

“non solo una fiera, ma una piattaforma di relazioni”

di Simone Finotti

Ancora novità nel mondo del cleaning. E ancora una volta protagonista è Afidamp Servizi, che ha sviluppato il progetto Pulire 2.0, una piattaforma interattiva per “cambiare pelle” alla prossima edizione della fiera veronese. Con molti vantaggi per tutti. Ne parliamo con l'AD Toni D'Andrea, che presenta anche Pulire Outdoor.

40
GSA
GIUGNO
2012

Una “Second life” del cleaning?

Avete presente Second Life, il suggestivo mondo virtuale in cui migliaia di avatar si aggirano per le strade, esplorano quartieri di città e zone sconosciute, entrano negli edifici, si guardano intorno, sostano, si incontrano, si scambiano idee, opinioni e a volte anche effusioni in uno scenario futuribile da perfetto rendering architettonico? Benissimo. E ora potreste dire: ebbene? Che cos'ha in comune tutto questo con una fiera del pulito?

Una piattaforma interattiva

Per ora nulla, ma a partire dalla prossima edizione di Pulire Verona, che si terrà dal 21 al 23 maggio 2013, le analogie potrebbero essere molte di più. Il merito è tutto di 2.0, “un progetto – spiega l'AD Afidamp Servizi **Toni D'Andrea** – al quale stiamo lavorando da qualche mese, e che farà di Pulire una fiera interattiva a tutto tondo.” Pulire Verona 2013, insomma, si distinguerà proprio per la massima interazione e incontro tra domanda e offerta, e non solo nei giorni della fiera. “Il concetto di 2.0 applicato ad una fiera significa predisporre una piattaforma interattiva di relazioni capace di raccogliere il consenso di segmenti omogenei, su contenuti vari inerenti alle tematiche di filiera o di sistema o semplicemente di mercato, molti mesi prima che



la manifestazione abbia luogo e di mantenerlo fino a molto tempo dopo. L'utente, espositore o visitatore, da semplice fruitore di informazioni diventa soggetto attivo e dinamico nel sistema di relazione.”

Il mondo cambia, perché le fiere no?

Ma c'è molto di più. “Siamo partiti – è sempre **D'Andrea** a spiegare – da una considerazione: in un mondo che cambia tanto rapidamente, che si sta facendo sempre più interconnesso, e in cui l'accesso alle informazioni, ai dati, ma anche alle persone fisiche è sempre più agevole, possibile che nessuno si sia mai interrogato sui protocolli degli eventi-fiera? Guardandoci intorno, a partire naturalmente dal nostro settore, ci siamo resi conto che negli ultimi anni si è intervenuti molto sull'immagine dell'evento in quanto tale,

ma molto poco sulla “formula fiera” e, soprattutto, sul valore effettivo della manifestazione. E oggi, in un mondo in cui è relativamente semplice trovare mail, contatti e numeri di chiunque, anche delle persone più importanti del pianeta, ci si trova a non sapere chi sta visitando, ha visitato o visiterà una fiera.”

Un dialogo a più direzioni

Riflessioni che hanno portato D'Andrea e tutta la squadra Afidamp Servizi a interrogarsi su cosa si poteva fare, concretamente, per dare una svolta a questa situazione di stasi. E del resto Afidamp ci ha ormai abituato a iniziative di alto profilo, che mirano a fare del cleaning, tradizionalmente considerato un comparto di modesto profilo, un settore all'avanguardia nell'innovazione. Pulire 2.0 significa creare, molto tempo prima che l'even-

to fisico abbia luogo, un luogo virtuale, accessibile dal mercato che consenta alla domanda e all'offerta di dialogare tra loro in modo pluridirezionale: offerta-domanda, domanda-offerta, domanda-domanda, offerta-offerta, domanda-offerta-domanda. Di che cosa si tratta, in pratica? "Si tratta di un progetto piuttosto articolato, che parte molto prima che la tre giorni della fiera abbia fisicamente luogo. Il primo passo è quello dell'implementazione di uno spazio virtuale a cui espositori e visitatori possano accedere a partire da alcuni mesi prima della fiera. Stiamo prendendo contatti con una serie di sviluppatori di spazi online, e pensiamo che per la fine dell'anno il tutto possa già essere operativo."

Il piacere di (pre)registrarsi

Nell'accedere a questo luogo virtuale, i soggetti interessati dovranno fornire una serie di informazioni sulla propria attività mediante una mascherina da compilare. Per i fornitori saranno organizzati alcuni incontri finalizzati a spiegare il funzionamento della nuova fiera, mentre i visitatori saranno invitati a pre-registrarsi online. "Chi non lo farà – aggiunge D'Andrea – potrà comunque farlo a Verona, ma dovrà pagare una cifra piuttosto alta e dunque sarà penalizzato." In questo modo il visitatore riceverà il badge e una password per accedere al servizio wi-fi della fiera, mentre l'organizzazione avrà a disposizione una serie di dati (la mascherina conterà di una quindicina di campi obbligatori) per procedere alla fase due, che è quella della tracciabilità degli utenti in fiera. "La condizione 2.0 richiede che l'implementazione del contenitore virtuale avvenga mediante il contributo di tutti gli utenti. La contaminazione informativa derivante dalla intersezione di tutti i canali di dialogo: social network, informazioni istituzionali, comunicati aziendali, rassegne stampa, indicazioni organizzative conferirà valore all'insieme di conoscenza collettiva disponibile."

Da visitatore a "soggetto sensibile", ecco come

E qui torniamo all'accostamento iniziale con Second Life: dal momento in cui entrerà in fiera (fatta salva, in ogni caso, la possibilità

di rinunciare a fornire i propri dati secondo le normative sulla privacy), il visitatore sarà tracciato e sarà, per così dire, un "soggetto sensibile". Le potenzialità del sistema sono enormi, e tanto numerose da non essere state nemmeno tutte scandagliate fino in fondo. La novità più immediata è la possibilità di sapere in ogni momento, in tempo reale quindi, chi sta visitando la fiera, e quale attività svolge. Tutti gli utenti dotati di smartphone e connessi al sistema wi-fi della fiera potranno accedere a un sistema di interrogazione molto dettagliato, in grado di dare dalle informazioni più generali (quanta gente c'è? Ce n'è più della scorsa edizione? Ci sono più o meno visitatori di questa mattina, o di ieri?) a quelle più raffinate (quanti dealers ci sono? Ce ne sono, in questo momento, che operano in Piemonte, Lazio, Campania, ecc...? E all'estero?). "Paradossalmente potrei anche sapere quante persone di nome Marco, Luigi, Carla ci sono in quel momento in fiera. I vantaggi sono innumerevoli: mettiamo il caso che un fornitore sia alla ricerca di un dealer, che so, a Cipro: non dovrà fare altro che verificare se in qual momento ci sono distributori attivi a Cipro e, se vuole, inviargli direttamente un messaggio sul telefono. Quanto ai visitatori, sarà più semplice per loro organizzarsi percorsi "mirati", risparmiando energie, tempo e denaro: il che in tempo di crisi non è male...".

I vantaggi per gli espositori

C'è poi un ulteriore livello: "Oltre a questo, doteremo tutti gli espositori di un lettore di codici a barre con cui potranno registrare i visitatori e crearsi un database puntuale e aggiornato da utilizzare dopo la fiera. Si tratta, anche in questo caso, di uno strumento molto utile a noi per studiare comportamenti, orari, tempi, preferenze dei visitatori, e agli espositori per avere sempre sotto mano i dati della loro presenza in fiera. E magari anche capire i propri punti deboli e interrogarsi sui propri punti di forza: perché, a parità di metratura e di posizione, il mio concorrente ha totalizzato il triplo dei visitatori? Quali sono i punti strategici della fiera? Sono riuscito a farmi conoscere abbastanza, a dare visibilità al mio marchio? O ancora: ci sarà la possibilità di "personalizzare" l'accoglienza, di distribuire inviti all'evento, di far conoscere le proprie novità e molto altro ancora. Si può anche valutare la possibilità di premiare, o comunque riconoscere, la capacità attrattiva di alcune aziende: se un espositore mi porta in fiera 2.000 persone, perché non riconoscerlo applicando, ad esempio, meccanismi compensativi? Queste sono solo alcune delle ipotesi: per intanto, il primo obiettivo è quello di informare gli utenti e guidarli all'utilizzo più corretto dello strumento 2.0. Uno strumento all'avanguardia, se è vero, come ci risulta, che nessuna fiera di nessun settore si è dotata di una piattaforma di questo tipo."

PULIRE OUTDOOR
2012

La nuova configurazione darà luogo ad una manifestazione integrata:

PULIRE **PULIRE OUTDOOR**

35.000 mq. netti (+50%)
15.000 visitatori (+40%)

Pulire 2.0 in sintesi

Riassumendo: tra i vantaggi immediati ci saranno la creazione di piattaforme mirate per consentire ad altri utenti di accedere al dialogo, un sistema di social-networking tra offerta e domanda utilizzando i canali istituzionali di rete, la possibilità di generare un database tra espositori

e visitatori capace di generare agende di appuntamenti e interazioni on demand, database espositori con link al proprio sito, fotografia dei prodotti e loro schede tecniche, posizione e immagine del proprio stand, contatti personali aziendali, servizio di inviti all'evento, personalizzati e personalizzazione dell'accoglienza,

banner sul portale Pulire 2.0. In questo modo la fiera non sarà più una semplice "fiera", ma una vera e propria "seconda vita" in cui costruire relazioni, progettare partnership, scambiare informazioni... in una parola, essere davvero soggetti attivi di una rete complessa: una seconda vita che, come accade nei migliori "mondi virtuali", si interseca con la vita reale rendendocela più semplice e, spesso, un po' più interessante.

Luci sulla città, con Pulire Outdoor

Ma Pulire 2.0 non sarà l'unica novità della fiera 2013. Ci sarà anche Pulire Outdoor, che sancirà l'apertura della fiera ad un comparto attiguo a quello del cleaning industriale. Dice **D'Andrea**: "L'abbiamo chiamato Pulire Outdoor Focus città, e abbiamo aggiunto la dicitura "Luogo di dialogo per ripensare i servizi del sistema urbano". Pulire Outdoor, che sarà ospitata fisicamente in due ampi padiglioni oltre a uno spazio esterno per le dimostrazioni, rappresenta l'ideale prosecuzione dell'esperienza partita già quest'anno a Forum Pulire: l'idea è quella di ampliare il concetto di pulito all'intero ambiente urbano, dove - come è stato dimostrato al Forum - la pulizia, l'igiene e le buone condizioni ambientali hanno importanti ricadute sul piano sociale e, ovviamente, sulla qualità della vita. Ci ha molto colpito sentir dire da importanti voci esterne al nostro mondo che le aree meno pulite delle città sono quelle in cui si muore di più e la criminalità arriva a livelli preoccupanti (*vedi articolo pag. ... ndr*). Questo conferma ciò che da sempre andiamo dicendo, e cioè che la pulizia dell'ambiente è portatrice di valori positivi. E viceversa. Quanto a Pulire Outdoor, non si tratta semplicemente dell'estensione di Pulire che ospiterà spazzatrici stradali e simili, ma di un luogo nuovo in cui il valore primario è il dialogo, un contenitore dinamico che integrerà l'offerta di Pulire rappresentando un momento di incontro fra soggetti dell'offerta ed erogatori dei servizi di igiene urbana. In tal modo i due comparti, indoor e outdoor, si integrano nella cornice della fiera veronese come due aspetti della medesima realtà." Del resto non è un caso, ci verrebbe da chiosare, che GSA abbia fin dall'inizio (fine anni Novanta!) affiancato alle uscite tradizionali un'intera rivista, divenuta ben presto autonoma, dedicata all'igiene urbana.

Linea ecologica Vileda Professional

Andiamo incontro alla domanda presente senza compromettere le generazioni future

vileda
PROFESSIONAL



Vileda Professional offre un'ampia gamma di prodotti a ridotto impatto ambientale e insigniti di riconoscimenti ufficiali validi a livello internazionale:

- Panni e Mop in 100% MICROFIBRA - il ridotto utilizzo di detergenti e la maggiore durata consentono un notevole risparmio di denaro e soprattutto un maggiore rispetto per l'ambiente.
- PANNI SPUGNA - gli unici composti esclusivamente da materiali naturali, sono riciclabili e interamente biodegradabili.
- SCOPE NATURAL - le prime scope composte al 100% da materiali riciclati.
- CONTENITORI RIFIUTI - linea completa e innovativa di contenitori per la raccolta differenziata.



Helping you make a difference.

FHP di R. Freudenberg a.s. Divisione Professional
Via del Valtorta, 45 - 20127 Milano
Tel. 02.3886.1 - Fax 02.26821780 www.vileda-professional.it