

**FONDATORE**  
Alessandro Pasini,  
53 anni,  
ne aveva 25  
quando fondò  
la Pasvens



## LA STORIA

### Una rivoluzione ogni decennio

**NATA** a Bologna nel 1988 e poi trasferitasi a Minerbio, nell'attuale stabilimento, la Pasvens srl commercializza, distribuisce e offre servizi per lavatrici ed essiccatori industriali in tutta Italia. L'azienda, il cui nome è l'unione dei cognomi dei due soci fondatori, Alessandro Pasini, attuale presidente e amministratore delegato, e Richard Stevens, poi uscito dalla società, fu tra le prime aziende a introdurre in Italia le lavanderie self-service a gettoni. La prima, tuttora esistente ma con altra gestione, fu aperta in via Irnerio, all'angolo con via Mascarella. Da quel primo locale, la Pasvens arrivò a fine anni '90 a essere titolare di una catena di venti lavanderie self-service in tutta Italia.

**A RIDOSSO** del 2000, quindi, la società ha venduto le lavanderie e si è concentrata sui servizi per detentori di lavatrici ed essiccatori a noleggio e in comodato d'uso, divenuto ben presto il core business aziendale. La Pasvens ha e gestisce oggi in tutta Italia oltre tremila macchine in 58 settori merceologici differenti, dalle lavanderie alle case di cura, dagli alberghi alle caserme e quant'altro. Nel 2014 è arrivata la terza rivoluzione: lavanderie pubbliche per condomini, con due progetti pilota a Roma e Reggio Emilia e l'obiettivo di farne il business del futuro. La Pasvens oggi ha 25 dipendenti e un bilancio 2015 chiuso a 3,2 milioni, in calo sul 2014 per via dell'acquisizione di un'azienda perugina dello stesso settore, in una prospettiva di crescita che è proseguita ininterrotta negli ultimi 10 anni.

s. arm

# «Il futuro del self-service? Le lavanderie condominiali»

*La Pasvens portò in Italia le prime macchine a gettoni*

di SIMONE ARMINIO

**LA PASVENS**, azienda leader nella commercializzazione, distribuzione e gestione delle lavatrici e le asciugatrici industriali, nasce nel 1988 da una chiacchiera da bar. Richard Stevens, studente americano, 24 anni, incontra Alessandro Pasini, gestore di una sala giochi di famiglia, 25 anni, e gli propone di esportare pasta negli Usa.

#### Pasini, lei cosa rispose?

«Rilanciai: e se aprissimo una catena di lavanderie self-service?».

#### Non è proprio la stessa cosa.

«Beh, in Italia non ce n'erano».

#### Se non ce n'erano, magari non se ne sentiva il bisogno.

«O magari nessuno ci aveva ancora pensato. Così andammo negli Usa, studiammo il mercato, incontrammo i produttori di lavatrici industriali, e al ritorno facemmo il primo tentativo in via Irnerio, angolo via Mascarella».

#### Come andò?

«Fu un successo immediato. Quella lavanderia, quasi 30 anni dopo, pur non essendo più nostra, è ancora lì».

#### La chiave del successo?

«Un business plan ben studiato in tutte le sue fasi. Primo livello: puntare agli studenti universitari».

#### Secondo livello?

«Allargarsi alle famiglie. Qualche anno dopo, infatti, aprimmo in via Toscana, in piena zona residenziale».

#### Fu più complicato?

«Sì, nessun exploit, ma una crescita lenta ma costante nel tempo. Anche quella lavanderia è ancora lì».

#### Terzo livello: l'Italia.

#### UN'EX STARTUP

«Avevamo 24 e 25 anni quando aprimmo il primo negozio in via Irnerio»

«Infatti nacque il franchising Lava&Lava, che arrivò a 20 negozi. Dopodiché prendemmo la decisione più difficile».

#### Raddoppiare?

«No, lasciare. Avevamo capito che a funzionare era la formula del self service, non il nostro marchio. Così vendemmo tutto e ci concentrammo sui servizi e la commercializzazione di lavatrici e asciugatori. Nel futuro, però, ci sono le lavanderie condominiali».

#### Perché mai condividere una lavatrice con i vicini, scusi?

«Per poter lavare tappeti e capi molto grandi, per fare un unico lavaggio, per non dover aspettare che tutto si asciughi, per non stirare. Nel nord Europa e negli Usa è già un successo».

#### Ma gli italiani sono diversi.

«Lo diciamo sempre. Infatti non credevamo nei fast food, nelle Birkenstock, nelle lavanderie a gettone...».

#### Dice che ci sovrastimiamo?

«Più che altro ci crediamo peculiari, senza considerare che, in un mercato globale, tutto prima o poi arriva dappertutto. Su questa convinzione lavoriamo da quasi 30 anni. Ma mi creda: non abbiamo inventato nulla. Ci abbiamo solo creduto prima di altri».

#### Cos'altro vi contraddistingue?

«Crediamo nella serietà. Perché saldare a 90 giorni quando si può farlo subito? Poi però pretendiamo che il cliente faccia lo stesso. Perché dire 'arrivo tra un'ora' se sai già che non ci riuscirai? Noi siamo sinceri, a costo di sembrare scortesi. Ma la sincerità paga».

#### Cosa fa, vuol cambiare l'Italia?

«Sono solo convinto che, se tutti ci comportassimo con più serietà, gran parte dei problemi svanirebbero. E che una cultura diffusa, altro non sia che la somma dei comportamenti dei singoli. Così ho deciso di fare la mia parte».

**MINERBIO**  
La sede principale della società

**L'AZIENDA IN NUMERI**

**1988**

Nascita

Tutto nacque da una lavanderia self-service in via Irnerio

**25**

Dipendenti

Suddivisi tra le sedi di Bologna, Milano e Perugia

**3000**

Macchine

Operative in tutta Italia tra comodati d'uso e noleggi

**3,2**

Milioni di euro

I ricavi 2015 in calo sul 2014 per via di una acquisizione



**70**  
CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
ASCOM CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA  
Settant'anni di futuro



#abolognamangiobene  
www.abolognamangiobene.it



Organizzazione:  
**CEDASCOM**



Con il contributo:  
CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIAL METRITANO E  
AGRICOLTURA DI BOLOGNA  
Comune APT/Comune

**aBologna MANGIOBENE**

Trova i Ristoranti dove gustare il menù su [www.abolognamangiobene.it](http://www.abolognamangiobene.it)

*Nei Ristoranti che aderiscono puoi gustare il menù "A Bologna mangio bene" a 25 - 35 - 45 euro: due piatti a scelta tra antipasto, primo, secondo e un contorno, un dessert o frutta, un calice di vino, una bottiglia d'acqua*