

## Laundry, il leader delle lavanderie



*Oltre 60 negozi in poco più di dieci anni. E' questo il "biglietto da visita" di Laundry, l'insegna del Gruppo Orange leader nel servizio di lavanderia ad acqua self-service. Che ora guarda all'estero e fa l'occhiolino alla gdo.*

Tutto ha avuto inizio verso la metà degli anni '90. E in poco più di un decennio - dal nulla - **Cristiano Zanetti, patron di Orange Network**, ha creato una vera e propria catena: **62 saloni di lavanderie** "a gettone" (di cui 20 di proprietà), un avviato progetto di espansione in Spagna, un fatturato 2007 che dovrebbe attestarsi sui 2,2 milioni di euro. Il tutto con una sola decina di addetti.

«Il nostro merito - dichiara Zanetti - è stato quello di esserci resi conto per primi che anche in Italia i tempi erano maturi per introdurre un servizio di lavanderie ad acqua self service. Lo abbiamo fatto, però, replicando e migliorando in chiave italiana ciò che esisteva da anni all'estero. **Così è nata Laundry**, un'insegna di lavanderie che da subito si è rivolta non solo a un target tradizionale di studenti, militari, lavoratori fuori sede, immigrati, turisti, ma anche all'esigente pubblico "stanziale", in particolare femminile».

I risultati dei primi cinque saloni, aperti nel giro di qualche anno (Verona, Vicenza, Mestre, Brescia e Piacenza), sono apparsi subito straordinari. Tanto che le richieste d'acquisto dei negozi hanno cominciato a giungere numerose. **Orange** si è trasformata così anche in franchisor. **Oggi è la catena leader del settore in Italia**. Conta 62 lavanderie, delle quali 42 gestite con un contratto di affiliazione.

Le condizioni per entrare a far parte della catena non sono proprio alla portata di tutti. Ma evidentemente la formula proposta da Orange suscita forte interesse tra commercianti e imprenditori, in un'ottica di diversificazione del proprio business o di semplice investimento. Investimento che richiede inizialmente un immobilizzo compreso tra i 60 e i 140mila euro, a seconda del format (variabile da 40 a 100 mq di spazio e oltre, fino a una innovativa soluzione di lavanderia "trasportabile"). A ciò si aggiungono un fee d'ingresso oscillabile da 20 a 45mila euro e le immancabili royalties.

Di contro, i vantaggi per i franchisee non sono pochi. «La nostra catena - sottolinea Zanetti - garantisce **elevatissima affidabilità in termini di igiene e sicurezza, alta tecnologia** e bassi consumi dei macchinari e know how. Assicuriamo inoltre all'affiliato una formula "chiavi in mano": dalla valutazione tecnico-commerciale dell'area e del negozio, alla progettazione e realizzazione degli impianti e arredi, allo start-up, alla formazione del personale e al lancio della campagna pubblicitaria, all'individuazione del miglior prodotto finanziario e assicurativo».

La rete di negozi in effetti è **creciuta rapidamente in pochi anni**. Soprattutto nel Triveneto, ma con presenze anche in Lombardia, Emilia Romagna, Lazio e Marche. Lo sviluppo della catena punta sempre di più a nuove aperture localizzate in centri con un bacino d'utenza compreso tra i 5 e i 10mila abitanti. **Nel mirino di Laundry pare ora esserci anche la distribuzione moderna**. E' di questi giorni un accordo stipulato con la catena alimentare Crai per promuovere l'apertura di negozi all'interno o adiacenti ai supermercati dell'insegna della do.

«Riteniamo che questa partnership possa tradurre in pratica il motto "guadagnare di più facendo felici i clienti" - spiega il presidente di Orange. Oltre al business che può derivare dalla gestione di un servizio di lavanderia automatica, infatti, per i dettaglianti se ne aggiunge un altro non da poco: lo sfruttamento del potenziale di spesa di coloro che, nell'attesa del lavaggio, si ritrovano un supermercato a disposizione. Vi sono in corso, inoltre, trattative anche in altri ambiti: sportivo, trasporti ecc. non ancora definiti».

**Nemmeno l'estero è al di fuori degli interessi di Orange Network**. «Abbiamo creato una testa di ponte in Spagna - aggiunge Zanetti - con l'apertura del primo negozio a Barcellona, premiata da ottimi risultati».

L'originaria capacità innovativa dell'impresa, peraltro, non si è affatto sopita. Come testimonia la volontà di evolvere le lavanderie Laundry con lo scopo di far trovare al cliente altri servizi, quali lo stiro della camicia, lo stiro self-service, postazioni internet, play station area games, videonoleggio, surround cinema area, distributori di bevande e snack, angoli per la lettura, area giochi per bambini con percorsi soft play ecc.