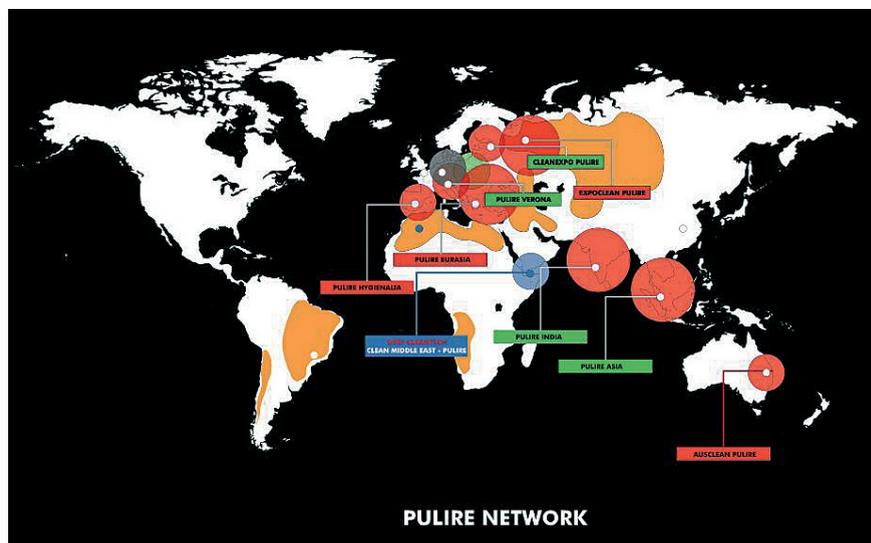
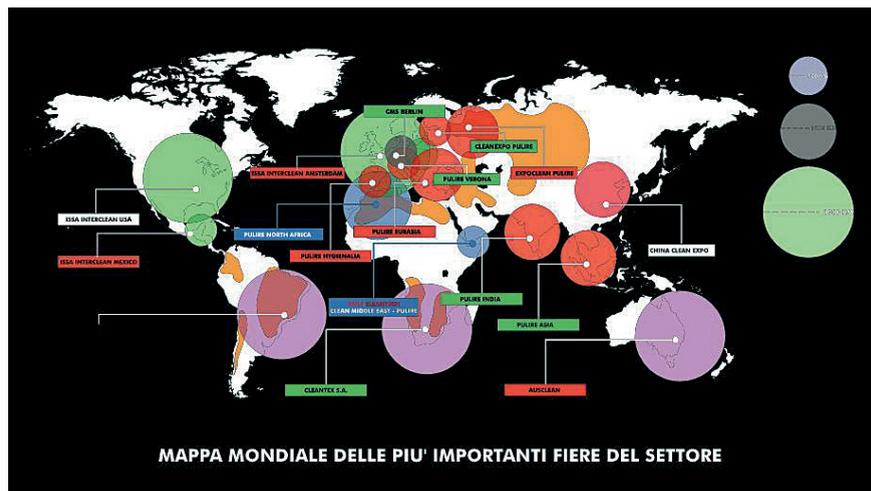


il 2012 e 2013 del pulito nel mondo

di Laura Bruni

Anno che vai, fiera che trovi: ogni anno è costellato di numerose fiere che stimolano il mercato del cleaning professionale. Ne parliamo con Toni D'Andrea, amministratore delegato Afidamp Servizi, che ci spiega tutte le nuove proposte per un biennio ... da esposizione.



34
GSA
GENNAIO
2012

Agli anni dispari seguono gli anni pari. E così, per un 2011 che si porta via una riuscitissima edizione di Pulire fa capolino un 2012 di nuove ed interessanti fiere cui il mondo del cleaning è invitato a non mancare.

La buona stella del cleaning: al battesimo Hygenalia

Il nuovo anno del cleaning parte dunque sotto la buona stella del marchio Pulire che a fine gennaio è impegnata a Valencia con il debutto di Pulire + Hygenalia (31 gennaio – 2 Febbraio) che vede per la prima volta la collaborazione del marchio Pulire col mercato locale spagnolo. I tre gruppi iberici (Reed Exhibition, il principale operatore privato di fiere nella Penisola Iberica e tra i più importanti nel mondo, ASFEL, Associazione Nazionale dei Fabbrianti Spagnoli di Prodotti per la Pulizia e per l'Igiene e la Fiera di Valencia) hanno scelto infatti di collaborare con Afidamp Servizi per provare qualcosa di innovativo: il cleaning spagnolo, soprattutto a fronte della situazione economica precaria di questi ultimi anni, aveva infatti bisogno di un partner internazionale di tutto rispetto che potesse garantire il giusto prestigio ad una fiera per incrementarne l'interesse a parteciparvi. Qui entra in gioco Pulire, uno dei grandi marchi delle fiere internazionali del nostro settore, l'unico ca-

pace di registrare un'edizione di successo nel corso dello sciagurato 2009 e di replicare (aumentandolo) tale successo due anni più tardi, nel 2011, quando la ventesima edizione di Pulire Verona è stata premiata con ottimi numeri nonostante i grossi cambiamenti applicati al format. I numeri registrati, in fin della fiera, hanno infatti sancito incrementi su tutte le cifre del 2009: una superficie espositiva di 16.509 mq che segna un incremento del + 9%, un incremento della superficie media per espositore da

48mq a 55mq (indice di fiducia da parte delle imprese nelle potenzialità di questa fiera) nonché un incremento del numero dei visitatori del +21,4% e del 22,8% sui visitatori stranieri.

Pulire: un marchio sempre più prestigioso

La mission di Afidamp Servizi, quella di rendere Pulire un marchio sempre più riconosciuto e prestigioso non solo oltre i confini nazionali ma anche oltreoceano

C'È SEMPRE UNA ROSSA FATTA APPOSTA PER TE.



MEGA I, PER ESEMPIO!

LA LAVASCIUGA SILENZIOSA CHE FARÀ RUMORE.

MEGA I ha tutte le doti per dare il massimo di sé nelle più varie situazioni di impiego: lo sporco pesante di un'officina, i grandi spazi di una logistica, i pavimenti di un supermercato da pulire in pochissimo tempo, tutte situazioni in cui occorrono doti di robustezza, efficacia e maneggevolezza. E dove occorre lavorare ma senza disturbare chi riposa, **MEGA I** è imbattibile con una rumorosità di soli 60 dBA.



people & technology

RCM S.p.A. Casinalbo Modena Italia
Tel. +39 059 515 311 Fax +39 059 510 783 www.rcm.it

NUOVI PROGETTI CONSOLIDATI NEL CORSO DEL 2011

**Hygienalia
+ PULIRE**
FERIA DE LIMPIEZA E HIGIENE PROFESIONAL
VALENCIA, 31 GENNAIO 2 FEBBRAIO

sta dunque dando i frutti sperati. Un progetto che l'infaticabile amministratore delegato dell'associazione, **Toni D'Andrea** sta portando avanti personalmente, sempre a cavallo tra un ritorno ed una partenza per promuovere il marchio Pulire e le iniziative che l'associazione mette in campo per il futuro. Tante sono infatti le nuove proposte che ogni anno Afidamp Servizi sottopone agli associati, sia in termini di fiere vere e proprie sia in termini di cambiamenti all'interno delle manifestazioni già rodiate e consolidate. «Certamente siamo un soggetto dinamico – afferma D'Andrea – e gran parte del nostro lavoro è proprio rivolto a proporre nuove soluzioni, perché c'è sempre il margine per poter migliorare anche nelle fiere di successo. Questa attenzione al cambiamento è il riflesso di una volontà profonda di fare gli interessi dei nostri associati: non siamo un ente che sposa una mera logica di profitto vendendo spazi espositivi in fiera. Il nostro obiettivo è da una parte dialogare con i nostri associati in un'ottica di continuo miglioramento delle fiere già consolidate e dall'altra quella di proporre nuove prospettive di mercato attraverso nuove fiere».

Le fiere: Pulire Eurasia e CMEP

A settembre sarà la volta di Pulire Eu-

rasia in Turchia, giunta alla sua seconda edizione e che si terrà tra il 27 e il 29 settembre 2012. Per la fine dell'anno, invece, Pulire tornerà finalmente a Dubai dopo quattro anni con una nuova fiera: il CMEP, acronimo di Clean Middle East Pulire che si svolgerà a Dubai il prossimo 27-29 Novembre e che prevede per quest'anno la partecipazione di un partner indiano a successivamente anche di un partner locale.

Anni pari ed anni dispari: tutte le fiere

Basta fare un rapido calcolo per capire che le fiere si distribuiscono in modo disomogeneo tra anni pari e dispari: in quelli pari ci sono molte meno fiere. «Uno dei nostri obiettivi principali – ci spiega D'Andrea – è allineare tre target: brandizzare nuove fiere, esplorare nuovi mercati e riequilibrare il divario tra gli anni pari e quelli dispari». La prospettiva per il 2012 è infatti quella di avere in tutto sette fiere: Hygienalia + PULIRE (Spagna), CCE China Clean Expo (China), Issa Interclean (Amsterdam), Pulire Eurasia (Turchia), Issa Interclean USA (USA), Expoclean Pulire (Russia), Clean Middle East Pulire (Emirati Arabi).

Mentre sono ben 13 le fiere negli anni dispari, cominciando con Pulire Asia (Singapore o più probabilmente Indonesia), Europropre (Francia), The Cleaning Show (Gran Bretagna), CCE China Clean Show (Cina), CleanExpo Pulire (Russia), Issa Interclean Eastern Europe (Polonia), Ausclean Pulire (Australia), Pulire (Italia), Cleantex (Sud Africa), Hygiexpo (Brasile), CMS (Germania), Issa Interclean USA (USA) e Clean India Pulire (India).

Obiettivi centrati: Pulire sbarca in Australia

«Queste sono le principali fiere del settore previste per il biennio venturo – ci spiega D'Andrea – dove Pulire ha brandizzato quelle nei mercati più emergenti. Ausclean Pulire a Sydney è un progetto certo che si svolgerà nel 2013. Avere un presidio in queste zone può rap-

NUOVI PROGETTI CONSOLIDATI NEL CORSO DEL 2011

CMEP EXPO
Clean Middle East Pulire

DUBAI, 27-29 NOVEMBRE 2012



presentare un colpo molto importante: l'Australia è un mercato piccolo ma molto moderno e questa fiera può essere un'ottima occasione per legare commercialmente i destini del cleaning italiano con quello autotono. Il Brasile è un mercato assolutamente emergente che fa parte dei Paesi BRIC la cui economia è in nettissima espansione e il Sud Africa è un Paese strategico al confine con zone limitrofe molto interessanti da presidiare». Sono questi gli altri progetti sui quali si lavora da mesi.

Afidamp Servizi lavora dunque nell'ottica di mettere mano in modo efficace e mirato alle fiere in modo da creare interessanti nuovi stimoli per i propri associati e per il mercato in generale. Anche per una fiera ormai consolidata come Pulire Verona è prevista una piccola rivoluzione per la ventunesima edizione del 2013. Stiamo parlando della nuova piattaforma creata per gli associati in vista della fiera e che prende il nome di Pulire 2.0, un termine utilizzato per indicare



uno stato dell'evoluzione del sistema globale delle informazioni rispetto alla condizione precedente, nell'ottica di garantire un più efficace ed evoluto livello di interazione tra offerta e utente.

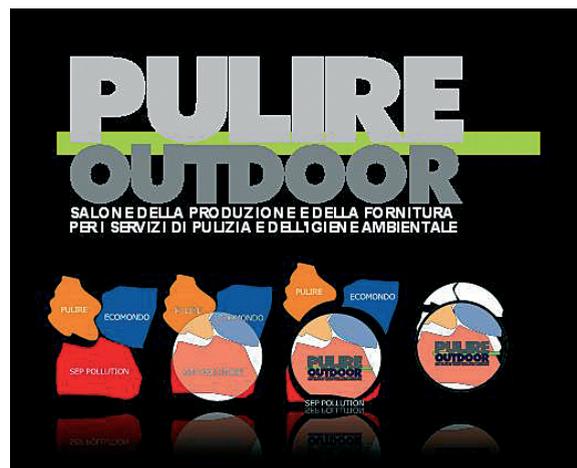
Ma cos'è Pulire 2.0?

«In pratica – ci spiega D'Andrea – vogliamo 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 rete. Pulire 2.0 significa creare, molto tempo prima che l'evento 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, offerta-offerta, domanda-offerta-domanda, ecc. e richiederà, per essere efficace, la predisposizione di un sistema di servizi e di un periodo di formazione e acquisizione per gli utilizzatori finali (domanda e offerta) affinché questi ultimi ne utilizzino i contenuti e le potenzialità».

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, aggiornamento sistematico dei contenuti dinamici, ecc, conferirà valore all'insieme di conoscenza collettiva disponibile. Per questo motivo il grado di integrazione della piattaforma con il mercato sarà totale ad eccezione di alcuni segmenti considerati riservati e per i quali l'attenzione sarà massima.

Infine anche novità previste per il club Pulire che avrà il WI-FI gratuito nei padiglioni della fiera, un accesso al Club Pulire Lounge, una serie di servizi di promozione mirata nel portale Pulire 2.0 nonché il diritto di prelazione nell'assegnazione e variazione degli spazi e nella richiesta di servizi.

La campagna di riconferma avviata nel mese di ottobre ha prodotto un eccellente risultato: «Gli espositori che hanno confermato la loro partecipazione all'edizione 2013 – conferma D'Andrea – sono stati 101, occupando una superficie netta complessiva di mq. 8.595. (52% dell'area occupata nel 2011)».



Pulire Outdoor

Ma la novità più interessante riguarda il progetto di apertura della fiera ad un comparto attiguo a quello del cleaning industriale. Dal 2013 Pulire aggiungerà due padiglioni aprendo al comparto delle spazzatrici stradali: si chiamerà PULIRE OUTDOOR, che si configura come progetto di integrazione al format consolidato Pulire. «La volontà – conclude D'Andrea – è quella di dilatare l'offerta, attualmente poco valorizzata, all'interno di un contenitore attivo e dinamico affinché il risultato di incontro tra soggetti dell'offerta ed erogatori del servizio, sia il più efficace». E nell'attesa di poter vedere questo nuovo esperimento dei due comparti (indoor ed outdoor) integrati nella cornice della fiera scaligera, non resta che segnare sul calendario tutte le fiere previste per questo 2012, partecipare numerosi e portare alto il buon nome del cleaning italiano nel mondo.