo contribuito a diffondere quel concetto di rappresentanza della categoria che sta alla base del raggiungimento di obiettivi sindacali e professionali significativi.
Quindi, grazie Anna per il tempo che hai dedicato ad Assosecco, nella speranza ti sia servito per migliorare e come confronto di esperienze tra colleghi.
Ogni pulitintore è libero di fare le sue scelte, anche se forzate e noi dobbiamo rispettarlo, perché crediamo nella solidarietà e nella condivisione.
Tanti auguri Anna e buona vita! •

GET IN TOUCH

Pony Touch Technology è una nuova ed entusiasmante esperienza di connessione con i tuoi mobile devices. Scarica l'app e con un semplice touch puoi analizzare, monitorare e gestire la tua macchina anche da remoto.

LA PIÙ RECENTE ESPRESSIONE DELLA NOSTRA FILOSOFIA FINISHING FIRST.

DIAGNOSTICA
CONTROLLO PRODUTTIVITÀ
TEST MODE
IMPOSTAZIONE MACCHINA

PONY ITALY
www.ponyitaly.com

PONY FINISHING FIRST

Agenda 2030 e innovazione sociale

di Carla Lunardon
Presidente Nazionale
Confartigianato ANIL
Pulitintolavanderie

Le tintolavanderie "condivisione" antesignana per un futuro più sostenibile

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità. Sottoscritta il 25 settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, e approvata dall'Assemblea Generale dell'ONU, l'Agenda è costituita da 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile –Sustainable Development Goals, SDGs– inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto costituito da 169 target o traguardi, ad essi associati, da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030.
Gli obiettivi fissati per lo sviluppo sostenibile hanno una validità globale, riguardano e coinvolgono tutti i Paesi e le componenti della società, dalle imprese private al settore pubblico, dalla società civile agli operatori dell'informazione e cultura.
Tre le strategie principali dell'economia circolare: dare priorità a risorse rinnovabili, recuperare e massimizzare l'uso del prodotto. Quest'ultima, in particolare, si declina in almeno tre azioni: prodotto come servizio, condivisione/virtualizzazione e ottimizzazione dell'uso/manutenzione.
Ed è proprio nella strategia di "condivisione di beni durevoli e digitalizzarli per aumentarne l'utilizzo" che mi voglio soffermare.
Le nostre tintolavanderie infatti sono un sistema di "condivisione" ante litteram. Mettere a disposizione macchinari più capienti, efficienti, efficaci e performati in termini di risparmio di energia e acqua -oltre ovviamente alla prestazione professionale dell'addetto- cos'è se non una forma di collaborazione tra soggetti diversi (i clienti e il pulitintore), che attraverso la condivisione e la cooperazione definiscono i nuovi orizzonti dell'economia locale e globale?
Siamo di fatto una immensa piattaforma

di sharing economy, che esiste da centocinquant'anni (il primo laboratorio di lavaggio a secco fu aperto a Parigi nel 1855 da Jean-Baptiste Jolly).
Oggi ci si considera "sostenibili" perché si usano gli appartamenti di altri, le bici, i monopattini e le auto quando servono e dove servono senza possederli ma affittandoli. Ma non ci si ferma a pensare quanto l'ambiente potrebbe giovarne da una sharing economy sull'utilizzo delle lavatrici. Una buona prassi che potrebbe essere facilmente raggiunta utilizzando in modo più massiccio le tintolavanderie.
In Italia (ISTAT anno 2019), sono 25 milioni le famiglie che possiedono una lavatrice. Più di quelle che hanno una automobile, 24.237 e anche di chi ha almeno un cellulare 24.474. Si tratta dell'elettrodomestico più diffuso con il 97,6% delle famiglie italiane che lo possiede. Ebbene ovviamente non è immaginabile un Paese in cui non sia presente questo prezioso elettrodomestico ma che lo si usi un po' meno (e meglio) sì. Si ridurrebbero i consumi di energia e acqua. Ma anche l'inquinamento calerebbe dato che noi usiamo prodotti professionali, nella quantità giusta senza esagerare.
In questo processo virtuoso non dobbiamo infine dimenticare di valorizzare il ruolo chiave di noi professionisti del pulito nella lotta al Covid, come attestato dalle indicazioni dell'Istituto Superiore di Sanità e non solo. Una professionalità riconosciuta e comprovata da indagini di laboratorio e ricerche universitarie. La nostra straordinaria rete fatta di migliaia di attività artigianali di pulisecco distribuite su tutto il territorio nazionale, alla condivisione di attrezzature professionali, offre servizi che sono essenziali per l'igiene e la prevenzione raggiungendo livelli affini alla sanificazione assicurando l'eliminazione non solo del coronavirus ma anche dei più diffusi ceppi microbici: funghi, candida, batteri sporigeni, batteri, malattie della pelle.
In un momento complesso come quello che stiamo vivendo, denso di timori e preoccupazioni, riscoprire il benessere che deriva dall'indossare un capo pulito e rinnovato, certi della sua totale sicurezza igienica, può aiutarci a recuperare un atteggiamento propositivo per affrontare la quotidianità. E può servire ad evitare di "cadere vittime" (nel senso di rischiare di rovinare il proprio capo) degli strampalati "consigli della nonna" di cui il web si sta riempiendo. Molti i siti che arrivano addirittura a dare consigli su fantomatici "lavaggi a secco" il cui temine deriva (erroneamente) dal fatto che propongono smacchiature in assenza di acqua, confondendo però un palliativo (con l'utilizzo di prodotti completamente casalinghi) con un lavaggio professionale. •

Il Presidente Granelli, "Transizione 4.0 per artigiani e piccole imprese"

Il digitale è stata l'arma più usata dalle piccole imprese per far fronte alle restrizioni imposte dalla pandemia.
La missione del PNRR dedicata alla digitalizzazione rappresenta quindi una grande opportunità per spingere i piccoli imprenditori in un percorso di sviluppo già avviato". Lo sottolinea il Presidente di Confartigianato Marco Granelli.

"Confartigianato – spiega Granelli – ha calcolato che prima della crisi scatenata dal Covid 19 vendeva beni o servizi attraverso il web l'8,8% delle piccole imprese. Oggi la quota di micro e piccole imprese che usa il commercio elettronico è raddoppiata ed è pari al 16,9%. Praticamente 122mila imprese in più utilizzano l'e-commerce.
La pandemia ha accelerato una tendenza che da tempo riguarda tutti i settori della piccola impresa: l'innovazione digitale è entrata anche nei laboratori più tradizionali e gli artigiani usano le tecnologie come la stampa 3D, la robotica, l'Internet delle Cose e la realtà aumentata per lavorare meglio, per potenziare la qualità e l'unicità dei loro prodotti".
"Il PNRR – sostiene il Presidente di Confartigianato – dovrà agire su due fronti. Il primo riguarda la trasformazione in profondità della Pubblica Amministrazione attraverso la digitalizzazione, l'uso del cloud, l'interoperabilità tra gli enti, la cybersecurity. I rapporti tra Pa ed imprese dovranno diventare completamente digitali e all'insegna del principio del "once only" che obbliga la PA a non chiedere all'impresa o al cittadino informazioni già in suo possesso.

Inoltre, va realizzato un 'censimento digitale dei procedimenti' finalizzato a sopprimere gli adempimenti non più necessari e a ridurre tempi e costi burocratici a carico degli imprenditori".
Il secondo ambito in cui, secondo Confartigianato, deve agire il PNRR è rappresentato dall'innovazione e dalla digitalizzazione del sistema produttivo. Granelli indica la necessità di "potenziare il programma Transizione 4.0 con misure ad hoc per le micro e piccole imprese finalizzate a valorizzare le loro capacità creative ed adattive nei tantissimi campi in cui operano, favorendo non soltanto l'upgrade tecnologico ma anche la formazione ed il trasferimento delle nuove competenze, a partire da quelle del titolare dell'azienda".
Altrettanto importante, a giudizio del Presidente di Confartigianato, la riforma della proprietà industriale per favorire la promozione commerciale ed economica dei brevetti con incentivi pubblici sia per le singole imprese che per le reti di imprese. Questo per sfruttare meglio i titoli della proprietà industriale già esistenti in funzione dell'innovazione di prodotto.
Su tutto, poi, domina la necessità di potenziare le infrastrutture di connessione digitale messe a dura prova dall'impennata nell'utilizzo durante la pandemia. "Va colmato – sottolinea il Presidente Granelli – uno dei tanti ritardi del nostro Paese perchè la connettività è un fattore chiave per la competitività delle imprese. Oggi la quota di imprese italiane che utilizzano banda ultralarga è del 37,4%, dodici punti e mezzo inferiore al 49,9% della media dell'Unione europea. Il PNRR deve finalmente riuscire ad allinearci al resto d'Europa". •

STUDI

Le ricadute su economia e imprese del PNRR al centro del 13° report Covid-19 di Confartigianato

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) varato a fine aprile e ora all'esame degli uffici della Commissione europea, mette in campo risorse per 235,1 miliardi di euro, con una dotazione del Dispositivo per la Ripresa e Resilienza (RRF, Recovery and Resilience Fund) di 191,50 miliardi, di cui 68,9 di sovvenzioni e 122,5 di prestiti, con Spagna e Italia tra i maggiori beneficiari delle risorse per sovvenzioni. Il Piano articola gli interventi in sei missioni 1) Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura 2) Rivoluzione verde e transizione ecologica 3) Infrastrutture per la mobilità sostenibile 4) Istruzione e ricerca 5) Inclusione e coesione 6) Salute, di cui il 51% per le prime due, maggiormente centrate sui target predefiniti dalla Commissione europea su digitalizzazione e transizione green.
I numeri del PNRR e l'impatto sulla crescita e sulle imprese sono stati al centro del webinar di presentazione del 13° rapporto Covid-19 Confartigianato, aperto da Vincenzo Mamoli, Segretario Generale di Confartigianato e concluso da Bruno Panieri Direttore delle Politiche Economiche.
Tra i contenuti del report, presentati da Enrico Quintavalle, Responsabile dell'Ufficio Studi, si evidenzia che il 41% della crescita del valore aggiunto determinata dagli interventi del PNRR si addensa nei settori delle costruzioni, opere edili e immobiliare, interessando una platea di quasi un milione di imprese e 2,2 milioni di addetti, di cui l'88% impiegati in micro e piccole imprese. Sul settore ricadono i benefici del superbonus del 110% – si tratta del terzo intervento più rilevante per risorse impiegate, dopo quelli su ferrovie e transizione digitale – su cui sono dirottate risorse per oltre 18 miliardi di euro. Nel report sono evidenziate le ultime tendenze del quadro macroeconomico e della congiuntura nella primavera 2021, con particolare attenzione a investimenti, export, produzione manifatturiera e delle costruzioni, vendite al dettaglio e ai mercati del lavoro e del credito.
Nel focus territoriale di Licia Redolfi dell'Osservatorio MPI di Confartigianato Lombardia, si evidenzia la distribuzione sul territorio e la vocazione artigiana dalla filiera maggiormente sollecitata dagli interventi del PNRR, con le imprese artigiane che rappresentano il 43,9% del totale del cluster. Più di metà delle imprese sono artigiane in Valle d'Aosta con una quota del 61,2%, Trentino Alto Adige con 56,6%, Liguria con 54,4%, Friuli Venezia Giulia con 52,8%, Sardegna con 51,1% e Piemonte con 50,7%. Nella sezione territoriale del 13° report sono esaminate, tra l'altro, le più recenti evidenze su mercato del lavoro, demografia d'impresa, perimetro delle MPI interessate dall'escalation dei prezzi delle materie prime e indicatori di mobilità verso i negozi. •

Allarme rincari: costano 19,2 mld/anno alle piccole imprese. Ripresa a rischio. Governo intervenga

Sulle speranze di ripresa economica delle piccole imprese incombe il continuo rialzo dei prezzi delle materie prime. L'allarme arriva da Confartigianato. L'Ufficio studi della Confederazione ha rilevato che ad aprile 2021 gli aumenti dei prezzi delle commodities non energetiche sono stati del 33,4% rispetto ad un anno prima, con un'accelerazione dei rincari che a marzo di quest'anno si attestavano al +24% rispetto allo stesso mese del 2020.
Un'impennata che può provocare un effetto dirompente sui costi sopportati dalle piccole imprese manifatturiere italiane per l'acquisto di beni necessari alla produzione: tradotto in denaro, Confartigianato stima un impatto potenziale di 19,2 miliardi di euro in più in un anno a carico di 621.000

artigiani e piccole aziende.
Nel dettaglio, l'aumento dei prezzi delle materie prime sta colpendo il comparto delle costruzioni e i settori manifatturieri di metallurgia, legno, gomma e materie plastiche, mobili, autoveicoli, prodotti in metallo e apparecchiature elettriche. In questi settori operano 621.000 piccole imprese con 1.893.000 addetti, con una elevata presenza dell'artigianato, pari a 435.000 imprese che danno lavoro a 1.047.000 addetti.
Secondo Confartigianato i rincari maggiori si registrano per i metalli di base con +65,7% tra marzo 2020 e marzo 2021. Particolari tensioni per minerale di ferro con rincari annui del +88,1%, seguito da stagno (+77%), rame (+73,4%) e cobalto (+68,4%). E ancora zinco (+46,7%), nickel (+38,5%,), alluminio (+36,%), molibdeno (+32,4%). Allarme anche sul fronte delle materie prime energetiche, i cui prezzi a marzo 2021 aumentano addirittura del 93,6% su base annua.

a

La fiammata dei prezzi sta mettendo a dura prova gli artigiani e i piccoli imprenditori costretti a comprimere i margini di guadagno o addirittura a rinunciare a lavorare. I continui rincari nel periodo tra l'acquisizione delle commesse e la consegna del prodotto finito erodono il margine di profitto dell'imprenditore fino addirittura ad annullarlo o, nel peggiore dei casi, costringendolo a lavorare in perdita. Tra i settori più penalizzati, quello delle costruzioni che rischia di non cogliere le opportunità di rilancio stimolate dal superbonus 110%.
Il Presidente di Confartigianato Marco Granelli chiede l'intervento immediato del Governo. In una lettera inviata ieri al Ministro dello Sviluppo Economico Giancarlo Giorgetti ha sollecitato "forte attenzione al fenomeno e la messa in campo degli strumenti che possano rimettere in equilibrio domanda e offerta, nel rispetto della concorrenza e delle norme che ne regolano le restrizioni". "Serve un'iniziativa rapida. Le nostre imprese – sottolinea il Presidente di Confartigianato – stanno vivendo una situazione grave e paradossale. Proprio mentre cercano di riagganciare la ripresa, devono fare i conti con materie prime carissime e introvabili, forniture negate dai grossisti, esaurimento delle scorte, tempi di consegna lunghissimi. Tutto questo, oltre a provocare un incremento dei prezzi al consumo, rischia di compromettere la ripresa, comprimendo la creazione di valore aggiunto delle imprese manifatturiere, settore dove l'Italia è al secondo posto nell'UE con un'alta dipendenza dall'estero di energia e materie prime".
L'emergenza dei rincari delle materie prime nel settore costruzioni viene così denunciata dal Presidente di Anaepa Confartigianato Arnaldo Redaelli: "Il problema del caro prezzi sta diventando ogni giorno più insostenibile per le imprese dell'edilizia, in particolare per le quelle artigiane e di piccole dimensioni, che rischiano di vedere compromessa la loro situazione lavorativa. Si tratta di una dinamica di mercato ingiustificata e incontrollata che pesa negativamente in un contesto già in forte sofferenza nell'ultimo anno a causa dell'emergenza sanitaria. Sia i contratti pubblici che quelli privati rischiano di non risultare più economicamente sostenibili da parte delle imprese, nonostante gli enormi sforzi per far fronte agli impegni assunti. Negli appalti pubblici, l'attuale Codice non prevede adeguate revisioni prezzi mentre andrebbe reintrodotto, come nel passato, il meccanismo di compensazione alle imprese in caso di aumenti dei materiali superiori al 10% accertati dal direttore dei lavori, in base al DL n. 162/2008. Per quanto concerne invece i lavori privati è auspicabile una revisione rapida e univoca dei prezzari regionali, con un adeguamento che possa tutelare imprese e committenza già legate a preventivi e/o a contratti stipulati. Ci appelliamo pertanto al Governo e alle Istituzioni preposte affinchè mettano in campo misure urgenti ed efficaci".
Altrettanto preoccupante la situazione per le imprese della meccanica, come sottolinea Federico Boin, Presidente della Federazione Meccanica di Confartigianato: "Purtroppo il rincaro delle materie prime e la loro attuale difficile reperibilità stanno mettendo in crisi il comparto della subfornitura meccanica che invece stava evidenziando, da inizio anno, importanti e concreti segnali di ripresa. La spinta verso il digitale, l'innovazione ed il forte incentivo giunto dal piano Impresa 4.0 stanno permettendo alle imprese di essere più reattive su un mercato che richiede sempre più flessibilità e velocità nelle risposte al cliente. Come Federazione Meccanica chiediamo al Governo di mettere in atto le opportune azioni correttive sia sul fronte degli appalti pubblici che privati, altrimenti saremo costretti ad intervenire sul livello contrattuale con fornitori e clienti".
Da parte sua, Giovanni Battista Sarnico, Presidente della Federazione Legno Arredo di Confartigianato denuncia: "Il rincaro della materia prima legnosa e dei semilavorati sta creando grandi difficoltà ai settori del serramento e dell'arredo. Un rincaro così pesante e repentino non si vedeva da anni. Purtroppo dipendiamo troppo dalla materia prima straniera che è sottoposta a continue bolle speculative. Dobbiamo ridare mercato al legname nazionale e riportare nel giusto alveo le importazioni di legname dall'estero. Solo così possiamo rafforzare la nostra filiera foresta legno, le imprese e le comunità che vi operano. Come Federazione Legno Arredo chiediamo al Governo di intervenire subito per calmierare questa bolla e alle imprese di prestare molta attenzione agli aspetti contrattuali". •

Sostegni bis, positivo il rafforzamento dei contributi a fondo perduto

Generale apprezzamento sul decreto Sostegni Bis approvato nei giorni scorsi dal Consiglio dei ministri che rafforza i contributi a fondo perduto per gli operatori maggiormente colpiti dalla crisi. Tuttavia rimane la rigidità del parametro del 30% della perdita di fatturato che esclude da qualunque ristoro tante imprese che hanno sofferto contrazioni comunque assai significative del giro di affari.
Sul credito, la proroga della moratoria a fine anno recepisce le richieste delle imprese, ma la Confederazione esprime preoccupazione per l'assenza di automatica continuità. Giudizio positivo sull'allungamento a 10 anni dei prestiti sostenuti da garanzia pubblica utilizzando al massimo gli spazi concessi dall'Unione Europea.
Elementi positivi anche sul tema del lavoro con i contratti di rioccupazione e relativa decontribuzione e l'ampliamento della platea delle imprese per il contratto di espansione.
Non mancano alcune criticità. In particolare CNA lamenta il mancato rifinanziamento della Nuova Sabatini che ha dimostrato di essere uno strumento efficace e che potrebbe generare investimenti intorno ai 6 miliardi di euro nella seconda metà dell'anno. •

Energia, garantire liberalizzazione e trasparenza sui costi in bolletta

Mantenere al 1° gennaio 2022 il superamento delle tutele di prezzo nel mercato elettrico per le microimprese e garantire trasparenza sulla composizione dei costi in bolletta. Lo sollecitano i rappresentanti di CNA, Confartigianato e Casartigiani intervenuti oggi in audizione alla Commissione Attività produttive della Camera sulla liberalizzazione del mercato energetico.

Le Confederazioni credono nel processo di liberalizzazione del mercato dell'elettricità e del gas e auspicano che arrechi benefici in termini di convenienza di prezzo per le imprese e i consumatori domestici ai quali, tuttavia, ritengono vada assicurata la necessaria chiarezza nelle informazioni sulla corretta fatturazione dei costi in bolletta e la possibilità di confrontare le offerte dei fornitori di energia. A questo proposito chiedono che venga potenziata e migliorata l'attività del Portale Offerte sia per quanto riguarda la sua funzione 'educativa' nei confronti dei consumatori sia in merito al controllo degli obblighi di pubblicazione delle offerte e del comportamento dei fornitori.
Inoltre, CNA, Confartigianato e Casartigiani sollecitano il rafforzamento dell'efficacia del Comitato Tecnico Consultivo preposto a 'vigilare' sul Portale Offerte e l'ampliamento alle Associazioni dei Consumatori domestici e non domestici del Tavolo costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico.
Tra le indicazioni avanzate dalle Confederazioni dell'artigianato e delle micro e piccole imprese anche l'individuazione di 'tetti' antitrust per contenere la concentrazione di mercato e che a questi 'tetti' debbano fare riferimento le future gare per l'assegnazione del servizio a tutele graduale, di ultima istanza per le microimprese ed i clienti domestici.
Inoltre, CNA, Confartigianato e Casartigiani ribadiscono l'urgenza di avviare la riforma degli oneri generali del sistema elettrico trasferendoli sulla fiscalità generale per eliminare l'assurdo e iniquo meccanismo in base al quale oggi le piccole imprese che consumano il 34% dell'energia pagano quasi il 50% degli oneri generali di sistema prelevati dalle bollette delle imprese. •

Silvestrini: l'Italia riparte dagli artigiani ma servono riforme e visione

Il 2021 del lavoro italiano si apre all'insegna della tenuta artificiale del mercato occupazionale. L'andamento non subisce scossoni soltanto perché i licenziamenti sono frenati dai provvedimenti governativi: cassa integrazione guadagni e divieto di licenziamento. Continuano invece a ridursi le assunzioni, reale indice dello stato di salute economica. E in Italia diventa sempre più diffuso il timore di una bomba lavoro a scoppio ritardato, in coincidenza con il venir meno del divieto di licenziamento.

Il mondo dell'artigianato e della piccola impresa ha dato prova di una straordinaria capacità di resilienza nella crisi provocata dalla pandemia e può offrire un prezioso contributo per la ripartenza dell'Italia. È il messaggio lanciato da Sergio Silvestrini, Segretario Generale della CNA, in occasione della tavola rotonda dal titolo "Il lavoro artigiano per l'Italia che riparte" alla quale hanno partecipato il presidente del Cnel, Tiziano Treu, i segretari generali di Cgil, Maurizio Landini, Cisl, Luigi Sbarra, Uil, Pierpaolo Bombardieri, e i rappresentanti delle altre associazioni artigiane.

Silvestrini ha rinnovato l'importanza della fase che stiamo vivendo. "Siamo davanti alla più grande sfida dal dopoguerra. È l'ultima occasione per mettere il Paese sulla via della crescita e dello sviluppo. Spero che ci sia la profonda consapevolezza da parte della classe dirigente".

Il Paese è stanco, avvilito e insicuro. È fondamentale avere una visione di quale Italia immaginiamo per i prossimi 10-20 anni. Le risorse europee anche se consistenti non sono sufficienti per avviare finalmente la modernizzazione del Paese. "Occorre realizzare alcune riforme essenziali, anche dolorose. Penso alla pubblica amministrazione dove serve una rottura profonda, una netta discontinuità. La burocrazia è la vera e principale ossessione degli imprenditori. È necessario un nuovo approccio culturale. Si cambia davvero se si ha fiducia nei confronti dei cittadini e degli operatori della PA. La decennale stratificazione di norme ha prodotto un sistema bizantino che non funziona più".

Silvestrini poi indica l'altra grande e vitale riforma. "La gestione della pandemia ha mostrato che la frammentazione delle decisioni e delle responsabilità non è più possibile. Occorre riconoscere con onestà che la riforma costituzionale del 2001 è fallita. La capacità di guida e l'assunzione di responsabilità devono essere esaltate. Terza grande riforma riguarda la cultura e la formazione di competenze".

Per ripartire l'Italia non può fare a meno del mondo dell'artigianato e della piccola impresa, "emblema del ceto medio che è stato strutturalmente indebolito dalla globalizzazione e dalla concorrenza sleale". È quanto mai urgente e fondamentale che il Governo e il Parlamento alimentino "sogni e visione del Paese, infondano sicurezza in particolare alle piccole imprese" che hanno dimostrato capacità di resistere impensabili e che non licenziano, perché "perdere un proprio collaboratore equivale a una sconfitta". Un processo necessario e nel quale "vanno coinvolte le parti sociali più rappresentative, anche loro chiamate alla responsabilità ed a elaborare cosa possiamo fare noi per l'Italia". Il Segretario generale della CNA si è quindi soffermato sui temi della bilateralità e delle relazioni sindacali. Silvestrini ha sottolineato che "anche in un anno di profonda crisi economica continuiamo a firmare e rinnovare i contratti di lavoro".

La bilateralità è stata "un colpo di genio, una straordinaria innovazione che risale ai primi anni '80. Proprio in questo anno orribile ha funzionato in modo efficiente. Un sistema privatistico che ha saputo integrare il sistema pubblico. Naturalmente ci sono sempre margini di miglioramento, penso soprattutto a Sanarti e a Fondartigianato. FSBA ha funzionato molto bene – ha concluso – e il prossimo passo è renderlo universale". •

Fisco? Un ginepraio. Digitalizzare per semplificare

Il sistema tributario italiano rimane un ginepraio inestricabile e la semplificazione un obiettivo ancora lontano. È quanto ha sottolineato la CNA in audizione davanti alla Commissione sull'anagrafe tributaria indicando che per avviare un vero percorso di semplificazione del sistema occorre partire dalla digitalizzazione e dalla interoperabilità delle banche dati fiscali.

Tuttavia digitalizzare e semplificare non marciano necessariamente di pari passo. La digitalizzazione delle informazioni può offrire un importante contributo soltanto se le informazioni digitalizzate inviate dai contribuenti a tutte le banche dati fiscali non vengono chieste ripetutamente ai contribuenti e se i dati caricati nelle diverse banche dati riducono gli adempimenti a carico del contribuente.
Per la CNA sono obiettivi rilevanti ma ben lontani dall'essere raggiunti. A titolo di esempio si potevano evitare le complicazioni per la compilazione del quadro degli aiuti di Stato nella dichiarazione per il 2020 per comunicare il risparmio d'imposta per l'esonero della tassazione dei contributi a fondo perduto. Altro esempio presentato è la possibilità di utilizzare la banca dati del catasto degli immobili insieme alla banca dati del MEF delle aliquote della tassazione IMU e TASI per inviare ai contribuenti i bollettini precompilati per il pagamento delle imposte sugli immobili diversi dall'abitazione principale. Anche

per i contributi a fondo perduto potrebbe essere introdotto il riconoscimento automatico da parte dell'Agenzia delle Entrate senza gravare i contribuenti di ulteriori oneri amministrativi come la presentazione delle istanze.
La CNA ha sempre sostenuto la necessità di un rafforzamento del processo di integrazione delle banche dati fiscali, ma è fondamentale arrestare la tendenza a ribaltare sui contribuenti l'onere di adempimenti formali propedeutici all'attività di controllo dell'Amministrazione finanziaria. •

ASSOFORNITORI

Elenco iscritti all'Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili
Members to the Textile Care Suppliers' Association

assofornitori.com

Obiettivo comune: il futuro

MACCHINARI
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
MACHINERY Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

ALGITECH S.r.l.
Via dell'Industria 1
64014 MARTINSICURO TE

ALLIANCE LAUNDRY ITALY S.r.l.
Via Triumplina 72
25123 BRESCIA BS

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.
Via delle Industrie, 29 e
30020 MARCON VE

GRANDIMPIANTI I.L.E. Ali Group S.r.l.
Via Masiere, 211 c
32037 SOSPIROLO BL

ILSA S.p.A.
Via C. Bassi, 1
40015 SAN VINCENZO DI GALLIERA BO

IMESA S.p.A.
Via degli Olmi, 22 - II° Z.I.
31040 CESSALTO TV

INDEMAC S.r.l.
Zona Ind.le Campolungo
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

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 Srl a Socio Unico
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

ZUCCHETTI CENTRO SISTEMI S.p.A.
Via Lungarno 305/A
52028 TERRANUOVA BRACCIOLINI AR

Distributori Distributors

SETEL S.r.l.
Via delle Industrie
26010 CASALETTO CEREDANO CR

MACCHINARI PER LO STIRO
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
IRONING EQUIPMENT Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

BARBANTI S.r.l.
Via di Mezzo, 78 San Giacomo Roncole
41037 MIRANDOLA MO

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

DETERGO Pubblicazione ufficiale di Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili

Direttore responsabile
Marzio Nava

Comitato di redazione
Livio Bassan, Matteo Cividini, Giuseppe Conti, Paolo Fumagalli, Roberto Littamè, Felice Mapelli, Claudio Montanari, Gabrio Renzacci, Alessandro Rolli, Marco Sancassani, Giancarlo Vezzoli, Laura Lepri e Gabriella Platè

Hanno collaborato a questo numero
Roberto Diaferia, Lorenzo Florindi, Laura Lepri, Carla Lunardon, Gabriella Platè e Francesco Riva

Segreteria di redazione
Franca Cesarini, Magdalena Platek

Editore, direzione, redazione, amministrazione, pubblicità
EXPO DETERGO S.r.l.
Società Unipersonale • Società soggetta a direzione e coordinamento di ASSOCIAZIONE FORNITORI AZIENDE MANUTENZIONE DEI TESSILI
Via Aldo Moro 45 – 20060 Gessate (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
Poligraf Srl - Città di Castello (Pg)

BATTISTELLA BG S.r.l.
Via Bessica 219
36028 ROSSANO VENETO VI
DUE EFFE 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'OGLIO 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
SIL FIM S.r.l. by SILC
Via Campania 19
60035 JESI AN
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.
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

CHRISTEYNS ITALIA
Via Aldo Moro 30
20042 PESSANO CON BORNAGO MI
CLINERS S.r.l.
Via Brusaporto, 35
24068 SERIATE BG
DIM S.r.l. Detergenti Ind. Milano
Via Guglielmo Marconi, 15
20812 LIMBIATE MB
ECOLAB
Via Trento 26
20871 VIMERCATE MB
MONTEGA S.r.l.
Via Larga - Z.I. Santa Monica
47843 MISANO ADRIATICO RN
SURFCHIMICA S.r.l.
Via Milano, 6/6
20068 PESCHIERA BORROMEO MI

MANUFATTI TESSILI
Aziende produttrici e filiali di produttori esteri
TEXTILE PRODUCTS
Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

CORITEX S.n.c.
Via Cà Volpari, 25
24024 GANDINO BG
EMMEBIESSE 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
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 Manufactoring companies and subsidiaries of foreign manufacturers

A 13 S.r.l.
Strada Provinciale Francesca 4/F
24040 PONTIROLO BG
ALVI S.r.l.
Strada Statale 230, 49
13030 CARESANABLOT VC
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

Pubblicazione mensile (luglio/agosto numero unico). Tiratura mensile 6.000 copie (5mila copie inviate in Italia e 1mille copie in Europa).

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 esposte 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) Euro 32,00 (anziché Euro 42,00) - (22 numeri) Euro 54,00 (anziché Euro 84,00).
Non si effettuano spedizioni in contrassegno. DIGITALE - Inviata in forma gratuita.
Europe 80,00 Euro (11 numbers) - Non-EU countries 120 Euro (11 numbers) ON LINE - A free electronic copy will be sent monthly.
Inviare e-mail con richiesta a/Send e-mails to: detergo@expodetergo.com
I versamenti intestati a Expo Detergo S.r.l. - Via Aldo Moro 45 - 20060 Gessate (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 a Gessate (Mi) Via Aldo Moro 45.
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 **http://www.detergo.eu/privacy-contatti/**

DETERGO

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

INDICE DEGLI INSERZIONISTI

ADVERTISERS' DIRECTORY

A13	41
BATTISTELLA B.G	45
BRENTARENO	4ª di copertina
CASELLA	43
CHRISTEYNS	3ª di copertina
CONSORZIO UNIMATIC	56
D.B.G. SERVICE	59
ECOLAB	1ª di copertina – 8
EXPO DETERGO INTERNATIONAL	3
G.L.	53
HELPI	39
KANNEGIESSER	32
MONTANARI	15
MONTEGA	31
PAROTEX	55
PONY	51
RENZACCI	49
STA ACQUE	47
SURFCHIMICA	4
TREVIL	37

ASSOFORNITORI

Obiettivo comune: il futuro

Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili

assofornitori.com

ORA POSSIAMO TORNARE A DORMIRE SERENI

PRODOTTI DISINFETTANTI REGISTRATI PMC O BIOCIDI CON CERTIFICAZIONE VIRUCIDA EN 14476

secondo le vigenti circolari ministeriali
e come indicato dai protocolli di Assosistema
in combinazione alle validazioni dei cicli di lavaggio

ACTIXAN PMC 18564
Disinfettante per pavimenti, superfici e mezzi di trasporto ad azione battericida, fungicida e virucida

PHAGO'SPORE
Detergente biocida per superfici dure ad azione battericida, fungicida, virucida e sporicida

CHRIOX 5 PMC 20163
Disinfettante e candeggiante ossidante ad azione battericida, levuricida, sporicida e virucida

CHRIOX 15 PMC 20161
Disinfettante e candeggiante ossidante ad azione battericida, levuricida, sporicida e virucida

FEEL SAFE WITH US

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

L'Altra Cover

L'Altra Cover

THE OTHER

a cura di edited by
Marzio Nava

BRENTARENO, DALLA LAVANDERIA ARTIGIANALE A QUELLA INDUSTRIALE, SEMPRE DALLA PARTE DEL CLIENTE

BRENTARENO, FROM DRY CLEANING TO INDUSTRIAL LAUNDRY, ALWAYS BY CUSTOMERS' SIDE

Non è certo una scoperta per noi di Detergo, l'azienda Brentareno di Asolo nel trevigiano (eccellente Borgo Medioevale assolutamente da visitare). Ma non è una scoperta neanche per il mercato, essendo un'azienda che calca

Brentareno, a company based in Asolo near Treviso (an excellent Medieval town to visit) is a well-known, consolidated business not only to Detergo magazine but also to the entire laundry market where it has been operating

GRUPPO INDUSTRIALE
BRENTARENO®
NordestWash® Laundry

da quarant'anni "il palcoscenico" della manutenzione tessile. "La nostra azienda, ci dice Marzio Klos, Sales Manager, è specializzata nella produzione di macchinari per lavanderia e la realizzazione ed assistenza di impianti per lavanderie self-service, senza peraltro trascurare la nostra presenza capillare anche nel settore della lavanderia e stireria industriale.

Nell'ultimo periodo abbiamo pensato, come Brentareno, di metterci nei panni del cliente e, in particolare, dalla parte di una impresa artigianale che dopo un anno e mezzo di difficoltà economica ha di fronte a sé la necessità di rinnovare il parco macchine dando alla propria attività una spinta e un impulso nella direzione della qualità del servizio offerto alla clientela finale.

E cosa abbiamo pensato essendo nel bel mezzo del cambio di stagione? Ci rivolgiamo alle lavanderie artigianali offrendo un noleggio di "un pacchetto di strumentazione essenziale", mettendo quindi a disposizione un impianto o meglio un sistema di lavaggio ad acqua di ultima generazione, un essiccatore, ed un'imbustatrice con meno di 10,00 Euro al giorno.

Siamo molto fiduciosi nella ripresa grazie all'iniezione corposa di vaccini che si stanno diffondendo nella società, ma anche in virtù dell'avvento dell'estate. Così abbiamo pensato a delle offerte ad hoc per le lavanderie industriali e in particolare per le lavanderie che lavorano con alberghi, residence, ristoranti, bar e campeggi. Pensi che nelle ultime due settimane abbiamo avuto una serie di richieste proveniente dai campeggi, ma anche dagli hotel, per impianti da consegnare in un brevissimo lasso di tempo, ormai si lavora in just in time. E noi ci siamo messi in linea con questa richiesta. La nostra azienda negli ultimi mesi ha intensificato la produzione di macchinari così che disponiamo di merce in pronta consegna a magazzino. Stiamo realizzando, inoltre, tre grandi ed importanti impianti di lavanderia

as one of the main players for the last forty years.

"Our company, says Marzio Klos, the Sales Manager, is specialized in the production of laundry machines and in the design and assistance for self-service laundries, without however forgetting about our well-spread, consolidated presence within the industrial laundry sector as well.

Recently, our company has tried to put ourselves in our customers' shoes, especially when it comes to dry-cleaning, artisan laundries. These businesses, after having faced economic difficulties for the last year and a half, are now facing the necessity of renewing their machines, which will give their businesses the right push towards the direction of quality to be offered to their final customers.

What did we come up with in the middle of the season change? We have addressed dry-cleaning laundries offering them an "essential package tool", which translates to putting at their disposal the last generation washing system composed of washers, a dryer and a packaging machine for less than 10 Euro per day.

We truly believe that the current situation is bound to improve greatly thanks to the vaccinations in progress, and due to the upcoming summer time. Therefore, we have also developed ad hoc offers for industrial laundries, especially for those working with hotels, restaurants, bars and camping sites. Let us consider that, over the last two weeks, we have already received requests coming from camping sites and hotels to supply washing systems within a very short period of time. We have started working in the just in time mode again. We met and followed the clients' requests. Over the recent months, our company has intensified the production of machines so that we

industriale, sia in Italia e più precisamente in Sardegna (Cagliari) ed anche all'estero in Vietnam ed in Qatar (località prossima ad ospitare i prossimi Campionati Mondiali di Calcio Fifa 2022); tre lavanderie industriali che lavorano per gli alberghi e per la ristorazione e che soprattutto nel periodo vacanziero incrementano la loro attività in modo esponenziale.

Poi consideri, continua Marzio Klos, che per noi la lavanderia self-service continua ad essere un business fondamentale ed in continua espansione. Alle nostre spalle abbiamo, in questo settore, un'esperienza di più di 1000 aperture in tutto il mondo. Dall'inizio dell'anno abbiamo aperto 60 lavanderie, vuol dire che entro la fine del 2021 ne apriremo più di cento, che rispetto al periodo e nel contesto in cui ci troviamo è un risultato che ci lusinga.

Siamo dotati di uno studio di progettazione interno, il cliente ci fornisce la piantina del locale al mattino e al pomeriggio gli consegniamo il progetto, e questo avviene per tutte le dimensioni di lavanderia, occupandoci anche di tutta la parte degli impianti. Diamo un servizio a 360° chiavi in mano.

Nella nostra azienda ad Asolo i clienti possono venire a testare direttamente la qualità dei prodotti. Con le nostre macchine riusciamo a lavare i giubbotti di pelle per motociclisti direttamente in acqua, naturalmente utilizzando alcuni detergenti indicati.

Rievocando una vecchia pubblicità potremmo dire, "Provare per credere", conclude Marzio Klos. •

can have the goods ready to deliver in the warehouse.

What is more, we are working on three large, important washing systems for industrial laundries in Italy and abroad. They are destined for Sardinia (Cagliari), Vietnam and Qatar (the latter will host the next Football Championships Fifa 2022); the three industrial laundries work with hotels and restaurants and are likely to increase their workload significantly in summer.

Let us also consider, Marzio Klos continues, that self-service laundry sector constitutes a constantly growing, fundamental business to us. Our consolidated experience in this field translates to more than 1000 openings all over the world. Since the beginning of the year, we have opened 60 laundries, which means that by the end of 2021 we will have opened more than a hundred of them. Still, considering the current context we are all living, we believe it actually is a successful achievement.

Moreover, we have implemented an internal project design studio at Brentareno. The way it works is that when a client sends us the floorplan of the future laundry room in the morning, we deliver the ready project in the afternoon. This work mode concerns all types of laundry dimensions. We also deal with all the parts relative to plants systems. We provide a 360° service, a turn-key product. Clients can come directly to our company's premises in Asolo to test the quality of the products. Thanks to our machines, it is possible to wash, e.g. motorcyclists' leather jackets directly in water, obviously using specifically indicated detergents for this purpose.

As one of the old commercials used to say "Try it to believe it", concludes Marzio Klos. •

BRENTARENO S.r.l.
Viale Enrico Fermi, 31 - 31011 Asolo TV - Italy
Tel. +39 0423 55283
Fax. +39 0423 1911378
info@brentareno.com www.brentareno.com