

# N.6

# GIUGNO 2015

# GSA

## IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

postatarget  
magazine  
DCCOS5538  
NAZ/185/2008  
Posteitaliane



### MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

## IL REPORT COMPLETO DI PULIRE 2.1

### **PULIRE** THE SMART SHOW

Pulire 2015: l'anno dell'ottimismo

Cam ospedalieri, a che punto siamo?

Probiotici in sanità? Sì, no, forse...

Innovation Award 2015, Kärcher  
vince il premio più combattuto

Dalle persone alle cose:  
il futuro è nella connessione

Afidampcom "tasta il polso"  
al 2014 dei dealer

ONBSI: insieme per lavorare alle regole

Opportunità o minaccia? Afidampcom  
ragiona sull'e-commerce

Afidampcom: il noleggio  
fa fare affari d'oro!

Dati Afidamp 2014:  
finalmente una crescita decisa

Pulire Outdoor:  
che succede "fuori dalla porta"?



**EDICOM**  
www.gsaneeds.it

Incaricare gli addetti senza che passino dall'ufficio, Arrivare, Timbrare, Ordinare prodotti, Fare servizi, Appuntare attività svolte, Fotografare l'intervento, Geolocalizzare, Inviare resoconti il tutto in pochi click. Cosa vuoi di più da una APP ?

### AVANTI PER FORZA !



 **PROJECT** S.R.L.  
INFORMATICA

Via Massimo d'Azeglio 17—Brescia  
030.390495— info@project-informatica.it

# MICRO

IL PRE-IMPREGNATO A INGOMBRO RIDOTTO



**MICRO** mantiene tutte le funzioni di un tradizionale carrello da preimpregnazione con il vantaggio delle dimensioni ridotte:  
L 52 cm x P 67 cm x H105 cm

Adatto a ogni contesto, anche il più angusto.

GRUPPO

**ICA** *system*

SISTEMI PER LE PULIZIE INDUSTRIALI

Micro è ideato e distribuito da: ICA System Srl

TREVISO - MILANO - TRENTO - BRESCIA

[info@icasystem.it](mailto:info@icasystem.it) / [www.icasystem.it](http://www.icasystem.it)

NOVITÀ

# Concentrati sul profumo

**FLAVOR SOFFIO**  
Fragranza di PEONIA e CASSIA

**FLAVOR BREZZA**  
Fragranza di ZUCCHERO A VELO

**FLAVOR TRAMONTO**  
Fragranza di VANIGLIA e MANDARINO

**FLAVOR RUGIADA**  
Fragranza di FELCE

**FLAVOR AURORA**  
Fragranza di VANIGLIA e ORCHIDEA

**FLAVOR TEMPESTA**  
Fragranza di MELOGRANO e PERA

**FLAVOR NUBE**  
Fragranza di ALOE

**FLAVOR ARIA**  
Fragranza di TALCO



## FLAVOR

**Le nuove fragranze con formula concentrata.**

Ecco la nuova linea FLAVOR di Bettari, i profumatori per ambienti con formula concentrata.

Presentato alla Fiera Pulire 2015, l'innovativo formulato per uso professionale previene e neutralizza i cattivi odori, lasciando un profumo intenso e gradevole.

FLAVOR è disponibile in **8 deliziose fragranze** adatte a donare una nuova piacevolezza ad ogni ambiente.



**BETTARI DETERGENTI Srl**  
Via G. Galilei, 2 - 25020 Poncarale (BS)  
Tel. +39 030 2540330 r.a.  
Fax +39 030 2540332  
info@bettari.it - www.bettari.it



**Bettari** DETERGENTI  
CONCENTRATI SULLA PULIZIA

# Genie XS



## Cleaning ON DEMAND

Prova la nuova esperienza del pulito: quando vuoi e dove vuoi



SEMPRE PRONTA ALL'USO  
RICARICA VELOCE  
MASSIMA POTENZA

Grazie alla batteria agli ioni di Litio è l'ideale per interventi brevi e mirati nella stessa giornata

**SEMPRE AL TUO FIANCO**

Genie XS con le sue dimensioni extra small si può trasportare ovunque necessario

**PULISCE DAPPERTUTTO**

Genie XS lava e asciuga in tutte le direzioni, in avanti e indietro con movimento rettilineo o a slalom

 **FIMAP®**

MACCHINE PER LA PULIZIA PROFESSIONALE: LAVASCIUGA PAVIMENTI, SPAZZATRICI, ASPIRATORI COMMERCIALI E INDUSTRIALI, LAVASUPERFICI TESSILI, MONOSPAZZOLE

[www.fimap.com](http://www.fimap.com) o seguici su    

Numero Verde  
**00800-05070000**



## SOMMARIO



ATTUALITÀ	7
AFFARI E CARRIERE	63
CARNET	64
ORIZZONTI	75



## INSERTO

### REPORT PULIRE 2.1

- 21 Pulire 2015: l'anno dell'ottimismo
- 24 Cam ospedalieri, a che punto siamo?
- 26 CNA, ritorno in grande stile
- 30 "La sporca storia del pulito", lo zibaldone firmato Giulio Guizzi
- 32 Probiotici in sanità? Sì, no, forse...
- 34 Innovation Award 2015, Kärcher vince il premio più combattuto
- 38 Dalle persone alle cose: il futuro è nella connessione
- 40 Finalmente a battesimo la piattaforma "European Cleaning Days"
- 42 Report FENI, fotografia del post-crisi
- 44 Afidampcom "tasta il polso" al 2014 dei dealer
- 46 ONBSI: insieme per lavorare alle regole
- 48 Opportunità o minaccia? Afidampcom ragiona sull'e-commerce
- 50 Afidampcom: il noleggiatore fa fare affari d'oro!
- 52 Dati Afidamp 2014: finalmente una crescita decisa
- 56 Pulire Outdoor: che succede "fuori dalla porta"?
- 60 Un re-cavaliere alla corte dei Ruffo

**Deo Det**  
i deodetergenti multifunzione

con le profumazioni ad alta persistenza di **ESSENZA**

deodetergente iperconcentrato multifunzione

DEODET è un detergente multifunzione igienizzante con principi attivi ad alta concentrazione a base di tensioattivi di nuova generazione e oli essenziali. È ideale per tutti i pavimenti in ceramica, marmo, parquet, teak; è indicato anche per la pulizia di superfici verticali e rivestimenti; ottimo pulitore per i sanitari, docce, lavandini; è anche idoneo per l'utilizzo in macchine lavasciuga nella versione iperconcentrato. La sua azione pulente e profonda ed extra brillante asciuga senza lasciare aloni. Negli ambienti verrà rilasciato l'esclusiva Essenza di casa Rubino-Chem per un intenso ed inimitabile profumo che dura più a lungo.

DEODET MULTIFUZIONE è disponibile nella versione **iperconcentrato** in scatole da 12 flaconi da 250 ml con dosatore "Turn ON-OFF", oppure nella versione **concentrato** in pratiche confezioni Multipack da 24 buste monodose da 5 ml.

deodetergente concentrato multifunzione monodose

Confezione MULTIPACK da 24 buste monodose

Rubino Chem THE SPECIALTY COMPANY

Via Vigili del Fuoco Caduti in Servizio, 14/s  
70026 Modugno (BA) - Italy  
Tel. +39.080.5035348 - Fax +39.080.5008545  
www.rubinochem.it - info@rubinochem.it

MADE IN ITALY

www.rubinochem.it

GSA il giornale dei servizi ambientali è un mensile inviato tutti i numeri agli abbonati e ai rivenditori del settore. Con sei numeri all'anno raggiunge imprese di pulizia e disinfestazione (gennaio-marzo maggio-giugno-agosto-novembre), con due numeri hotel e società di catering (febbraio-ottobre), aziende sanitarie e comunità (aprile-settembre), industria e grande distribuzione (luglio-dicembre).

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica  
Per il periodo 1/1/2014-31/12/2014  
Periodicità: MENSILE • Tiratura media: 5.583 • Diffusione media: 5.495  
Certificato CSST n. 2014-2502 del 3/3/2015 • Società di Revisione: FAUSTO VITTUCCI

"Ai sensi dell'articolo 2 comma 2 del Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, si rende nota l'esistenza di una banca-dati personali di uso redazionale presso la sede di Via Alfonso Corti, 28 - Milano. Gli interessati potranno rivolgersi al responsabile del trattamento dei dati sig.ra Barbara Amoruso presso la sede di Milano, Via Alfonso Corti, 28 per esercitare i diritti previsti dal D. Lgs 196/2003"



ASSOCIATO A:  
**A.N.E.S.**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

**CSST** CERTIFICAZIONE  
EDITORIA SPECIALIZZATA E TECNICA

© Copyright EDICOM srl - Milano

COLOPHON

Direzione, Amministrazione,  
Redazione e Pubblicità:  
**EDICOM srl**  
Sede legale: Via Zavanasco, 2  
20084 Lacchiarella (MI)  
Sede operativa:  
Via Alfonso Corti, 28  
20133 Milano  
Tel 02/70633694 - 70602106  
Fax 02/70633429  
info@gnews.it - www.gnews.it  
Direttore Responsabile:  
**GIOVANNA SERRANO**  
Redazione:  
**SIMONE FINOTTI,**  
**ANTONIA RISI**  
Segreteria:  
**BARBARA AMORUSO**  
Diffusione:  
**GIOVANNI MASTRAPASQUA**  
Sviluppo e pubblicità:  
**GIANCARLO GIAMBELLI,**  
**ANDREA LUCOTTI,**  
**MARCO VESCHETTI**

Progetto grafico:  
**AFIDAMP COMUNICAZIONE**  
Composizione, grafica e impaginazione:  
**STUDIO GOMEZ**  
Copia 2,58 Euro  
Fotolito e stampa:  
**STUDIO GOMEZ - COLOGNO MONZESE (MI)**  
**VELAWEB - BINASCO (MI)**

Autorizzazione del Tribunale di Milano n° 633 del 19/10/1996. La pubblicità non supera il 50% del numero delle pagine di ciascun fascicolo della rivista. La Casa editrice declina ogni responsabilità per possibili errori ed omissioni, nonché per eventuali danni risultanti dall'uso dell'informazione contenuta nella rivista. Le opinioni espresse dagli autori negli articoli non impegnano la direzione della rivista. Parimenti la responsabilità del contenuto dei redazionali e dei messaggi pubblicitari è dei singoli.

ISSN 1973-5324  
Abbonamenti:  
**ITALIA ANNUO EURO 70**  
**EUROPA E PAESI EXTRA EUROPEI EURO 130**  
C.C.P. 38498200

## MIGLIOR SERVIZIO, MAGGIOR VALORE

**INNOVAZIONE**  
PER IL CLEAN, FOOD E FACILITY

- ✓ **MOBILE, WEARABLE, INTERNET OF THINGS:** gestione dei servizi, manutenzione e logistica
- ✓ **AUTOMAZIONE delle MACCHINE,** monitoraggio REMOTO
- ✓ **MACCHINE che COMUNICANO** per un lavoro più facile e produttivo
- ✓ **INFORMAZIONI REAL TIME** su attrezzature, consumi e procedure
- ✓ **RIDUZIONE COSTI** e ottimizzazione delle risorse



FOOD



FACILITY

CLEAN



# Vi racconto l'anima "professional" di Kärcher



Multinazionale dai mille volti, molto conosciuta nel mercato consumer, ora Kärcher preme l'acceleratore del settore professionale (quello, per intenderci, contraddistinto dal colore "grigio antracite"), con una strategia mirata che punta sulle risorse umane, su nuovi modelli di distribuzione e sull'ampliamento della gamma all'insegna delle soluzioni innovative. A Pulire, nell'enorme e luccicante stand indoor dell'azienda, incontriamo **Giovanni Probo**, Amministratore Delegato Kärcher spa.

## Come state agendo sul versante professionale?

"Innanzitutto investendo in risorse umane, con l'inserimento di figure che si occupino specificamente del mondo delle imprese di pulizia, e del retail. Si tratta di figure provenienti dalle imprese, perciò in grado di interloquire più facilmente con il settore di riferimento".

## Come vede questo mercato?

"Ci sono alti e bassi. Quest'anno, ad esempio, sembrava partito bene e in realtà stiamo vendendo ancora un po' di incertezza. Si naviga a vista e questo non dà continuità. Per quanto ci riguarda, stiamo approcciando il mercato in modo diverso dai nostri concorrenti, perché più che macchine o prodotti proponiamo soluzioni a tutto tondo".

## Oltre alle imprese, pensate ad altri segmenti?

"Il nostro principale riferimento resta l'industria. Anche in questo caso abbiamo inserito una persona che si occupa solo di questo comparto, con una visione più strategica che in passato. Oggi stiamo contattando importanti aziende e gruppi internazionali e nazionali per proporre le nostre soluzioni e i loro benefici tangibili. E' un percorso iniziato circa due anni e mezzo fa, e oggi stiamo iniziando a raccogliere risultati concreti".

## Come vanno i negozi monomarca?

"E' un'esperienza molto positiva. Anche qui dobbiamo fare molto meglio: dopo averne attivati sette, dobbiamo guidarli e indirizzarli, soprattutto in settori, come il domestico, che non appartengono al Dna dei nostri Partner professionali".

## Proseguirete nelle aperture?

"Sì, ma sempre con razionalità. Il nostro target è rappresentato da una ventina di punti vendita ben distribuiti sul territorio nazionale entro il 2020, anche se probabilmente raggiungeremo prima questo risultato. Il punto cruciale, però, sta nel seguirli bene e gestirli in modo efficace. Essendo un investimento, si deve ripagare e noi dobbiamo aiutare i nostri Partner a rendere efficiente il sistema. Si tratta comunque di un'esperienza stimolante e dinamica, che ricalca quanto facciamo già



da anni in molti altri paesi. Ad oggi ci sono circa 500 negozi di questo tipo nel mondo, tra punti vendita di proprietà e negozi dei Partner. In Spagna abbiamo recentemente inaugurato un negozio in un bellissimo palazzo in pieno centro a Madrid, quindi facciamo anche tendenza".

## Parliamo di macchine. Come procede l'integrazione del marchio Isal?

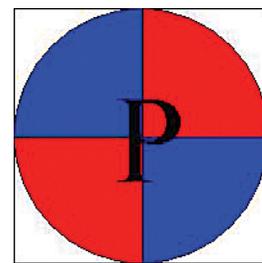
"L'acquisizione di Isal, che è entrata a far parte del gruppo Kärcher nel gennaio del 2014, ha rappresentato un completamento di gamma nel settore delle spazzatrici industriali e stradali. In questo momento puntiamo a potenziare il marchio con particolare attenzione all'estero, che dà molte opportunità di sviluppo. In Italia lavoriamo molto a stretto contatto, supportandoci e operando in sinergia".

## Dinamico continua ad essere anche il rapporto di Kärcher con l'innovazione...

"Vero, forse anche troppo per il mercato italiano. Spesso gli italiani amano le innovazioni salvo poi farle testare agli altri. Ma la nostra indole è questa, pionieri da sempre per rendere sempre meno noiose e più produttive ed efficaci le operazioni di pulizia e sanificazione. Ha visto, nel mercato consumer, l'anno scorso abbiamo creato un nuovo segmento di mercato con il lavavetri a batteria (Window Vac Kärcher, l'originale) e già quest'anno altri qualificati concorrenti hanno seguito il nostro esempio con grande beneficio per il mercato della pulizia dei vetri sia domestica sia professionale".

[[www.karcher.it](http://www.karcher.it)]

# Da Project la "app" che cambia la vita alle imprese



Niente da dire: la Project è sempre un vulcano di idee, progetti, soluzioni informatiche al servizio della qualità del lavoro delle imprese, e dei professionisti del pulito. L'ultima nata in casa Project Informatica si chiama NFC Time Control ed è una bellissima "app" per cellulare e smartphone che permette alle imprese di verificare in tempo reale i lavori nei diversi cantieri e di dialogare in modo facile con i vari capicantiere e responsabili dei lavori.

## Cosa avveniva prima?

La questione è molto semplice. Seguiamo le parole di **Danilo Bartoli**, patron di Project, uno che di informatica applicata al mondo delle imprese di pulizie e servizi se ne inten-

## E cosa succede adesso, grazie alla "app" Project

Ormai tutto viaggia a colpi di touch screen, e anche le imprese devono trarre giovamento nel loro lavoro quotidiano da queste nuove possibilità tecnologiche. "La nostra applicazione si rivolge soprattutto ai capicantiere, e in generale a tutte quelle figure che, in seno all'impresa, hanno una certa responsabilità, come il controllo qualità. Ci rivolgiamo a realtà di tutte le dimensioni, che abbiano un certo numero di cantieri da monitorare, e ci siamo concentrati, come dicevo, proprio sull'aspetto della comunicazione. E non si tratta solo di richieste di prodotto, ma anche di informazioni sul cantiere. Pensi ad esempio agli interventi straordinari, come una pulizia

e ora possiamo dire che il suo funzionamento è testato". Quanto al costo, anche se Bartoli non vuole sbilanciarsi, riusciamo a carpirgli che si tratta di pochi euro al mese. Niente, comunque, rispetto ai miglioramenti organizzativi e gestionali che la app permette. "Abbiamo pensato a un canone e non a un prezzo fisso iniziale perché, come lei sa, siamo sempre alle prese con idee nuove, miglioramenti, ampliamenti dei servizi. Adesso ad esempio abbiamo già studiato una versione 2.0 che sia in grado di gestire le foto dell'intervento". Oltretutto la app, che è perfettamente integrata nel mondo Serdata, si interfaccia anche con qualsiasi altro software gestionale eventualmente già in uso all'impresa, che quindi non è costretta a cambiare sistema. "La app infatti è in grado di funzionare con tutti i gestionali già in uso".

## Anche offline!

Altra cosa straordinaria, la nuova applicazione Project funziona anche se il telefonino non ha la sim card. Una rarità, per questo genere di applicazione. "L'abbiamo pensato per evitare alle imprese la spesa delle Sim. In questo modo l'impresa può dare ai capicantiere il solo telefonino. L'applicazione, si dice tecnicamente, funziona anche off-line: naturalmente in questo caso i dati vengono immagazzinati nel telefono, scaricati e inviati una volta che sia disponibile una connessione, ad esempio wi-fi. Il lato negativo è che, naturalmente, non si può comunicare in tempo reale, ma non appena individua una connessione, la app scarica e trasmette tutti i dati". Una soluzione completa, quindi. Pratica, perché può essere tranquillamente impiegata anche da personale con scarsa dimestichezza informatica, e intelligente, perché con una semplice applicazione risolve diversi grandi problemi alle imprese. In Project, però, non si dorme sugli allori, e già si pensa a una serie di novità per i primi mesi del prossimo anno.

[www.presenzedelpersonale.it](http://www.presenzedelpersonale.it)

8  
GSA  
GIUGNO  
2015



de per essere stato un vero pioniere in questo mondo: "Molti nostri clienti, che ci conoscono già da tempo per Serdata, ci hanno chiesto una soluzione per un problema di comunicazione che puntualmente si verifica nel lavoro di tutti i giorni. Mettiamo, ad esempio, che nel cantiere "x" ci sia bisogno di tre litri di prodotto, o di una certa macchina o attrezzatura. Ovviamente la cosa più immediata è comunicare via telefono, ma così facendo si perde tempo e si rischia di fare confusione, oltretutto non resta niente di scritto e di testimoniato. Grazie alla nostra app tutto questo appartiene al passato".

vetri o quant'altro. O anche agli imprevisti e alle "grane" che inevitabilmente accadono in questo lavoro. Grazie alla app il capocantiere può marcare gli interventi e registrare immediatamente tutto quanto, facilitando moltissimo la gestione del lavoro e degli aspetti amministrativi come i pagamenti e così via".

## Continui aggiornamenti per una app sempre più raffinata

Continua Bartoli: "Ma siccome prima di presentare un prodotto dobbiamo essere certi del suo funzionamento perfetto, abbiamo aspettato che sette o otto nostri clienti lo utilizzassero

# “Speakers’ Corner Icefor”: Pulire come Hyde Park



Bentornata Icefor! L'azienda di Magenta ha voluto caratterizzare il suo ritorno a Pulire 2015 con il lancio di tre nuove linee di prodotto, e con un contributo di idee su alcuni temi che oggi tengono banco nella filiera del cleaning professionale.

## Relatori di prestigio

Lo ha fatto affidandosi a relatori indipendenti e di indiscusso prestigio, ritagliandosi il solo ruolo di organizzatore che ha offerto ospitalità. La locandina a promozione degli eventi, infatti, recitava testualmente: “Quello che non ti aspetti e che invece potrai trovare, con ospiti che interverranno su questioni rilevanti per la filiera in uno spirito un po’ “British”, sull'impronta del celebre spazio degli oratori di Hyde Park, esempio di libertà di opinione e di confronto.”

## Un'agenda piena di temi importanti

L'agenda proponeva un programma con questi interventi tematici, spalmati sull'intera tre giorni veronese: Quale futuro prossimo per la disinfezione e sanificazione? Un esperto per accompagnarci nel mondo dei PMC, Biocidi e Dispositivi CE.

- **Dott.ssa Raffaella Perrone**, Uff. VII (Biocidi e P.M.C.) del Ministero della Salute; L'etica del business come fattore indispensabile per una crescita responsabile.

- **Prof. Piercarlo Maggolini** Docente di Responsabilità Sociale dell'Impresa - Politecnico di Milano; Sicurezza alimentare: Il Regolamento UE 1169/2011 - luci ed ombre sull'ob-

bligo di informare il consumatore riguardo gli allergeni contenuti negli alimenti somministrati.

- **Dott. Claudio Campion** - Amministratore Unico di Consulenza & Servizi srl; Nanotecnologie: cosa sono, dove trovano applicazione, quali saranno i benefici futuri. Una ricognizione sull'impatto ambientale. I possibili sviluppi nel settore del cleaning professionale.

- **Prof. Giuseppe Resnati** - Full Professor, Dipartimento di Chimica, Materiali ed Ingegneria Chimica “G. Natta” del Politecnico di Milano; Sostenibilità ambientale: lo stato dell'arte degli Ecolabel e dei CAM. Il futuro ecosostenibile descritto ed immaginato come impegno verso le nuove generazioni.

- **Dott. Fabrizio Zago**, Chimico Industriale e Consulente Ecolabel, Creatore del Biodizionario e “Sostenologo”. Un tema, quest'ultimo, molto caro da sempre all'azienda di Magenta.

## L'impresa è riuscita?

Impresa riuscita? Lo abbiamo chiesto, al rientro da Verona, a **Michele Pagani**, consigliere delegato di Icefor. Ed ecco le sue considerazioni: “In una kermesse come una mostra internazionale, quale è Pulire, trattare argomenti di una certa rilevanza per tutto il comparto in uno spazio espositivo identificabile con un operatore del settore è operazione che presenta difficoltà (ambientali) ed espone ad alcuni rischi (indipendenza e fatto non istituzionale), ma l'adesione è stata piuttosto buona e questo ci ha fatto grande piacere”.

## Uno stand simbolicamente aperto

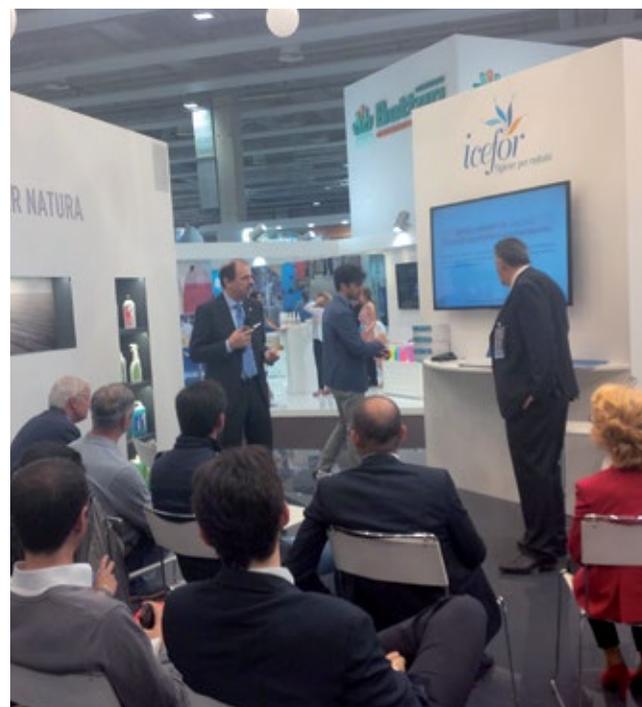
Prosegue Pagani: “Il nostro stand aperto su tutti i lati stava a ribadire quasi simbolicamente la nostra propensione a lavorare in rete con operatori e professionisti per cercare di creare valore per la filiera. Questo il nostro piccolo, ma spero significativo, contributo. Abbiamo avuto anche la possibilità, inizialmente non prevista nel nostro programma, di dare spazio a **Giulio Guizzi** per la presentazione del suo nuovo li-

bro sulla pulizia. E' stato molto gradito, inoltre, l'intervento nel corso della riflessione sull'etica aziendale del presidente nazionale Fnip-Confindustria **Nicola Burlin**”.

## I comuni denominatori: etica e sostenibilità

E conclude: “Quando abbiamo ideato il programma ed il calendario, onestamente non avevamo colto l'effetto quasi di sistema che poi avrebbero invece legato e collegato gli interventi. Siamo stati tutti quanti positivamente sorpresi del costante richiamo dei relatori al rispetto delle regole (business ethics), dell'ambiente e dello sviluppo ecosostenibile quale fonte di benessere collettivo. Non poteva mancare poi la sottolineatura e la focalizzazione sulle ricerche e l'innovazione attraverso cui raggiungere di obiettivi di ecosostenibilità. Ci auguriamo di avere la possibilità su qualche vostra prossima uscita di pubblicare stralci o sunti di alcuni interventi”.

[[www.icefor.it](http://www.icefor.it)]



# Gruppo Pulingross: la mobilità sostenibile sbarca all'Expo

Il Gruppo Pulingross, attraverso la sua divisione Eureco Italia, attiva nella commercializzazione e nel noleggio di veicoli elettrici, ha concluso un importante contratto in occasione dell'Expo di Milano, l'Esposizione Universale che l'Italia ospiterà fino al prossimo 31 ottobre a Milano.

## Eureco a Expo

Nel caso specifico la fornitura siglata da Eureco Gruppo Pulingross riguarda la fornitura dei veicoli elettrici che i diversi operatori utilizzano all'interna della fiera milanese: quindi non solo mezzi per il trasporto delle persone (da 2 a 6 posti) così pratici per poter muoversi liberamente attraverso gli ampi spazi dei padiglioni; ma anche mezzi per il trasporto di merci che grazie alle misure ridotte e alla facilità di guida possono facilmente operare negli spazi fieristici; infine una nota di merito per l'impiego di mezzi elettrici per i servizi accessori (questo grazie all'integrazione di Eureco con Pulingross, da anni leader nella fornitura di sistemi e prodotti per la pulizia) dedicati a tutti gli operatori, dalle imprese di pulizia al catering, dal servizio mensa al trasporto e gestione rifiuti; in tutti questi casi l'utilizzo del veicolo elettrico assicura evidenti vantaggi. Eccoli.

## I vantaggi

- Riduzione dei costi di mobilità visto il totale utilizzo della corrente elettrica.

- Completa libertà di movimento, grazie ad una guida facile, immediata che consente l'impiego del mezzo praticamente a chiunque.

- Flessibilità nell'utilizzo, poiché i veicoli elettrici possono raggiungere qualsiasi punto della fiera per interventi rapidi ed efficaci.

- Sicurezza grazie ad un sistema di controllo che protegge l'operatore a bordo e chi transita normalmente.

## "All in"

La maggior parte del parco mezzi impiegato in occasione dell'Expo di Milano è gestita con la formula del noleggio "all in", una pratica ormai consolidata a tutti i livelli: infatti dietro il pagamento di un canone mensile, il cliente ha a disposizione un veicolo elettrico sempre efficiente grazie ad un programma di manutenzione che periodicamente controlla il mezzo prevenendo problemi ed eventuali blocchi; interviene prontamente laddove si verificano guasti con un'officina mobile capace di assistere in loco nell'arco di 24/48 ore e soprattutto assicura il cliente con la sostituzione del mezzo per evitare spiacevoli interruzioni del servizio. Il tutto anche con la garanzia di un mezzo assicurato contro ogni tipo di incidente.

## Punti di forza

"Questa formula del noleggio All In è sicuramente un nostro punto di forza che ci ha permesso di soddisfare le esigenze davvero variegate e complesse legate ad una manifestazione così importante come l'Expo di Milano" - così ci fanno sapere dall'azienda pordenonese - "inoltre il fatto che disponiamo di un parco automezzi tra i più completi e importanti di tutta Italia ci ha consentito di affrontare la sfida dell'Expo senza dover pregiudicare il servizio che da qualche anno garantiamo ai nostri clienti tradizionali. Infatti se la manifestazione milanese è un'occasione importante per tutto il gruppo poiché rappresenta una vetrina mondia-



le, Eureco da anni lavora nel settore del turismo con villaggi turistici, hotel, parchi divertimento e spiagge; con aziende private e committenti pubblici, spaziando dalla sanità alle stazioni e aeroporti. Perciò quando abbiamo capito che avremmo concluso questo contratto, non abbiamo mai messo in discussione il nostro lavoro tradizionale che registra crescite significative di anno in anno".

## Senza dimenticare la tradizione...

Se la mobilità sostenibile è ormai un punto fermo del business del gruppo, è giusto ricordare che l'attività tradizionale di Pulingross rimane quella legata alla fornitura di sistemi per la pulizia tradizionale, spaziando dai prodotti alle attrezzature per arrivare alle macchine con una competenza ed un know che derivano da oltre 25 anni di esperienza maturata sul campo: questo consente, ad esempio, all'azienda di partecipare a diversi appalti nel settore della sanità affiancando contractor importanti, fornendo competenze qualificate nella selezione e fornitura di sistemi per la pulizia e una formazione direttamente in cantiere agli operatori affinché utilizzino al meglio i prodotti e le tecniche per il raggiungimento dei traguardi di efficienza richiesti. Il Gruppo Pulingross sempre di più si sta strutturando come una realtà completa con attività strettamente collegate alla vita di tutti i giorni ispirati ad una filosofia ecosostenibile sintetizzata dallo slogan Think Clean. Do it green.

[[www.gruppopingross.it](http://www.gruppopingross.it)]



# Servizi "appaltati" in ospedale: Consulenza & Servizi si certifica per il controllo

Prendiamo un appalto di pulizia e sanificazione in ospedale. Qual è il problema maggiore? Fra gli addetti ai lavori, c'è da star certi che nove su dieci non avrebbero dubbi: il controllo. E se c'è una terza parte che lo svolge, il lavoro viene fatto meglio e ne guadagna la qualità complessiva del servizio. E il benessere di tutti. E' quello che propone Consulenza & Servizi, che il 7 maggio si è certificata per esercitare attività di controllo, come parte terza, sui "servizi di sanificazione appaltati".



## Il controllo, "anello debole" delle pulizie in sanità

Appunto, il controllo. Che senso ha richiedere un servizio, metterlo in capitolato se poi non si è sicuri che venga effettivamente svolto perché manca chi, effettivamente, svolge controlli seri e rigorosi? **Claudio Campion**, di Consulenza & Servizi, è deciso: "Perché ci stupiamo di certi ribassi anomali nelle offerte di gara? Evidentemente sono resi possibili dal fatto che non tutto quello che viene dichiarato è poi realizzato. D'altra parte se non c'è nessun controllo, o se il controllo viene demandato alla stessa società di gestione che svolge il servizio, cos'altro ci potremmo aspettare?".

## La bontà del vino... non si chiede all'oste!

Infatti spesso succede che l'ente pubblico, non disponendo di risorse per il controllo, lasci fatto questa incombenza in capo alla stessa impresa che svolge il servizio: "Come chiedere all'oste di certificare la bontà del suo vino", scherza Campion. Ma nemmeno troppo, perché nella sanificazione appaltata, l'anello debole della catena, insomma, pare proprio essere quello del controllo, che viene svolto male e,

spesso, considerato un mero adempimento burocratico. Consulenza & Servizi vuole dare una risposta concreta a questo problema.

## Una certificazione unica nel settore

La notizia degli ultimi giorni è che il 7 maggio scorso Consulenza & Servizi ha ottenuto la certificazione 9001:2008 del Sistema di Gestione per la qualità, per la "pianificazione e progettazione di sistemi gestionali rivolti ai servizi di Facility Management in ambito sanitario, pubblico e privato. Progettazione e gestione di percorsi formativi e svolgimento di attività di controllo nell'ambito dei servizi di ristorazione e di sanificazione ambientale appaltati".

## Appaltati, un concetto chiave

Questo "appaltati" è un termine chiave, perché proprio qui sta la specificità del lavoro di Consulenza & Servizi che è, ad oggi, l'unico studio di consulenza del settore a poter vantare una certificazione di questo tipo, con nell'oggetto la voce "servizi di ristorazione e sanificazione ambientale appaltati" (fra l'altro rilasciata da Kiwa/Cermet, che è lo stesso ente certificatore di grandi realtà ospedaliere). Consulenza & Servizi arricchisce così la sua già vasta gamma di servizi di consulenza con uno strumento preziosissimo, sia per l'amministrazione pubblica (o anche la committenza privata), sia per le società di gestione.

## Come avviene

Spiega Campion: "In pratica incrociamo ciò che è scritto sul disciplinare di gara dall'Ente appaltante con quello che viene offerto nella relazione tecnica dalla Società di Gestione, e in questo modo predisponiamo, in condivisione con le parti, il Manuale di Controllo. Strumento fondamentale che determina le corrette regole del gioco, ovvero il come, entro quando, dove e quante volte devono essere effettuati i controlli. Facciamo da trait-d'union fra la committenza e l'impresa che svolge il servizio e sulla base di quanto emerge predisponiamo il sistema di controllo. Attenzione, però: noi non ci poniamo come un ente certificatore accreditando periodicamente l'andamento dell'appalto, noi controlliamo giorno per giorno, sul campo, verificando che ciò che c'è scritto/promesso sia effettivamente fatto. Il tutto a garanzia della qualità, che deve partire, a nostro parere, già dalla sicurezza che un controllo c'è e viene regolarmente svolto. Con tanto di relazioni puntuali e indicazioni di ambiti di possibile miglioramento.

## Perché non prevedere un "costo di controllo"?

Tutto questo, naturalmente, ha un costo. "Certo, ma sa quanto costano le infezioni nosocomiali? Certo molto di più, in termini sociali ed economici, di quanto si spenderebbe per un controllo certo fatto da una parte terza in modo costante e condiviso con i soggetti in causa. E mi spingerei addirittura oltre: perché non pensare, già all'atto della gara, a una voce costi di controllo magari non soggetta a ribasso in gara? In questo modo la smetteremmo di vedere gare con ribassi improponibili dati dalla certezza che nessuno verrà a farmi le pulci".

[[www.consulenzaservizi.eu](http://www.consulenzaservizi.eu)]

11  
GSA  
GIUGNO  
2015

*Nell'immagine in alto, il logo "Company Wide Quality Control" tradotto in "Qualità Totale" con il quale si intende l'estensione dell'impegno nei confronti della qualità a tutte le risorse che lavorano all'interno di un'organizzazione.*

# Rubino stupisce Verona con Deodet: 100 lavaggi con un solo flacone (e 50 per uso intensivo)



Sono passate solo poche settimane dalla Fiera Pulire di Verona, un'edizione densa di appuntamenti e novità. Anche quest'anno l'innovazione e la tecnologia hanno contraddistinto il valore di diverse aziende.

## “Innovare è sempre un'emozione”

Rubino Chem da oltre 10 anni usa la kermesse come palcoscenico per il lancio di nuovi prodotti e occasione per incontrare vecchi, nuovi clienti e partner. “Per l'occasione abbiamo esibito l'ultimo ritrovato capace di unire massima performance e costo notevolmente ridotto. Deodet igienizzante iperconcentrato multifunzione promette di rivoluzionare in parte il mondo delle imprese di pulizia e dei professionisti del pulito. Creare un nuovo prodotto è sempre molto emozionante”, spiega **Luigi Rubino**, Amministratore unico di Rubino Chem: “Abbiamo ancora una volta superato noi stessi con un detergente ideale per tutte le situazioni. I principi attivi ad alta concentrazione a base di tensioattivi di nuova generazione miscelati con oli essenziali hanno determinato un risultato finale eccellente, di cui siamo molto orgogliosi”.

## Indicato per svariate superfici

Deodet è indicato per pavimenti in ceramica, marmo, parquet, teak; per la pulizia di superfici verticali e rivestimenti; ottimo pulitore per

i sanitari, docce, lavandini e idoneo per l'utilizzo di macchine lavasciuga. L'azione profonda, pulente ed extrabrillante asciuga senza lasciare aloni, inoltre rilascia un intenso ed inimitabile profumo che dura più a lungo. Le profumazioni sono riproposte nelle 24 fragranze che caratterizzano Rubino Chem. Per soddisfare le esigenze di mercato la Rubino Chem ha messo in produzione due linee di Deodet; infatti è possibile acquistarlo nella versione flacone da 250 mg; il cartone di piccola dimensione contiene 12 flaconi mono referenza con tappo dosatore turn on-off. L'imballo possiede numerosi vantaggi: maggiore facilità di dosaggio, minore spreco di prodotto, minore costo di acquisto, minore produzione di Co2, minore spreco di cartone, minore impiego di plastica, minore consumo di risorse primarie, minore volume trasportato, ridotti spazi di stoccaggio nei punti di distribuzione e sui cantieri, ridotti costi di smaltimento.



## Numeri e performance

Passiamo adesso ai numeri e alle performance: ben 100 lavaggi come prodotto manutentore quotidiano; basta 1 pompata (2.5 g) in 5 litri di acqua. Oppure per una presta-

zione di detergenza più intensiva 2 pompate (5 g) in 5 litri di acqua; per quanto riguarda lavaggi più rapidi è sufficiente versare ½ pompata (1 g) direttamente su una spugna per ottenere ben 200 passaggi. Ultima indicazione non da meno, per l'utilizzo in lavasciuga con una media di 50 litri (quantità che può variare in base alla dimensione del contenitore ad acqua nella macchina) è possibile versare 50 g per 5 lavaggi complessivi. Deodet non si ferma qui, nella sua versione in busta

flexpack promette ugualmente alte prestazioni con un dosaggio diverso ed una diversa comodità. In ogni busta sono contenute 24 buste monodose e mono referenza da 25 gr. Il packaging assolutamente accattivante e versatile consente 24 lavaggi sia per uso manutentore (una bustina in 10 litri di acqua) sia per uso intensivo (una bustina in 5 litri di acqua). E proprio da quest'ultima novità sono arrivate le maggiori soddisfazioni durante la fiera come aggiunge e conclude Luigi Rubino: “Abbiamo ricevuto molti apprezzamenti per Deodet soprattutto per il packaging originale. Durante i 3 giorni della fiera abbiamo registrato moltissime presenze grazie anche al nostro barman acrobatico che ha deliziato con i suoi cocktail gli ospiti e le signorine Oiè che dando vita al nostro brand “Oiè Essenza” hanno profumato quotidianamente lo stand e il padiglione. Inoltre abbiamo potuto constatare, inaspettatamente, che il nostro lavoro fatto di ricerca e sviluppo, dedizione e impegno sia stato oggetto di ammirazione e ispirazione.

È una soddisfazione molto importante perché attesta che siamo davvero punto di riferimento nel mondo del Cleaning e questo ci spinge a fare sempre meglio per stare un passo avanti ai nostri competitor.”

## Le linee e le fragranze

Deodet è disponibile in 4 distinte linee per un totale di 24 differenti fragranze: Classica (Ambra, Azzurra, Bianca, Blue, Fucsia, Gialla, Lilla, Ocra, Porpora, Rosa, Rossa, Verde); Ipoallergenica (Bordeaux, Ecrù, Scarlatta); Luxury (Sapphire, Diamond, Emerald, Topaz, Ruby) e Stagionale (Primavera, Estate, Autunno, Inverno).



# Bottoni: la cultura dell'innovazione

Si fa un gran parlare di innovazione, ma poi farla davvero è un'altra cosa. "Per innovare ci vuole innanzitutto cultura, esperienza, capacità di investire senza pretendere un ritorno immediato". Parola di **Giuseppe Bottoni**, uno dei nomi storici della distribuzione italiana del settore, che guida l'omonima azienda dal 1983.

## Tecnologia e innovazione

Classe 1960, cultura umanistica e personalità vulcanica, Bottoni ripercorre a volo d'angelo più di trent'anni di pensiero innovativo, che ha portato l'azienda a sviluppare soluzioni all'avanguardia: "Una su tutte, la tracciabilità di ogni tipo di strumento, attrezzatura e prodotto che entra in un cantiere ospedaliero, dal carrello ai panni in microfibra". Scongiurando a un tempo il rischio di smarrimenti e sottrazioni di materiale e quello, ben più preoccupante, di infezioni ospedaliere. "E' chiaro, perché se sai che un panno è stato in una zona a rischio contaminazione, lo tratterai in modo diverso da quello che ha lavorato solo in corridoi. E lo stesso vale per carrelli ed attrezzature. Una delle ricette vincenti, per Bottoni, è quella di mettere la tecnologia anche nei prodotti "poveri", offrendo all'impresa un servizio completo e mettendola in grado di lavorare nell'eccellenza.

## Persone, idee, competenze

E l'innovazione non riguarda solo il prodotto, ma anche le persone, le competenze professionali e le idee. A partire dalla prima tappa del passaggio generazionale, che vede l'ingresso in azienda nell'area commerciale di **Barbara Bottoni**, 34 anni laureata in Scienze della Formazione, e in quella tecnica di **Federico**, 27 anni, fresco di laurea in Giurisprudenza. Senza contare il prezioso apporto, come consulente, dell'informatico **Leopoldo Cagalli**, ex Ibm, uno che di quel set-

tore se ne intende. "Adesso in Bottoni siamo in 22 -spiega Giuseppe- ciascuno con la sua professionalità ed esperienza" ed ognuno fondamentale perché responsabile di ruoli e settori specifici della nostra azienda. Tutti siamo orientati alla conquista della fiducia dei nostri clienti che sono sempre più capaci, competenti, interessati. E' la nostra parola d'ordine: il Cliente è il nostro bene più prezioso... ed anche i nostri fornitori strategici con i quali stringiamo alleanze sempre più forti ed importanti".

## Il valore aggiunto tecnologico

Cagalli sta portando nel mondo del cleaning il valore aggiunto tecnologico tipico di altri settori: "Qualità e tecnologia significa anche ottimizzare il lavoro dell'impresa. Con un paio di accorgimenti è possibile razionalizzare le procedure e fornire alle imprese di servizi strumenti e metodologie che consentano di risparmiare aumentando la qualità. Tutto grazie alle possibilità tecnologiche attualmente a disposizione e proprio in questi giorni, all'interno di una struttura sanitaria veronese, è iniziata la sperimentazione per tracciare il percorso di un carrello delle pulizie. Tutto questo tenendo anche conto che il mercato stesso sta maturando, e i clienti sono sempre più attenti -ed esigenti nella gestione della tecnologia".

## Intelligenza generazionale

Per Giuseppe Bottoni l'ingresso in azienda dei figli è un grande motivo di orgoglio: "In questo settore molte aziende stanno affrontando un delicato passaggio generazionale. Non so quale sia realmente il segreto per trasmettere ai miei figli la mia passione e la mia dedizione, forse facendomi faticosamente un po' da parte e lasciando a loro la possibilità di esprimersi professionalmente. Di certo il loro modo di gestire è più adatto ai tempi attuali dove la vita, il lavoro, l'innovazione viaggiano alla velocità della luce! Sono certo che faranno molto bene, contribuendo a un'ulteriore crescita della nostra azienda".



giano alla velocità della luce! Sono certo che faranno molto bene, contribuendo a un'ulteriore crescita della nostra azienda".

## Il futuro dei dealer

Anche qui Bottoni ha le idee molto chiare "Credo che si debba fare un distinguo fra i vari mercati. In quello delle macchine, il dealer dovrà essere essenzialmente un buon centro di assistenza. Si tratta infatti di un mercato in cui i margini sono sempre più esigui, e in cui molti produttori si propongono direttamente. La colpa è però tristemente nostra, ognuno a suo modo ha combattuto per mantenere il proprio spazio proponendo prezzi sempre più bassi e questo ha fatto il gioco dei produttori che oggi, a quei prezzi, possono solo loro vendere. Il valore aggiunto è ora saper garantire un'assistenza puntuale e competente. Altro è il discorso sui prodotti di consumo. In ogni caso, chi non sa innovare il servizio è destinato ad avere sempre più difficoltà su un mercato che sta cambiando".

## Il Mepa

Come? "Le novità sono moltissime. Prendiamone una molto attuale, il Mepa, Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione che serve per gli acquisti sotto soglia comunitaria. Un dealer deve sapersi muovere, altrimenti si taglia fuori da un importante segmento del mercato. E noi ci stiamo lavorando. Insomma la tecnologia e l'innovazione non si legano solo al prodotto, ma a un intero modo di concepire il mercato, e un dealer dev'essere un buon tecnico, un esperto commerciale ma soprattutto un professionista capace di stare al passo coi tempi".

[[www.bottonisrl.it](http://www.bottonisrl.it)]

# Pulire 2015: Comac mai stanca di rinnovarsi



14  
GSA  
GIUGNO  
2015

Tra nuovi prodotti e nuovi progetti anche quest'anno Comac ha lasciato il segno con la sua presenza a Pulire 2015 (Verona 19-21 maggio). Il successo dei modelli di ultima generazione, uno su tutti la lavasciuga pavimenti Optima, ha determinato la scelta delle medesime soluzioni progettuali per lo sviluppo di nuove linee ed il restyling di prodotti già consolidati.

Le novità riguardano sia il comparto lavasciuga pavimenti che quello delle spazzatrici e una proposta innovativa che unisce entrambi i mondi in un'unica soluzione. Ma andiamo con ordine.

## Nuova gamma, nuovo design

Comac propone due nuovi modelli di lavasciuga pavimenti uomo a terra: Antea e Versa. Nate con l'obiettivo di unire elevate prestazioni, semplicità e flessibilità d'impiego, sono il risultato di un nuovo progetto e per questo anche nel design seguono linee del tutto nuove. I due modelli soddisfano le esigenze di una fetta molto importante del mercato del cleaning, quello che va dai 45 ai 65 cm di pista lavoro, con nuove soluzioni che aumentano l'affidabilità e migliorano l'interazione dell'operatore con la macchina. Prima fra tutte l'impiego per entrambi i modelli di un telaio e attacco

tergipavimento in pressofusione di alluminio che garantisce robustezza e solidità nel tempo oltre a favorire la maneggevolezza, trattandosi di un materiale molto leggero. I cruscotti sono stati studiati per facilitare l'uso della macchina, seguendo un design essenziale e quindi intuitivo. Simili nell'aspetto e nelle caratteristiche, si differenziano per dimen-



sioni, dove Antea è la "piccola", mentre Versa offre larghezze di lavoro superiori. Antea, copre il segmento dai 45 ai 50 cm con la disponibilità per il modello da 50 cm della versione con trazione. Versa lo completa con piste di lavoro di 50, 55 e 65 cm, offrendo prestazioni ed autonomie più elevate rispetto ad Antea, in quanto tutti i modelli sono con trazione e dotate di serbatoi più grandi, 50 litri per Versa e 35 per Antea.

## C130, la storia continua

Restando in tema di lavasciuga pavimenti, ma passando a dimensioni più importanti Comac ha proposto la versione rinnovata di un modello storico, che dal suo lancio continua ad essere tra i più richiesti: la C130. Il nuovo design, oltre a rendere più attuale la macchina, ha permesso di semplificare al massimo tutte le aree di interesse per l'operatore, aumentando il comfort e la praticità d'uso. Il nuovo cruscotto è dotato di un display touch-screen che raccoglie tutte le funzioni relative alle modalità di lavaggio, lasciando intorno al volante solo la chiave di accensione, il pulsante di emergenza ed il selettore di programmi di lavoro, per un utilizzo più chiaro e intuitivo senza distrazioni durante la guida. Anche l'accessibilità alla macchina è resa

più facile, per aiutare l'operatore durante le fasi di manutenzione ordinaria o straordinaria. Si sono applicati processi di industrializzazione e soluzioni ecologiche per continuare ad offrire le elevate prestazioni che da sempre contraddistinguono C130 ad una clientela ancora più esigente, rendendo questo modello in linea con gli ultimi prodotti realizzati dall'azienda.

### Progetti per il futuro

Un altro progetto su cui Comac dimostra di voler puntare molto è un modello che unisce le prestazioni di una lavasciuga pavimenti a quelle di una spazzatrice, di cui è stato presentato il prototipo CSL120. Con una larghezza lavoro di 120 cm questa macchina è in grado con un solo passaggio di spazzare e lavare superfici oltre i 10.000 m<sup>2</sup>. Una soluzione unica per grandi aree industriali sviluppata in versione diesel o bi-fuel che offre una grande autonomia grazie ai due grandi serbatoi ed al capiente cassone di raccolta. Anche in questo caso è stata dedicata molta attenzione al comfort dell'operatore, con ampia postazione di guida e display comandi touch-screen.



### L'eco-proposta per ridurre i consumi di acqua

Comac pensa anche all'ambiente proponendo per le lavasciuga pavimenti un sistema di riciclo dell'acqua per ridurre i consumi, ottimizzandone l'uso. Il sistema si chiama "non stop cleaning" e si compone di tre fasi: nella prima l'acqua

viene normalmente utilizzata e raccolta tramite l'aspirazione; nella seconda fase l'acqua viene filtrata e purificata grazie ad un sistema a 3 stadi. L'acqua è quindi disponibile per essere nuovamente utilizzata, concludendo il ciclo.

[\[www.comac.it\]](http://www.comac.it)





Fimap a Pulire 2015:  
ecco le novità  
di cui tutti parlano!

16  
GSA  
GIUGNO  
2015



Presenza imponente, tecnologica e rivoluzionaria, così si potrebbe definire la partecipazione di Fimap a Pulire 2015 manifestazione tenutasi a Verona dal 19 al 21 Maggio. Imponente sicuramente per l'ampiezza dello stand, che ha permesso di fornire una panoramica completa della vasta offerta di prodotti che l'azienda ha negli ultimi anni arricchito e perfezionato, non solo nel comparto lavasciuga pavimenti e spazzatrici, per poter rispondere in modo esauriente alle più diverse esigenze di pulizia. Recenti sono le rinnovate linee di aspiratori, sia per polveri che wet & dry, il nuovo aspirapolvere a zaino FV9 e la gamma di estrattori per la pulizia delle superfici tessili, a cui si è aggiunta da quest'anno anche una linea che lavora con acqua calda: FE10 H, FE100 H ed FE500 H.

#### **Ambiente: Fimap mostra i numeri**

Scelta più che mai al passo con i tempi è stata quella di porre accanto al pro-

dotto non più le consuete informazioni tecniche, ma una vera e propria scheda ambientale che riassume dati reali e comprovati da enti specializzati, riguardo a consumi ed efficienza, informazioni sempre più richieste dall'utente finale, soprattutto in caso di partecipazione a gare ed appalti. Fimap ha così potuto dimostrare i risultati di anni di impegno dedicati alla riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti per la pulizia, che le hanno valso riconoscimenti anche internazionali.

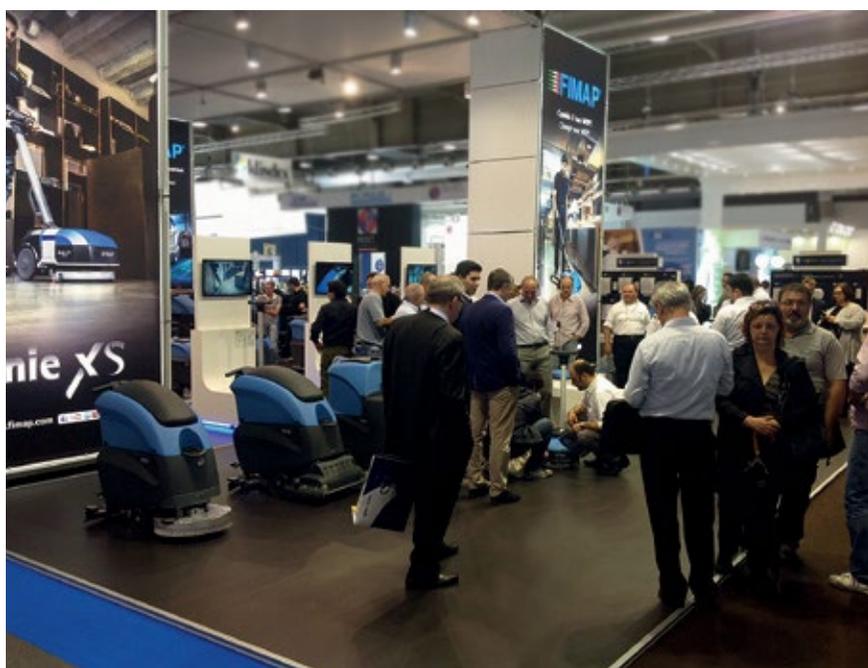
#### **Gestione ottimale delle flotte con il nuovo servizio FFM**

Una sezione dello stand era dedicata alla tecnologia FFM Fimap Fleet Management. Un sistema che avvalendosi della tecnologia GPS, permette di gestire a distanza la propria flotta di macchine per la pulizia, raccogliendo costantemente informazioni che si trasformeranno in un valido aiuto per ottimizzare i processi e rendere più efficiente l'attività di pulizia. I dati raccolti forniscono un quadro completo e sempre aggiornato sullo stato della macchina: se, quando e dove è in funzione, se viene usata corretta-

mente rispettando i tempi stabiliti, il livello di carica delle batterie e quindi il tempo di disponibilità, quando è previsto un intervento di manutenzione programmata, eventuali malfunzionamenti o se ha subito un urto e necessita di un intervento di emergenza, per garantire prestazioni di alto livello ed evitare fermi macchina. Il sistema FFM assicura un utilizzo ottimale delle macchine, aumentando la produttività, evitando perdite di tempo e prevenendo quanto più possibile gli imprevisti.

L'FFM si inserisce all'interno del contenitore di Servizi Fimap Life, che si com-





per favorirne la trasportabilità anche in assenza di ascensore e più sorprendente, grazie all'introduzione delle batterie al litio che sconvolgono le naturali leggi delle lavasciuga pavimenti. Impiegare questo tipo di tecnologia moltiplica le possibilità di utilizzo, passando da un intervento al giorno ad una disponibilità della macchina costante. E recita bene lo slogan scelto per Genie XS per cui il pulito professionale diventa ON DEMAND, ovvero a richiesta, disponibile sempre, quando e dove si vuole.

Genie XS è inoltre dotata di un tergi-pavimento parabolico che segue perfettamente l'andamento della macchina in qualsiasi direzione, a slalom, in avanti e indietro. Come nei modelli di ultima generazione anche in questo caso si è scelto il telaio in pressofusione di alluminio, per aumentare resistenza, qualità e sostenibilità, oltre alla dotazione del dispositivo Eco Mode per la riduzione dei consumi e del rumore.

[\[www.fimap.com\]](http://www.fimap.com)

pone di diversi strumenti e soluzioni sviluppati appositamente per offrire un supporto completo al cliente da quando entra in contatto con il prodotto, aiutandolo nella scelta del modello ideale, della modalità di acquisto e nelle fasi di utilizzo e manutenzione.

ormai anni che propone soluzioni sempre più ambiziose per avvicinare nuovi segmenti al cleaning professionale. Genie XS è la naturale evoluzione di Genie, ma è ancora più compatta, più leggera

### **In pole position le assolute novità: la scopa a batteria Broom e le lavasciuga pavimenti Fimop e Genie XS**

A favore di pubblico, proprio in prima linea, Fimap ha posizionato le ultime innovazioni che hanno attirato una notevole quantità di visitatori, per la loro capacità di rivoluzionare il mercato del pulito professionale, osando dove ad oggi non si è osato, grazie alla combinazione di dimensioni compatte e batterie al litio. Oltre alla già anticipata Broom, piccola spazzatrice di dimensioni e versatilità da ambiente domestico le straordinarie Fimop e Genie XS hanno davvero regalato molte soddisfazioni. Si tratta di due micro lavasciuga pavimenti, la prima con spazzola a rullo e la seconda con spazzola a disco che intendono conquistare gli spazi più piccoli offrendo l'igiene della pulizia automatizzata dove prima non era possibile. Se è un argomento che suona familiare è forse perché Fimap è



# VAPORE... IL FUTURO DEL PULITO.



## LAVOR HYPER

Offre una gamma completa di generatori di vapore professionali dedicata agli specialisti del pulito.

Ideali per pulire e igienizzare rapidamente le superfici con un grande risparmio di acqua ed un ridotto utilizzo di prodotti chimici, a tutela dell'ambiente.

Scopri tutti i vantaggi e la gamma completa su

[www.lavorhyper.com](http://www.lavorhyper.com)



Guarda i video sul nostro canale  
[www.youtube.com/LAVORPRO](http://www.youtube.com/LAVORPRO)

# LAVOR HYPER

**40**  
ANNIVERSARY  
1975 - 2015

LAVORWASH S.p.A.

Via J.F.Kennedy, 12 - 46020 Pegognaga (MN) Italy - Tel. +39 0376 55431 - Fax +39 0376 558927

E-mail: [info@lavorpro.com](mailto:info@lavorpro.com) - WebSite: [www.lavorhyper.com](http://www.lavorhyper.com)



GIUGNO  
2015

# INSERTO

## IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

### IL REPORT COMPLETO DI PULIRE 2.1

PULIRE 2015: L'ANNO DELL'OTTIMISMO  
CAM OSPEDALIERI, A CHE PUNTO SIAMO?

PROBIOTICI IN SANITÀ? SÌ, NO, FORSE...

INNOVATION AWARD 2015, KÄRCHER  
VINCE IL PREMIO PIÙ COMBATTUTO

DALLE PERSONE ALLE COSE:  
IL FUTURO È NELLA CONNESSIONE

AFIDAMPCOM "TASTA IL POLSO"  
AL 2014 DEI DEALER

ONBSI: INSIEME PER LAVORARE ALLE REGOLE

OPPORTUNITÀ O MINACCIA? AFIDAMPCOM  
RAGIONA SULL'E-COMMERCE

AFIDAMPCOM: IL NOLEGGIO  
FA FARE AFFARI D'ORO!

DATI AFIDAMP 2014:  
FINALMENTE UNA CRESCITA DECISA

PULIRE OUTDOOR:  
CHE SUCCEDA "FUORI DALLA PORTA"?

# GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

### gruppo pulingross



#### PULINGROSS

Pulingross da oltre 25 anni fornisce sistemi integrati per la pulizia professionale: macchine, attrezzature, prodotti e procedure per la sanificazione di qualsiasi ambiente.

[www.pulingross.it](http://www.pulingross.it)

#### EURECO

Eureco Italia è specializzata nella vendita, noleggio ed assistenza di veicoli elettrici, golf car & utility car, anche omologabili per la circolazione su strada.

[www.eurecoitalia.it](http://www.eurecoitalia.it)

Pordenone - Via Roveredo 1/A - 0434 365710

[www.gruppopulingross.it](http://www.gruppopulingross.it)



luxury  
experience

# DERMOMED<sup>®</sup>

PROFESSIONAL



DERMOMED PROFESSIONAL È LA NUOVA LINEA DI PRODOTTI CORTESIA PER GLI HOTEL,  
MASSIMA QUALITÀ PER LA CURA E IL BENESSERE DELLA PERSONA



[www.dermomedyourcare.com](http://www.dermomedyourcare.com)

# pulire 2015: *l'anno dell'ottimismo*

L'edizione 2.1 di Pulire, la 22esima, si lascia la crisi alle spalle con numeri che segnano un trend di decisa crescita. Visitatori a +6,3%, con molti stranieri, e area espositiva che sale del 9%. 271 le aziende che hanno portato a Verona le loro novità. GSA riassume per voi in queste pagine i momenti salienti della kermesse.

E' con immenso piacere che ci permettiamo di definire la "tre giorni" di Pulire 2015, conclusasi da un mesetto a Verona, la prima vera edizione post-crisi. Dopo le deboli avvisaglie del 2013, infatti, questo è l'anno dell'esplosione dell'ottimismo, quello in cui tutti gli "anelli" della filiera del cleaning nostrano hanno almeno un motivo per guardare a un futuro con davanti il segno "più".

## Una filiera che torna a respirare

Respirano i fabbricanti, visto che il mercato ha ripreso a crescere a ritmi sostenuti (i dati Afidamp 2014 parlano di un +5%); respirano i dealers, spinti dal volano dell'innovazione e da segmenti, come quello della carta e dei prodotti di consumo, che crescono a doppia cifra. E anche le imprese, dal canto loro, sperano in un futuro di regole più chiare, di burocrazia più snella, di accesso semplificato agli appalti pubblici. A Pulire ce n'erano tante (quasi il 35% dei visitatori, un dato che si avvicina a quello dei dealers, come vedremo), dai big alle piccole e medie, fino alle tantissime realtà artigiane. C'è grande aspettativa, fra l'al-



Foto con gli  
ambasciatori.



22  
GSA  
GIUGNO  
2015

tro, per il recepimento delle nuove Direttive europee, previsto per i primi mesi del 2016 e non è un caso che sigle di riferimento del comparto, come CNA, si siano ripresentate, dopo tanti anni, in grande stile. “Siamo molto felici per il brillante esito finale di questa edizione. Un risultato che premia il lavoro di Afidamp e soprattutto la fiducia degli espositori

che hanno creduto nel progetto”, ha commentato **Toni D’Andrea**, AD di Afidamp Servizi. “Tra i padiglioni si respirava un’aria di vivacità e di grande fermento, indice di una rinnovata fiducia nella possibilità di un’evoluzione in positivo per il settore”. E noi concordiamo. Del resto il buongiorno si era già visto dal mattino, tanto che il presidente AfidampFed **Matteo**

I tornelli all’ingresso.



**Marino**, alla cerimonia del taglio del nastro il 19 maggio, si era dichiarato felice di inaugurare un’edizione ricca di novità e partecipazione. Previsioni confermate alla fine: “È un onore per me –ha detto in conclusione- aver presieduto alla ventiduesima edizione di Pulire in qualità di presidente”, afferma **Matteo Marino**, alla guida di AfidampFAB. “La presenza continua di visitatori nei corridoi e la sensazione di ottimismo che si respirava hanno dimostrato che c’è ancora la volontà di pensare al futuro, al mercato, alle nuove opportunità. Ringraziamo tutti gli espositori intervenuti e diamo loro appuntamento al 2017”.

### **Pulire 2015, un triplo segno più**

Ottimismo, quindi, un po’ su tutti i fronti. E non è solo un’impressione, perché i dati lo confermano: + 6,3% di visitatori, + 9% di area espositiva venduta, + 2 punti percentuali di visitatori internazionali da 99 Paesi di tutto il mondo (90 nel 2013). Pulire 2015 segna un bilancio oltre le aspettative, anche e soprattutto tenendo conto della flessione registrata nel panorama fieristico internazionale. Ben 15.136 visitatori, di cui 12.789 unici, hanno popolato il quartiere fieristico di Verona, registrando un incremento di presenze del 6,3% sul 2013. Particolarmente significativa la presenza internazionale, pari al 26,7%, con un aumento di 2 punti percentuali rispetto al 2013 (24,7). In crescita anche il numero dei Paesi in visita, che passa da 90 a 99.

### **Espositori e spazio in crescita**

In crescita anche gli espositori: a Verona erano 271, provenienti da 16 Paesi, ed hanno presentato le loro novità su una superficie espositiva di 15.000 mq, uno spazio che ha registrato un incremento del 9% rispetto all’edizione 2013. Le aziende con soluzioni specifiche per l’Outdoor hanno occupato uno spazio espositivo esterno di 853 mq (208 mq nel 2013) con di-

mostrazioni delle macchine in un'area esterna di 2mila mq, realizzata appositamente da AMIA Verona. Una parte considerevole di operatori attenti e qualificati ha vissuto la manifestazione in modalità 2.1.

### Le provenienze dall'Italia...

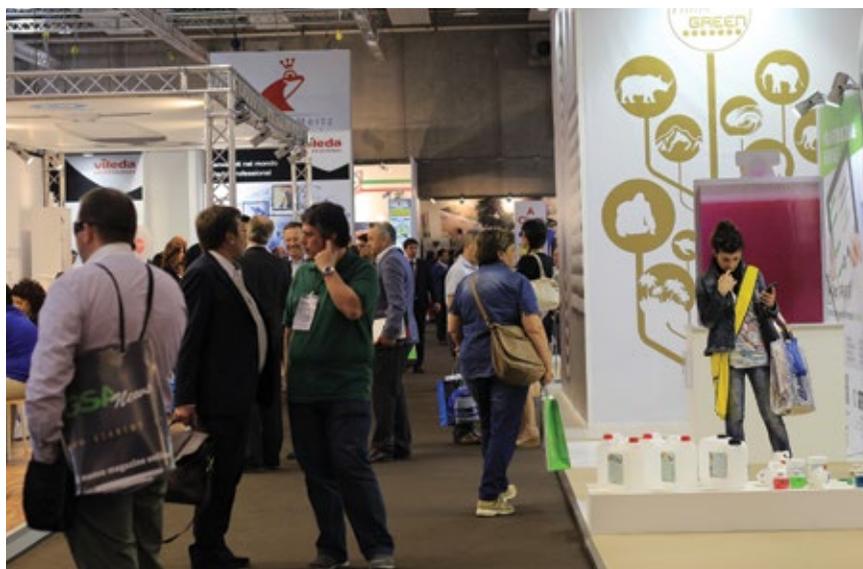
Entrando più nel dettaglio, il 72,4% dei visitatori italiani proveniva dal Nord, il 17,3% dal Centro, il 10,3% dal Sud e dalle Isole. In testa la Lombardia, con il 28,2%, seguita da Veneto (20,3%) e da Emilia Romagna, (10,9%), in linea con la percentuale di partecipazione degli espositori. Significativa anche la presenza dal Piemonte, dalla Toscana, dal Lazio, dalla Campania, dal Trentino Alto Adige, dalla Sicilia e dalle Marche.

### ...e dall'estero

I visitatori esteri arrivavano per il 74,6% dall'Europa, per il 17,3% dall'Asia, per il 4,4% dall'America, per il 2,1% dall'Africa e per l'1,6% dall'Oceania. Il maggior numero di presenze internazionali proviene dal Nord Europa (36,2% del totale visitatori esteri) e dall'Europa dell'Est (23,9% del totale visitatori esteri). Germania, Slovenia, Svezia, Svizzera, Spagna, Francia, Belgio, Austria e Olanda i Paesi Europei maggiormente presenti. Per i paesi Extraeuropei significativa è la presenza del Medio Oriente e degli Emirati Arabi, che si riconfermano un'area di grande interesse per lo sviluppo di nuove opportunità, oltre a Singapore e alla Cina. Oltreoceano primeggiano invece Stati Uniti, Argentina, Cile, Brasile e Messico.

### Visitatori: dealers e imprese la fanno da padroni

Il 40,7% del totale visitatori era composto da distributori, concessionari, rivenditori, importatori e gruppi di acquisto, il 34,6% rappresenta le imprese di servizi e il 16,5% le imprese fabbricanti. In percentuale minore



Tra gli stand.

si è registrata la presenza anche della committenza, dei fornitori e delle istituzioni. Titolari di impresa, e figure di alto profilo tra cui presidenti o amministratori delegati, responsabili commerciali e responsabili marketing i profili più presenti, a testimonianza di un pubblico qualificato e di decisori d'acquisto.

### Espositori

Quanto agli espositori, il 77% delle aziende italiane proveniva dal Nord. La Lombardia è la regione con il maggior numero di soggetti presenti, 63, seguita dal Veneto con 34 espositori. Da segnalare che il Veneto detiene il primato della produzione, con le maggiori aziende a livello internazionale. Significativa la presenza dell'Emilia Romagna, con 23 espositori. Il 18% degli espositori era dal Centro, Toscana, Lazio, Umbria, Marche, Abruzzo, mentre il 5% dal Sud. Si consolida la presenza internazionale con espositori provenienti da 16 Paesi, per la maggior parte da Germania, Olanda, Spagna e Francia. Presenti anche gli Emirati Arabi, che si confermano sempre più il ponte di riferimento con il Medio Oriente. Si segnalano anche espositori provenienti dalla Cina, dagli Stati Uniti e da Taiwan. Presenti delegazioni internazionali dal Brasile, da Singapore, dal Sudafrica. Aziende di

rilievo internazionale sono tornate a Pulire, a dimostrazione del fatto che gli imprenditori credono fortemente nelle potenzialità della fiera.

### I convegni, un modello "diffuso"

*Last but not least*, ottima anche la parte convegnistica, che a Pulire 2.1 è stata interpretata con grande intelligenza. Lasciando a Forum Pulire il compito di affrontare sistematicamente i temi caldi del settore, infatti, la manifestazione veronese ha promosso un modello di seminari, workshop e tavole rotonde che potremmo definire "diffuso". Oltre allo spazio del primo piano in Galleria 4/5 (Sala Mascagni/Sala Stampa), molto successo hanno avuto gli incontri presso lo stand AfidampFed, pensati con una formula vivace e veloce, quasi da talk show, per non parlare dei vari eventi disseminati qua e là fra gli stand con la partecipazione delle più importanti realtà produttive, associazionistiche, sindacali, istituzionali, del mondo accademico e della committenza. Senza dimenticarci del sempre più ambito Innovation Award, quest'anno assegnato da una prestigiosa giuria internazionale. Tutti eventi che GSA ha seguito per voi, e che troverete riepilogati in queste pagine.

# cam ospedalieri, *a che punto siamo?*

A Pulire, il primo giorno, si è parlato anche di Cam ospedalieri, un documento ancora in fase di elaborazione. All'incontro "Il progetto Cam ospedalieri: le prospettive del settore del cleaning per tecnologie, forniture e servizi", organizzato da AfidampFed, sono intervenuti Capparelli (Consip), Finzi (Anmdo), Zuzzi (Fare) e Rifici (Ministero Ambiente). Ecco i vari punti di vista.

24  
GSA  
GIUGNO  
2015

Uno dei primi convegni Afidamp a Pulire, già nella mattinata del 19 maggio, è stato quello dedicato ai Cam per le pulizie ospedaliere, un argomento su cui si sta discutendo da diverso tempo in modo anche molto acceso. Anche perché, nel tempo, "sempre più soggetti hanno dimostrato il loro interesse a partecipare attivamente al lavoro" ha detto a GSA **Riccardo Rifici**, del Ministero dell' Ambiente. Guidati dalla vivace moderazione della giornalista **Alessandra Mercanzin**, hanno discusso, oltre allo stesso Rifici, che guida il tavolo di lavoro per i Cam ospedalieri (come già fece nel 2012 con i Cam per le pulizie), **Lidia Capparelli**, responsabile Gpp (Green Public Procurement) di Consip, **Gianfranco Finzi**, presidente ANMDO, e **Sandra Zuzzi**, presidente FARE. Titolo dell'incontro, presso lo stand Afidamp Fed, "Il progetto Cam ospedalieri: le prospettive del settore del cleaning per tecnologie, forniture e servizi".

## Riduzione stazioni appaltanti, la strada è ancora lunga

Dopo i saluti del presidente AfidampFed **Matteo Marino**, **Lidia Capparelli** di Consip è partita ripercorrendo rapidamente le tappe del processo di aggregazione degli acquisti pubblici in corso, fra centrale nazionale e centrali d'acquisto regionali: "Si parla di una riduzione da 30mila stazioni appaltanti a 35 soggetti aggregatori, anche se non è facile capire in quali tempi e con quali esiti. Senza dubbio molte sono le lamentele che stanno accompagnando questo processo, che accusano soprattutto la scarsa attenzione del committente pubblico e mettono l'accento sul problema del controllo. Tematiche non semplici da affrontare, a cui Consip cerca di rispondere con strumenti come il capitolato delle pulizie ospedaliere, uscito di recente, e la presenza al tavolo dei Cam accanto a soggetti con alta competenza tecnica. Tutto questo, naturalmente, non rappresenta un punto d'arrivo. La strada è ancora lunga ma posso dire che da parte di Consip l'attenzione è molta".

## Paziente o euro

Come sempre acuto e provocatorio **Gianfranco Finzi**, che è partito dalla "madre di tutte le domande": "Non ho ancora capito -ha esordito- se nella sanità italiana ci sia al centro il paziente o l'euro." Continuando: "I tagli lineari in sanità non funzionano. In Italia esistono 21 sistemi sanitari diversi, ciascuno con le proprie peculiarità. La razionalizzazione va pensata. Oggi, parliamoci chiaro, abbiamo ospedali sporchi perché abbiamo ta-



gliato in modo poco lungimirante. E chi lo racconta al paziente che si vuole risparmiare?"

## Capitolato Consip e Cam, un rapido confronto

Ha proseguito Finzi: "In questo devo dire che il capitolato Consip e i Cam ospedalieri, ad oggi gli unici due documenti sul tema di rilevanza nazionale, per la prima volta definiscono punti-chiave in sanità. Ne ho individuati quattro, di cui i primi tre fondamentali: si tratta di frequenza di pulizia, modalità di esecuzione, formazione del personale e innovazione. Purtroppo sto assistendo a discussioni che non hanno sempre al centro questi problemi: si parla tanto dei probiotici, ma prima interrogiamoci su frequenze e modalità". Finzi l'ha fatto, ed ha messo a confronto Cam e Capitolato Consip su questi temi: "Più o meno uguali le classificazioni per aree di rischio, così come le modalità di esecuzione. Per quanto riguarda le frequenze, in Consip sono



carenti, specie in alcune aree: ma come si fa a pensare che un bagno di area comune possa essere pulito due volte al giorno? E' come non farlo. Un po' meglio, ma non molto, nei Cam. Sulla formazione, ampi sono i margini di miglioramento in entrambi i documenti: insufficienti le ore in Consip, non definite nei Cam. Non paragonabili i programmi formativi, che hanno obiettivi diversi. Consip, comunque, risulta più completo. Prevista da Consip la supervisione diretta della stazione appaltante sugli eventi formativi, invece ignorata dai Cam. Non previsto, dai Cam, anche il piano di formazione, che invece per il capitolato Consip dev'essere presentato alla stazione appaltante. Quanto alle metodologie, nei Cam la parte sui materiali è correttissima, e sono stati introdotti elementi migliorativi come microfibra e probiotici, mentre molte ingenuità sono ancora presenti nel capitolato Consip, come certi termini, penso ad esempio agli scopettoni e agli strofinacci, pennelli, piumini."

### Massima collaborazione da tutti

Del resto, non c'è da stupirsi che i Cam abbiano una parte tecnica ben curata. Infatti "la collaborazione con le associazioni di riferimento è massima, in continuità con un percorso già iniziato nel 2012 con i primi Criteri Ambientali minimi sulle pulizie, un documento che è stato molto apprezzato. Ci siamo dunque chiesti se ci fossero opportunità di miglioramento e se fosse il caso di estendere il ragionamento anche al settore sanitario e il lavoro sta procedendo molto bene nonostante i molti problemi da affrontare, come quello dei tanti marchi, certificazioni ed etichette. A mio parere il criterio verso cui muoversi è quello della semplificazione e standardizzazione, anche in un'ottica europea". Che potrebbe ad esempio risolversi applicando il criterio dell'equivalenza. A margine, **Riccardo Rifci** ci ha ribadito la massima apertura del Ministero dell'Ambiente: "Nessuno, e men che meno noi, riesce ad essere onnisciente. Per que-

sto, fin dalla definizione dei Cam nel 2012, abbiamo chiesto l'aiuto delle realtà associative e dei soggetti più rappresentativi del settore. Col tempo, ovviamente, si sono aggiunti sempre più soggetti interessati e adesso il tavolo è molto numeroso. Non sempre è facile mettere d'accordo una trentina o quarantina di addetti ai lavori che, a vario titolo, rappresentano le proprie esigenze e istanze. Nel caso dei Cam in sanità, come voi sapete, la discussione è piuttosto accesa intorno ad alcuni elementi, come l'uso dei probiotici, ma si tratta sempre di un confronto e dialogo costruttivo".

### Ma i problemi pratici rimangono: formazione e controllo in testa

Portando il discorso su un piano più pratico, **Sandra Zuzzi**, che opera in una delle Asl più estese e complesse d'Italia (Verona 20), ha lamentato il problema della scarsa formazione del personale, e la mancanza di professionalizzazione per prodotti o per servizi. "Inoltre -ha detto Zuzzi- c'è il problema del controllo. Le aziende dovrebbero fare ciò che è stato aggiudicato usando prodotti aggiudicati, ma chi in una Asl estesa, con magari 80 sedi sul territorio, può andare a verificare cosa c'è carrello per carrello? In questo caso, mi auguro che vengano fissati strumenti chiari anche in questo senso. E magari applicabili: a volte molte regole imposte a livello centrale confliggono con l'organizzazione dell'appalto sul territorio." E mentre **Capparelli** vede nei Cam "un'attenzione positiva ai costi long life cycle dell'appalto, invitando a chiedersi quanto valga la prevenzione", Finzi mette l'accento sulla sanità privata, in Italia al 35% e in alcune regioni oltre il 50-60%. "Attenzione, perché mentre questa sanità non rientra nel sistema Consip, i Cam dovranno essere applicati anche da loro."

# cna, ritorno in grande stile

Cna Unione Servizi alla Comunità/Imprese di Pulizie ha organizzato a Pulire un interessante seminario sui nuovi scenari per le imprese di pulizia tra crisi, mercato e concorrenza sleale. Si è parlato di rete d'impresе, formazione e nuove Direttive europee sugli appalti, fra criticità e opportunità da cogliere.



26  
GSA  
GIUGNO  
2015

Quale palcoscenico migliore di Pulire per il ritorno in grande stile di CNA sotto i riflettori della filiera delle pulizie professionali? Il 19 maggio dalle 11.30 alle 13.30, in un'affollata Sala Mascagni, CNA – Unione Servizi alla Comunità (sigla sotto cui si riconoscono gli imprenditori delle pulizie aderenti alla Confederazione Nazionale dell'Artigianato) ha organizzato il seminario "Imprese di pulizie tra crisi, mercato e concorrenza sleale". Un tema di grande attualità, vista la crisi che in questi anni ha attanagliato (l'uso del passato vuole essere beneaugurante) la nostra economia, ma visti anche i cambiamenti che si profilano nel mercato degli appalti pubblici (Direttive europee, nuove iniziative legislative, ecc.) e, purtroppo, la concorrenza sleale che continua ad essere presente nel settore.

## I relatori

Di tutto questo hanno parlato a Verona **Francesco Gennarielli**, referente nazionale CNA Unione Servizi alla Comunità/Imprese di pulizie, **Antonietta Campesato**, vicepresidente nazionale CNA Unione Servizi alla

Comunità/Imprese di pulizie, e **Antonella Grasso**, coordinatrice nazionale CNA Unione Servizi alla Comunità.

## Gennarielli: "Per affrontare il mercato è necessario associarsi"

**Francesco Gennarielli**, introducendo i lavori, ha presentato l'associazione e il suo ruolo: "CNA Unione Servizi alla Comunità – ha detto – rappresenta le aziende associate e le tutela a livello nazionale, regionale e provinciale. Dopo due anni è stato finalmente siglato il CCNL con le sigle sindacali: si tratta di un contratto all'avanguardia, che ci offre molte opportunità, e da lì vogliamo ripartire. Siamo dunque pronti per nuove sfide, che si chiamano lavoro nero, partite Iva minori, concorrenza sleale e irregolare. Le liberalizzazioni del mercato hanno comportato, per i nostri imprenditori, notevoli difficoltà anche in tema di tutele. Abbiamo avuto momenti difficili, che a volte, purtroppo, hanno avuto anche risonanza nelle cronache: penso per esempio a quel collega di Vicenza che si è tolto la vita di fronte al Comune perché aveva perso gli appalti e purtroppo anche altri casi. Tutto questo mi fa pensare che la soluzione si possa trovare

nel fare squadra, nel mettersi insieme e insieme affrontare le difficoltà, che non sono poche né semplici. Ma è indispensabile partire da noi stessi: bisogna creare valore aggiunto nelle nostre aziende, che lavorano in legalità e che sanno stare insieme. In questo scenario molto importanti sono la formazione e la responsabilità d'impresa. E soprattutto l'unione: per potersi confrontare con il mercato le nostre imprese hanno bisogno di associarsi".

## L'importanza della (buona) formazione

Proprio a proposito di formazione è intervenuta **Antonietta Campesato**, che ha messo in luce il "Ruolo della formazione per la qualificazione delle imprese". Esordendo con una domanda: "A cosa serve la formazione? E' importantissima per gli imprenditori perché trasmette le conoscenze e le capacità tecniche necessarie ad una ottimale gestione della azienda. E' importante anche per i dipendenti perché una azienda con "dipendenti formati" lavora su standard di qualità superiori a quelli di una azienda che non fa formazione ai propri dipendenti".

## Gli imprenditori devono essere preparati

A questo punto vien da chiedersi: quali sono i temi da inserire nei corsi di formazione per imprenditori? Per Campesato “è importante in questo momento sviluppare soprattutto le competenze economiche e di gestione aziendale, le competenze commerciali e le competenze tecniche. Infatti per esempio se l’impresa di pulizia non sa presentare una offerta dettagliata e di qualità al cliente, il rischio è che l’unica variabile determinante per ottenere la commessa sia esclusivamente il prezzo. Inoltre non essendoci esami o verifiche per l’accesso alla professione di “imprenditore delle pulizie”, oggi è possibile aprire una ditta di pulizie senza nessun criterio o obbligo richiesto dagli enti preposti. Le aziende che invece vogliono essere competitive sul mercato devono riqualificarsi attraverso la formazione dell’imprenditore e dei dipendenti. Facendo così la azienda diventa una “impresa qualificata” e questo fa “la differenza” sul mercato perché qualifica ogni intervento di pulizia operato”.

## I contenuti della formazione

Ma quali sono i contenuti importan-

ti da trasmettere all’imprenditore e al dipendente con la formazione? Innanzitutto partiamo dal titolare, che dovrebbe essere padrone di argomenti come gestione aziendale, analisi dei costi, quotazione dei prezzi, preparazione dei preventivi di offerta. I corsi di formazione, a questo proposito, devono fornire al titolare gli strumenti base per fare l’analisi dei costi dell’impresa e spiegare come quotare i prezzi da inserire nell’offerta al cliente. Inoltre il titolare deve conoscere come si fa lo start up dell’azienda: il finanziamento di partenza in banca, le procedure per la iscrizione alla Camera di Commercio, l’assunzione dei dipendenti, un primo conto economico per prevedere l’ammortamento dei costi di partenza e il momento in cui si riesce ad avere un margine di guadagno.

## Le conoscenze tecniche

Inoltre, sempre secondo Campesato, il titolare deve apprendere attraverso i corsi di formazione: la conoscenza delle sostanze chimiche e del loro utilizzo con la consapevolezza di danni sia all’ambiente che alla salute; la conoscenza dei prodotti eco – compatibili; la conoscenza dei macchinari e loro impiego con relativa valutazione

dei rischi; la conoscenza delle norme di sicurezza (DPR 81); la continua partecipazione ad aggiornamenti sul settore per rimanere in linea con le norme vigenti e di mercato.

## Per i dipendenti

Per i dipendenti, invece, saranno fondamentali corsi di formazione che trasmettano i seguenti contenuti: rispetto delle regole aziendali; conoscenza delle norme di sicurezza (DPR 81); consapevolezza nell’utilizzo dei prodotti; conoscenza dei macchinari e strumenti vari; informazione sui dpi (dispositivi di protezione individuale); conoscenza delle tecniche secondo i parametri di base; rispetto del lavoro che si esegue; continua partecipazione ad aggiornamenti di settore.

## Appalti e mercato tra opportunità e strumenti

Molto approfondita, dunque, la parte sulla formazione, a testimonianza della grande attenzione che CNA riserva al tema. Altrettanto interessante l’intervento di **Antonella Grasso**, “Appalti e mercato: opportunità e strumenti”. Innanzitutto Grasso ha inquadrato il settore: “Di che cosa parliamo quando diciamo imprese di pulizia ar-



Da sinistra:  
Antonella Grasso,  
Antonietta Campesato,  
Francesco Gennarielli.

## ► Una legge per accedere al settore? La proposta di CNA

**CNA auspica un intervento legislativo che fissi dei paletti indispensabili per l'accesso alla professione. La CNA propone un corso di 20 ore presso le associazioni di categoria oltre a una esperienza nel settore di 5 anni. Alcune tematiche da conoscere: analisi dei costi aziendali; costi del personale; costi del materiale di utilizzo; analisi dei costi strutturali.**

tigiane? Iniziamo col dire che si tratta del 73% e oltre delle imprese di pulizia italiane: oltre 30mila su 41mila, con 472.500 dipendenti. Sono distribuite soprattutto al nord, ma in effetti coprono l'intero territorio nazionale. Si tratta di imprese piccole, che per la maggior parte fatturano meno di un milione di euro, oppure da 1 a 10. Solo una piccola parte sviluppa un fatturato superiore ai 10 milioni”.

### La situazione attuale

Dopo aver inquadrato il tema, Grasso ha iniziato la sua analisi dello stato dell'arte della situazione appalti. “Le Direttive comunitarie sugli appalti, che sono in corso di recepimento anche in Italia, prevedono una semplificazione delle procedure, che sono rese più flessibili (es. mezzi elettronici, riduzione termini, procedure negoziali), una riduzione degli oneri (Documento di gara unico europeo), un uso strategico degli appalti (Europa 2020, crescita intelligente e sostenibile) e un miglior accesso per le PMI con lo Small Business Act (lotti, limiti di fatturato portati massimo a 2 volte il valore del contratto, subappalto, ecc.). In tutto questo bisogna saper riconoscere gli elementi di criticità e gli elementi potenzialmente strategici”. La suddivisione in lotti (la stazione appaltante deve giustificare la scelta di non suddividere all'interno dei documenti di gara) dovrà comunque essere adeguata alle PMI, e bisognerà applicare le buone pratiche. Anche i criteri di selezione possono essere vantaggiosi per le PMI: il principio generale è che i criteri siano attinenti e proporzionati all'oggetto. Per ciò

che riguarda i requisiti tecnici e finanziari, ad esempio, il fatturato non può superare il doppio del valore stimato dell'appalto, ed abbiamo chiesto l'eliminazione dell'indice di indipendenza finanziaria. Una buona opportunità, per le imprese tecnicamente preparate, può essere data dal richiamo al criterio di aggiudicazione secondo l'offerta economicamente più vantaggiosa. Anche il subappalto è un'opportunità, purché attuato con criterio. Che la PA, ad esempio, possa essere obbligata a chiedere le parti da subappaltare e, preliminarmente, i nomi dei subappaltatori. Per questi, sono previsti obblighi ambientali, sociali e del lavoro. Una semplificazione importante riguarda il Documento di gara unico europeo. “A questo proposito – ha detto Grasso – le nostre richieste riguardano fra l'altro l'eliminazione dell'indice di equilibrio finanziario, l'applicazione della legge 180 (statuto delle imprese) e le info MPMI (micro, piccole e medie imprese) da inserire nel documento unico e sul sistema AvvPass per il monitoraggio.

### Recepimento Direttive: i primi orientamenti

Grasso ha poi fatto il punto sui primi orientamenti in materia di recepimento delle Direttive comunitarie: si parla di tracciabilità, anche in fase di esecuzione; di pubblicità delle gare prevalentemente su mezzi elettronici; di riduzione e semplificazione degli oneri documentali e di revisione del sistema AvvPass; qualificazione stazioni appaltanti (gestione Anac) e forme di aggregazione delle committenze; offerta economicamente più vantagio-

sa come criterio di aggiudicazione (il criterio del prezzo deve rappresentare l'eccezione); miglioramento delle condizioni d'accesso alle Pmi; criteri sociali ed ambientali, impiego di manodopera locale, territorialità, filiera corta; disciplina specifica per i servizi ad uso intensivo di manodopera; obbligo, in sede di offerta, di indicazione dei subappaltatori.

### Come possono fare le piccole?

“Le Direttive –ha commentato– dettano una cornice normativa con molte disposizioni facoltative a corollario: in questo quadro le politiche per il miglioramento dell'accesso alle PMI sono lasciate, per la maggior parte, ai singoli stati. Per questo occorre intervenire in fase di recepimento. Sappiamo che oggi l'accesso agli appalti riguarda solo le poche imprese più strutturate. Come possono fare le micro e piccole imprese?”

### L'aggregazione è la risposta

“La risposta sta nel sapersi aggregare: l'unione e la rete tra imprese rappresentano uno strumento strategico per l'accesso al mercato. Il contratto di rete è uno strumento flessibile che, nel rispetto dell'autonomia imprenditoriale, consente di fare massa critica e raggiungere obiettivi difficili da perseguire singolarmente. Dobbiamo dunque avere la capacità di incidere sul presente con uno sguardo al futuro”.



**soligena**

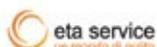
**Grazie per la cortese visita presso il nostro stand Soligena a Pulire 2.1 di Verona!**

*La rete Italiana di Soligena rimane a Vs. disposizione per informazioni sui sistemi e servizi da noi offerti.*



*Il vostro gesto simbolico di lasciare una firma sulla lavagna di **Medici Senza Frontiere***

*ha accompagnato il ns. contributo economico a questa associazione.*



# “la sporca storia del pulito”, ecco lo zibaldone firmato giulio guizzi

Presentata a Verona l'ultima fatica di Giulio Guizzi, “Pulizia igienica e sanificazione. La sporca storia del pulito”, ovvero le epoche del mondo rilette con gli occhiali di uno storico del cleaning. Quasi 500 pagine di viggio tra eventi, personaggi, ritagli, curiosità. Mettetevi comodi perché la lettura è coinvolgente.



lo ossimorico che rende il tutto ancora più interessante. Perché sporca? Apri il libro e lo capisci subito.

## Un settore che cerca dignità

Sporco e pulito, come nel famoso simbolo taoista, sono due aspetti indissolubili della realtà. Dove c'è uno c'è bisogno dell'altro, e appena uno cessa l'altro rischia di prendere il sopravvento. Ma il discorso è anche storico, oltre che filosofico, e lo stesso Guizzi lo ha sottolineato durante la presentazione veronese: il lavoro di chi pulisce è sempre stato considerato “sporco”, cioè umile e poco professionale, e un modo per dargli dignità è rappresentato dalla storia. Fare la storia di chi pulisce significa restituire a questo lavoro così importante un suo spessore culturale, dare identità a un settore, far capire quanto è prezioso per la vita di tutti e il benessere della

collettività. Perché “le grandi cose, si sa -si legge nel prologo- nascono da quelle piccole di tutti i giorni”.

## Il tempo

Il tempo è la dimensione primaria di questo libro. Intanto perché si risale molto indietro, alle origini dell'uomo, con le civiltà primitive, le prime città, i popoli mesopotamici, l'Egitto, Creta, Bibbia ed ebraismo e via discorrendo. Sembra di leggere un libro di storia dei nostri figli, con una dovizia di dettagli da fare impressione al più dotto professore. Poi perché prima di ogni capitolo (sono 13 più un'appendice, e si arriva fino ad oggi) c'è l'indicazione dei tempi di lettura. Come a dire: prendetevi il vostro tempo e mettetevi comodi. Anche perché da un calcolo approssimativo ci vogliono almeno una ventina di orette di full immersion.

## I contenuti

Lo sforzo, però, è ripagato ampiamente: si parte da un capitolo sulla cultura d'impresa (cap. 1, Storia e storie per cultura d'impresa e innovazione) e poi via al “volo” storico dagli albori (cap. 2, Le antiche civiltà) alla civiltà greco romana (cap. 3, Nel mondo greco-romano), con le prime cloache (a Roma si venerava addirittura una Venus Cloacina, di cui si trovano ancora i resti di un sacello nel Foro), i bagni pubblici e l'idea, profondamente radicata nel mondo classico, dell'igiene personale. Del medioevo, alto e basso, si occupa il capitolo 4 (Alto e Basso medioevo), che ci spiega tutto, fra l'altro, dell'idea di pulizia all'epoca delle Crociate e il collegamento con medicina e alchimia. Ma fu il Rinascimento (cap. 5, Nell'età moderna) l'epo-

Quando, una mattina di qualche anno fa, ce lo aveva anticipato venendoci a trovare in redazione con la sua consueta raffinata eleganza, pensavamo che fosse un'impresa quasi sovrumana. Vederla realizzata, a Pulire 2015, sembra difficile da credere. Eppure **Giulio Guizzi** ce l'ha fatta, vincendo la sua ennesima sfida contro la complessità della storia. Sempre più difficile, anche perché stavolta la storia non è semplicemente (si fa per dire) quella dell'industria italiana della pulizia professionale. No, qui si tratta, udite udite, della storia del pulito attraverso tutte le epoche dell'umanità. O meglio, ribaltando la cosa: della storia dell'umanità ripercorsa sotto la lente d'ingrandimento del pulito. “Pulizia igienica e sanificazione. La sporca storia del pulito” (edizioni LSWR, 39 euro) è il titolo scelto dallo storico del cleaning, come lui stesso ama definirsi, per la sua ultima fatica, 490 pagine fresche di stampa presentate il 19 maggio al PalaExpo di VeronaFiere, in sala Mozart, con il giornalista **Maurizio Pedrini** e l'Amministratore Delegato di Afidamp Servizi **Toni D'Andrea**. Con un sottotito-



ca d'oro della... rinascita della pulizia, con figure al limite del leggendario -ma, si badi, storicissime- come Paracelso e Fracastoro. Spazio poi all'Europa delle grandi epidemie, alla moderna urbanizzazione (cap. 6, Le metropoli europee e lo sporco), con le gioie e i dolori della vita metropolitana e della nuova sporcizia, dalle condutture di Londra agli immigrati siriani a Venezia. Col capitolo 7 arriviamo all'Età dei Lumi e delle rivoluzioni, e di pari passo ai primi "seri" manuali di igiene per domestici e governanti. Ma è nel "Nuovo mondo americano" (cap. 8) che si deve collocare l'origine del moderno concetto di cleaning, con il grande impulso alla meccanizzazione di un'attività fino ad allora svolta con tanto olio di gomito. Da leggere, perfetto per il clima Expo, il capitoletto su Filadelfia 1876, la "fiera del centenario" dove tanto spazio ebbero le innovazioni in tema di pulizia professionale. Col cap. 9 si entra nell'Europa dei microbi e dell'igiene, con un resoconto della situazione in Francia, Inghilterra, Germania, Austria e Italia. Al Novecento sono dedicati i tre capitoli successivi, che analizzano il "secolo breve" sotto tre profili diversi: il boom delle macchine (cap. 10), quello della detersione (11) e quello della razionaliz-

zazione (12). L'ultimo capitolo è di aggiornamento, e vi si affrontano alcuni dei temi più attuali del settore, con particolare attenzione alle innovazioni tecnologiche come i nuovi sistemi di filtraggio, l'acqua pura e il green, e al rapporto fra pulito, società e arti. L'appendice è dedicata a riviste specializzate, siti internet, associazioni nazionali e internazionali, fiere e manifestazioni del settore. Ricco il corredo fotografico.

### Il metodo "Zibaldone"

La messe di informazioni, fonti, spunti da prendere in esame era davvero sterminata, e come in tutte le cose più ne sai più ne vorresti sapere. D'altra parte si sa che **Guizzi**, da sempre, colleziona oggetti, strumenti, attrezzature, macchine, libri o anche semplici ritagli italiani e stranieri che hanno a che vedere con la storia del pulito. Com'è stato possibile, quindi, organizzare un percorso coerente fra tante suggestioni? Simpaticamente, Guizzi rispolvera la metafora del pescatore per illustrare il suo metodo di indagine, forse non sistematico né sempre lineare ma senza dubbio attento, informato e appassionato: "In conclusione sono andato a "pescare", da autodidatta ma con la passione di un pescatore sportivo, alle fonti più disparate. Ne ho così ricavato uno Zibaldone di materiale, libri e ritagli incredibilmente ampio, organizzato in schede speciali che poi ho dovuto reinterpretare e riorganizzare per iniziare a scrivere". Un metodo, ci permettiamo di riflettere, a metà fra il Petrarca dei *Rerum vulgarium fragmenta* (il Canzoniere, insomma) e gli appunti sparsi di Plinio il Vecchio, con qualche incursione nelle osservazioni sul campo di stampo cesariano. I paragoni dotti non devono spaventare, perché da sempre Guizzi è custode e interprete dell'anima più colta del cleaning italiano.

# C'È SEMPRE UNA ROSSA FATTA APPOSTA PER TE.



## KILO, PER ESEMPIO!

LA PIU' PICCOLA LAVAPAVIMENTI CON UN VERO SEDILE.

KILO è la lavapavimenti professionale più compatta del mercato e "unica" per scelte tecniche originali e soluzioni innovative. Unisce la maneggevolezza ed il **costo contenuto** della lavapavimenti con operatore a terra con l'**alta produttività** e la comodità di quella con operatore a bordo.



scopri KILO



motoscope & lavasciuga

# probiotici in sanità?

## *sì, no, forse...*

**E' uno dei temi caldi del momento: l'uso dei "probiotici" in sanità spacca il fronte degli esperti fra chi (la maggioranza) raccomanda cautela e chi invece auspica un confronto più aperto. Se ne è parlato a Pulire, allo stand Afidamp, nel pomeriggio del 19 maggio.**

Martedì 19, primo giorno di fiera, allo stand AfidampFed è andato in scena, nel pomeriggio, quello che, con le parole del presidente ANMDO **Gianfranco Finzi** può essere definito "la star del festival" del momento: la diatriba "probiotici sì, probiotici no" per le pulizie in ambiente ospedaliero. L'incontro, dal titolo "L'uso dei prodotti probiotici nelle pulizie professionali: terminologia e impieghi dei detergenti biologici e dei probiotici", si è svolto davanti a un pubblico molto numeroso e molto interessato.

### Il "panel"

Quattro, e qualificatissimi, i relatori, moderati dal giornalista di settore **Maurizio Pedrini**: **Pier Sante Testi**, responsabile del dipartimento tecnico di BioFuture, azienda irlandese specializzata nella vendita di prodotti probiotici, **Gaetano Privitera**, ordinario di Igiene all'università di Pisa, e **Fabio Tumietto**, responsabile del controllo delle infezioni ospedaliere al S. Orsola di Bologna e vicepresidente di Simpios, Società italiana multidisciplinare per la prevenzione delle infezioni nelle organizzazioni sanitarie. Le posizioni, ormai, sono abbastanza chiare. Se ne sta discuten-

do in varie sedi, prima fra tutte il tavolo di lavoro per la definizione dei Cam ospedalieri, dove sono emerse due distinte posizioni che ruotano, sostanzialmente, intorno alle opinioni dell'università di Ferrara, favorevole all'uso dei "probiotici" in sanità, e dell'università di Pisa, più cauta. Del resto, un messaggio di cautela è quello che, in sostanza, è emerso dalla discussione veronese, davvero interessante e ben condotta nel rispetto dei reciproci punti di vista.

### Chiariamo di cosa si parla

**Pier Sante Testi**, dopo aver brevemente presentato la questione dell'impiego dei microrganismi nella detergenza (in sostanza si tratta di batteri che "spiazzano" altri batteri), ed averla tecnicamente distinta dall'impiego effettivo di prodotti probiotici (secondo l'Oms, prodotti che fanno bene all'uomo se ingeriti), è entrato nel merito spiegando come nella prima fase della "detergenza biologica" si debbano utilizzare tensioattivi di origine vegetale, quindi naturali, oppure bio-surfattanti, cioè tensioattivi prodotti da microrganismi in fase di fermentazione. Si tratta perciò di prodotti naturali, biodegradabili e compatibili con l'ambiente. La seconda fase, invece, viene svolta dagli enzimi: "Sostanze proteiche, catalizzatori, che svolgono la funzione di scindere le macromolecole complesse trasformandole in molecole semplici. Successivamente -ha continuato Testi- i microrganismi completano il processo di metabolizzazione trasformando tutte le sostanze organiche in acqua e anidride carbonica, lasciando



la mineralizzazione sul fondo e rimettendo nel ciclo della vita gli elementi che la compongono. La sanificazione biologica, insomma, avviene per effetto dell'antagonismo e del trofismo competitivo fra i microrganismi non patogeni, numericamente superiori, e quelli patogeni. Per consentire questo effetto, è necessario avere un terreno di coltura che permetta la crescita microbica e, di conseguenza, quella dei biosurfattanti e degli enzimi, entrambi prodotti da microrganismi". Ha continuato Testi: "il 1° aprile 2001, sulla rivista Food Industry, abbiamo pubblicato un articolo sulle biotecnologie in ambito alimentare dove menzionavamo anche il programma biologico di pulizia, relativo appunto a questo settore. Dicevamo che la detergenza biologica può essere impiegata con profitto in qualsiasi tipo di settore industriale. Ovviamente con cautela e tenendo presente che un conto è una scrivania, un conto è un ambiente industriale con sporco organico".



### Si possono usare in sanità?

D'accordo, ma in sanità? A fronte di una pulizia biologica, quindi tutta naturale, quali rischi si corrono nel cercare di togliere microrganismi attraverso l'impiego di altri microrganismi in contesti a rischio come la sanità? A questo proposito Privitera è stato molto chiaro: "Manca una corralità che ci confermi che questi sistemi funzionano, e mancano adeguate conferme di parti terze a proposito del fatto che, effettivamente, non vi sia alcun rischio. In mancanza di questi dati certi, io andrei con cautela. Il discorso, in sintesi, è semplice: utilizzare microrganismi per prevenire la formazione di altri microrganismi può essere discutibile. Penso soprattutto ai soggetti fragili, con difese immunitarie compromesse o con aperture, ad esempio post-operatorie, che possono essere "porte d'ingresso" ai microrganismi. A questo proposito non abbiamo ancora evidenze scientifiche sufficienti, le problematiche sono tante e sarebbe

il caso di valutazioni più accurate". Sulla stessa linea **Tumietto**, del S. Orsola: "La posizione mia e di Simpios è di estrema prudenza. In assenza di evidenza scientifica sull'efficacia e sulla bio-safety per il malato, è difficile pensare di proporre queste metodologie in sanità. Sono necessarie documentazioni inoppugnabili che in questo momento non possediamo. Teniamo conto che per molti aspetti la medicina è ancora un mistero: pensiamo ad esempio al recente caso Ebola. Sapete che non sappiamo ancora cosa esattamente ha fatto sopravvivere i pazienti che l'avevano contratta e ne sono guariti? Forse le loro stesse difese immunitarie. Certo, abbandonare la chimica è un'ipotesi suggestiva, di grande impatto "green", ma qual è il vero rischio che si corre?".

### Ancora alto il numero delle infezioni legate all'assistenza

Tumietto ha poi spiegato come il S. Orsola, dove lui lavora, sia un luogo in cui "tutti i giorni 24mila persone entrano ed escono, portando i loro microrganismi. Come si può pensare di introdurre altri a cuor leggero? Ho visto casi di endocardite da *lactobacillus* provocata dalla proliferazione di questo batterio, che ha reso necessaria la chirurgia aortica. Cosa fare se per abbattere la *pseudomonas* facciamo crescere il *lactobacillus* che l'ha spiazzata? La responsabilità, quando ci si muove in questi contesti, è molto seria e ormai le infezioni ospedaliere sono uscite dall'ospedale diventando "infezioni correlate all'assistenza". 7mila persone all'anno ne sono vittime in Italia, e sono solo quelle che sappiamo. Perdipiù il dato non accenna a diminuire. Se dunque da un lato capisco il punto di vista del mercato, dall'altro raccomanderei la massima cautela per tutti gli impieghi in cui c'è un contatto costante con l'uomo. I batteri non sono stupidi -ha det-

to Tumietto usando un'immagine di grande efficacia. Anzi, si attrezzano per sopravvivere in tutti gli ambienti. Sullo Space Shuttle li abbiamo trovati che mangiavano le guarnizioni dei vetri. Sono anche in grado di cedere ad altri germi loro proprietà, rendendo la specie più resistente."

### Utilizzarli "in uscita" è più sicuro

Un'apertura è poi venuta da Privitera, che nel confermare la necessità di massima prudenza ha sottolineato come un impiego possibile sarebbe quello "a valle" della filiera ospedaliera. "Ad esempio per il trattamento delle sostanze ormonali che escono dall'ospedale, per affrontare il problema degli interferenti endocrini. Consiglio dunque un utilizzo in uscita dalla filiera, per l'uso in ingresso aspetterei maggiori evidenze. A fronte del non sapere, o me lo dimostri, o mi astengo". La discussione si è fatta più accesa con gli interventi del pubblico. Fra questi, si è distinto quello di **Mario Pinca** di Copma, società che ha messo a punto PCHS, Probiotic Cleaning Hygien System, un sistema di pulizia innovativo, capace di garantire una igiene stabile degli ambienti, sviluppato e messo a punto da Copma, sulla base di una ricerca scientifica svolta dal C.I.A.S. Centro studi Inquinamento ambienti ad Alta Sterilità dell'Università di Ferrara. "Auspico- ha detto- che non ci siano chiusure preconcepite, ma che si apra un reale confronto".

# innovation award 2015, *kärcher vince il premio più combattuto*

Mai come quest'anno il Premio Innovazione è stato combattuto: testimonianza del crescente prestigio del riconoscimento e dell'altissimo livello delle novità presentate a Verona. Ecco una carrellata approfondita.



La consegna del premio

34  
GSA  
GIUGNO  
2015

Combattutissimo il Premio Innovazione 2015, consegnato a Pulire, nel tardo pomeriggio del 19 maggio, alla Kärcher per la nuova spazzatrice KM 125/130 R. Alto il livello di tutte le novità in corsa, che segnano importanti trend di mercato.

## Un riconoscimento prestigioso

“Siamo onorati di questo riconoscimento” ha affermato **Nico Trotta**, Marketing Manager di Kärcher Italia, nel ritirare il Premio Innovazione 2015, senza dubbio il più combattuto di sempre. “Risolvere problematiche complesse fa parte del nostro dna: una vera e propria mission che perseguiamo con grande responsabilità e impegno, senza sosta. Attraverso un percorso di innovazione, trac-

ciamo costantemente nuovi standard nel settore del cleaning”. Del resto, l’Innovation Award 2015 (o Premio Innovazione, per chi preferisce dirlo all’italiana) è soltanto l’ultimo di una serie di riconoscimenti conseguiti da Kärcher in ambito internazionale. Guardando soltanto al recente passato, l’azienda tedesca ha infatti ricevuto un Clean Green Award nel 2011, per l’aspiratore T12/1 Eco!efficiency e un secondo Innovation Award, ad IS-SA Interclean 2014, per l’innovativo sistema B60/10C MopVac. Un “palmares” di tutto rispetto che -di fatto- conferma Kärcher al vertice del proprio settore per avanguardia tecnologica ed innovazione.

## La vincitrice: Kärcher KM 125/130 R

“Si tratta -ha detto **Trotta**- di un riconoscimento prestigioso che conferma il grande impegno dell’azienda per l’innovazione”. Sviluppata in collabo-

razione con operatori e professionisti del cleaning dopo approfondite ricerche di mercato, la nuova spazzatrice Kärcher KM 125/130 R si distingue per la terza spazzola laterale, utile a raccogliere lo sporco residuo in fase di curva e per quella posta sull’asse posteriore, che garantisce un’azione efficace quando la macchina supera dossi o dislivelli. Il sistema scuoti-filtro automatico con tecnologia TACT entra in funzione ogni 45 secondi per garantire massima pulizia al filtro, evitando qualsiasi intervento dell’operatore. La giuria del premio, composta da autorevoli esperti, è stata dunque colpita da queste particolari innovazioni, assolutamente uniche nell’attuale panorama di mercato. Non è stata, però, una decisione facile, né durante, né dopo. I cinque giurati, che per la prima volta erano per la maggior parte stranieri (ricordiamoli: **Doug Cook**, Chairman del British Cleaning Council, **Peter Hug**, Direttore Generale di

KM125/130 R



EUnited, **Simon Chen**, CEO di ICE, **Tibor Ritz**, esperto di formazione, e **Toni D'Andrea**, Amministratore Delegato di Afidamp Servizi) hanno visto la loro decisione (che per statuto è insindacabile) accolta da molte facce scure e storte di naso. Già fra gli stand si sentiva dire che l'Afidamp, scegliendo la "squadra" degli arbitri, ha contribuito a far uscire dall'Italia il prestigioso riconoscimento. Chi l'ha presa peggio di tutti è Fimap, che con la rivoluzionaria lavasciuga Genie XS si sentiva, diciamo, mezzo premio già in tasca (*a questo proposito rimandiamo all'intervista all'AD Afidamp Servizi, nonché unico giurato italiano, Toni D'Andrea*). Del resto, cercando di vedere il bicchiere mezzo pieno, si può dire che il malcontento e le polemiche sono una testimonianza tangibile del livello qualitativo raggiunto da tutte le aziende (per cui è sempre più difficile emettere verdetti univoci) e del crescente prestigio che il Premio veronese sta acquisendo nel panorama nazionale e internazionale.

### Genie XS e Fimap: le novità di casa Fimap

Senza dubbio, pur riconoscendo ai vincitori l'onore delle armi, bisogna dire che Fimap si è presentata a Pulire 2015 forte di due novità rivoluzionarie: **Genie XS** è una macchina sempre pronta all'uso e comoda da impiegare, potente, veloce nella ricarica e con costi ridotti di esercizio e manutenzione. E' adatta a pulire con estrema agilità spazi piccoli e congestionati. È alimentata a batteria agli ioni di litio che permette di riutilizzare la macchina per più interventi, brevi e mirati nella stessa giornata. Si tratta di una macchina piccola e leggera, quindi si può portare ovunque necessario. Con un solo passaggio la superficie è subito asciutta e sicura evitando pericolosi rischi di scivolamento. Inoltre le batterie al litio assicurano prestazioni costanti per tutta la durata dell'intervento e permettono di ricari-



care Genie XS rapidamente, per avere la macchina sempre carica e disponibile per riutilizzarla nella stessa giornata ogni volta che serve. L'innovativa testata rotante è dotata di un tergipavimento parabolico che segue costantemente il senso di marcia della macchina offrendo così un lavaggio ed una asciugatura perfetta in qualsiasi direzione fino agli angoli più inaccessibili. Il gruppo spazzola è spostato lateralmente rispetto al corpo macchina, per igienizzare tutta la superficie utile della stanza. L'altezza e l'inclinazione del volante si possono adattare secondo la statura dell'operatore, per non affaticare la schiena. L'impugnatura è rivestita di un materiale morbido al tocco e antiscivolo che favorisce la presa ed il comfort. Inoltre è silenziosa, compatta e il dispositivo Eco Mode è l'ideale per la pulizia di manutenzione, perché garantisce igiene perfetta senza sprechi. I materiali scelti come l'alluminio del basamento e del telaio rendono Genie XS robusta e leggera allo stesso tempo, riducendo l'affaticamento dell'operatore durante l'utilizzo e durante il trasporto, anche quando si tratta di cambiare piano in assenza di ascensori. Fimap, inoltre, ha candidato anche **Fimap**, simile ma molto più piccola della sorella maggiore Genie XS, e perfetta per pulire piccoli spazi ed essere riposta agevolmente. Si tratta, in sostanza, di un'alternativa meccanizzata al mop, che ha dalla sua grande efficienza e la possibilità di essere impiegata anche in contesti affini al domestico. Anche in questo caso, spiccano tutti i vantaggi delle bat-



terie al litio. La spazzola cilindrica offre un'ora di lavoro autonomo, mentre se usata in modo discontinuo, la carica può anche durare più giorni.

### I-Cart di Socaf, la soluzione per gli ambienti sanitari

Socaf invece si è concentrata sulla sanificazione negli ambienti sanitari, un problema molto sentito tanto più che, attualmente, le superfici orizzontali degli ambienti sanitari e ospedalieri vengono quotidianamente puliti con strumenti manuali e solo periodicamente la pulizia avviene con strumenti professionali meccanizzati (monospazzola e aspiraliquidi). Per questo Socaf ha pensato a i-mop, una lavasciuga professionale da 46 cm con batterie agli ioni di litio che ha la stessa versatilità di un mop. Grazie alla sua compattezza e versatilità, i-mop cambia il modo di pensare al pulito. A completamento dell'offerta è stato



I-Cart

creato anche **i-cart**, il carrello compatto che consente non solo il trasporto agevole di i-mop ma mette a disposizione degli operatori un vero e proprio sistema di pulizia per il settore sanitario. Con i-cart gli utenti possono infatti trasportare fino a tre taniche di acqua pulita, tre taniche di acqua sporca per essere autonomi dalle utenze e set extra di spazzole, il tutto rigorosamente con codice colore per il rispetto dei rigidi protocolli HACCP. Completa gli accessori il carica batterie a bordo che consente un uso 24/24, cassette estraibili per un sistema di microfibre e porta mop manuali per pulire anche le superfici verticali difficili da raggiungere. i-cart è un sistema modulare che consente grande flessibilità per gli utenti e massima personalizzazione: “un carrello deve contenere solo quanto strettamente necessario, nulla di più e nulla di meno”.

### Carrelli a portata di App con CollegaMe di Falpi

Anche Falpi ha presentato una bella novità, stavolta legata non al prodot-

to ma alle tecnologie di localizzazione: parliamo del programma **CollegaMe**, un avanzato sistema di localizzazione indoor basato sull'utilizzo della tecnologia iBeacon. Il sistema CollegaMe utilizza una piattaforma informatica in cloud attraverso la quale l'utente abilitato può monitorare in tempo reale la posizione e i movimenti di un dispositivo mobile tablet o smartphone e comunicare attraverso una connessione dati 3G. CollegaMe è utilizzabile in ambiti ove non sia possibile l'utilizzo del sistema GPS quali ambienti chiusi o su più livelli. Pensato per il settore del cleaning professionale, consente, con un ridotto investimento, la localizzazione dei carrelli di pulizia in ambito ospedaliero (ma nulla vieta di pensare anche ad altre applicazioni), e l'individuazione dell'area ove viene svolto il servizio in tempo reale. CollegaMe è inoltre in grado, con l'utilizzo della propria piat-

taforma informatica, di inviare e ricevere messaggi di allerta o di informazione di vario tipo direttamente sul dispositivo mobile abilitato. Tanto per capirci: i “beacon” sono piccoli trasmettitori autoalimentati a batteria. Il loro posizionamento avviene senza costi di impianto o modifiche alle strutture esistenti. Si incollano con un apposito biadesivo e sono autoalimentati da batterie commerciali di piccole dimensioni che garantiscono lunga autonomia (oltre un anno secondo i modelli). Trasmettono un segnale bluetooth low energy di ridotta portata, sufficiente, tuttavia, per agganciare la app CollegaMe installata sui dispositivi mobili abilitati. Quest'ultima, attraverso la sua piattaforma informatica, offre un quadro preciso delle operazioni al momento del collegamento. Facile da utilizzare, può essere impiegata in cloud o installata su un pc aziendale.



## d'andrea: *un'innovazione non del tutto capita*

Dell'amarezza per la mancata assegnazione del premio Innovazione a un'azienda tricolore si fa interprete l'Amministratore Delegato Afidamp Servizi **Toni d'Andrea**, unico giurato italiano.

### Procedure rispettate al millimetro

Che ci tiene a chiarire: “Bisogna premettere, innanzitutto, che le procedure sono state seguite al millimetro, con grande serietà e professionalità. Nulla da discutere, quindi, sull'organizzazione e sulle modalità di assegnazione dell'Innovation Award 2015”. Ciò detto, però, la delusione è palpabile: “Anche se non sono arrivate polemiche dirette, è comprensibile una certa amarezza. Io stesso mi rammarico che non sia stata capita fino in fondo, ad esempio, la portata innova-

tiva dei prodotti Fimap, che a mio parere aprono un nuovo segmento di mercato rivolgendosi alla sterminata galassia dei piccoli esercizi commerciali”.

### Giuria indiscutibile

Indiscutibile anche l'autorevolezza della giuria: “A quelli che borbottano perché la giuria era composta soprattutto da stranieri rispondo chiaramente che una fiera come Pulire, che si presenta come internazionale, deve aprirsi alla realtà internazionale. Del resto anche le aziende italiane in gara sono competitors internazionali, quindi... Inoltre tutti i giurati sono grandi esperti del cleaning mondiale, conoscono le fiere e il settore, provengono da parti e contesti diversi del mondo e appartengono a realtà aziendali e associative dif-



OmniFlex Autovac System

### **Kaivac OmniFlex Autovac: velocità, efficienza e sicurezza**

Che dire, infine, di **OmniFlex AutoVac System** presentato da Kaivac Cleaning Solutions? Si tratta di una lavapavimenti “crossover” che è perfettamente in grado di rivaleggiare con una lavasciuga professionale per rese, velocità ed efficienza, pur costando molto meno. La cosa straordinaria è che la ba-

se è un semplice secchio da mop, che in pochi istanti si può trasformare in una macchina per lavare i pavimenti che pulisce velocemente e bene come una tradizionale operatore a terra o a bordo. Il sistema è perfetto per la pulizia ad alta velocità ed è veloce ed efficiente senza avere la complessità delle macchine più “impegnative”. La macchina è versatile: si può applicare praticamente in tutti i contesti: corridoi di edifici, aree comuni, industria, comunità, sanità, luoghi per lo sport e il tempo libero e molto altro ancora. Ovunque, insomma, ci sia necessità di una pulizia professionale efficace e rapida. Magari risparmiando, il che non fa mai male. Quanto alle rese, non temono davvero rivali: si va dai 1500 metri quadrati/ora della versione a cavo ai 1800 di quella a batteria. E visto che le componenti non sono molte, anche la necessità di manutenzione è estremamente ridotta. Senza contare la sicurezza, una delle caratteristiche forti di questa macchina.

ferenti, e questo per garantire che nessuno potesse fare “squadra” e prendere le sue decisioni in modo più politico che tecnico. Si tratta insomma di professionisti corretti, stimati, autorevoli e riconosciuti su scala internazionale”.

### **Due diverse idee di innovazione**

La giuria, dal canto suo, si è espressa “incoronando” un proprio concetto di innovazione: non tanto innovare nel senso di inventare qualcosa, facendo uso del tanto prezioso “ragionamento laterale” e scoprendo nuovi orizzonti per il mercato, come nel caso di Fimap, ma innovare come aggiungere qualcosa al già esistente, perfezionandolo e rendendolo più performante. “Sono due idee diverse, entrambe con la loro dignità. Personalmente ho seguito la nascita e lo sviluppo della macchina Fimap Genie XS e ritengo che sia un’innovazione di grande portata, un po’ come lo era stata la Vispa di casa Comac. Ritengo che la soluzione per pulire aree inferiori ai 100 metri quadrati avrà grande successo e sarà premiata dal mercato, anche perché frutto di un’indagine accurata presso le Camere di Commercio. L’azienda veneta, infatti, nei mesi precedenti lo sviluppo della macchina aveva studiato la realtà degli esercizi commerciali in Italia, verificando che la maggior parte di essi ha una metratura inferiore ai 100 mq. Ecco perché ritengo che Fimap abbia di fatto inventato una fetta di mercato, ed ecco perché, pur accettando il verdetto serissimo di una giuria impeccabile di cui io stesso ha fatto parte, non posso nascondere il mio rammarico. Da italiano e da professionista del settore”.

# EXPERT CLEAN AGRUMATO

IL DETERGENTE EFFICACE E DELICATO PER I TUOI PAVIMENTI

- > INTENSAMENTE PROFUMATO
- > UTILIZZABILE CON MOP, FRANGIA E LAVASCIUGA
- > NON NECESSITA DI RISCIAQUO
- > DISPONIBILE IN ALTRE 8 VARIANTI DI PROFUMO
- > ANCHE IN VERSIONE MONODOSE



**INTERCHEM**  
ITALIA

Via Spagna, 8 - 35010 Peraga di Vigonza (PD)  
tel. +39 049 8932391 - fax+39 049 8932300  
www.interchemitalia.it - info@interchemitalia.it

# dalle persone alle cose: *il futuro è nella connessione*

Sono ormai innumerevoli i campi di applicazione dell'Internet of things, e le opportunità non mancano nemmeno nella pulizia professionale. Un bel convegno organizzato a Verona da Forum Pulire ha approfondito l'argomento, aprendo scenari inaspettati per un futuro ormai vicino.

38  
GSA  
GIUGNO  
2015

E se in un prossimo futuro noi umani fossimo soltanto delle (scomode) appendici in un mondo di oggetti intelligenti che dialogano fra loro, prendono decisioni autonome, si organizzano in reti sempre più fitte e complesse? Uno scenario fantascientifico che esiste solo nella mente e nella penna degli scrittori e dei registi di fantascienza? Non proprio, almeno stando a quanto emerso nel corso di Internet of things, uno dei piatti forti del programma convegnistico di Pulire 2015, svoltosi la mattina del 20 maggio in sala Mascagni. L'appuntamento, organizzato da Forum Pulire, si è tenuto rigorosamente in lingua inglese, a testimonianza del respiro internazionale che la manifestazione veronese va sempre più assumendo.

## Gli "speakers"

Platea interessata e speakers tutti di alto livello: da **Markus Asch**, Ceo di Kärcher, a **Simon Chen**, managing director di Ice, da **Federico Baffetti**, manager Ricerca e sviluppo di Injenia, ad **Andrea Granelli**, presidente di Kanso e dell'associazione Archivio storico Olivetti, con la sapiente moderazione di **Carlo Massarini**, giornalista esperto in tecnologie digitali.

## IoT: di cosa parliamo?

La domanda di partenza, a cui tutti, dalla loro peculiare prospettiva, hanno provato a rispondere, era come l'internet delle cose potrà incidere, in un prossimo futuro, sul mercato in generale e su quello del cleaning in particolare. Insomma è arrivata, anche per il nostro settore, l'ora di approfondire il concetto di internet delle cose, o più propriamente "internet degli oggetti", traduzione dall'inglese "internet of things". La teorizzazione del concetto, infatti, arriva dal mondo anglosassone, e in particolare dall'agenzia di ricerca e consulenza strategica americana **Gartner**. Ma che cos'è, precisamente, questa nuova "rete delle cose"? Cominciamo con il dire che l'Internet delle cose è vista come una possibile evoluzione dell'uso della rete. Grazie a un continuo dialogo fra di loro e con la realtà che le circonda, le cose che utilizziamo tutti i giorni "prendono vita" e diventano strumenti intelligenti, adattandosi alle circostanze. Non è del tutto fuorviante, fatte ovviamente le debite distinzioni, parlare di facoltà adattativa: il principio, in fondo, è analogo a quello che già governa i dati in rete: cerchi su google una macchina e quando apri facebook ti escono i banner delle case automobilistiche, hai uno smartphone e la pagina del tuo sito preferito si adatta alle dimensioni del tuo schermo, sei in piazza Verdi ed è mezzogiorno e il telefono ti indica i ristoranti più vicini. Sono le diciotto, esci dal lavoro e ti compare il tempo di percorrenza fino a casa, a seconda di traffico, scioperi dei mezzi, lavori, incidenti. E si potrebbe andare avanti all'infinito. Insomma, estendendo il concetto alla vita di tutti i giorni, gli oggetti "in rete" si rendono



riconoscibili e acquisiscono intelligenza grazie al fatto di poter comunicare dati su se stessi e accedere ad informazioni aggregate da parte di altri. Ad esempio, sveglie che suonano prima in caso di traffico, piante che dicono all'innaffiatoio quando è il momento di bagnarle, scarpe da ginnastica che trasmettono tempi, velocità e distanza per gareggiare in tempo reale con persone dall'altra parte del globo, vasetti e contenitori di medicinali e farmaci che avvisano i familiari se si dimentica il momento della terapia. Tutti gli oggetti possono acquisire un ruolo attivo grazie al collegamento alla Rete. L'obiettivo dell'internet delle cose è di far sì che il mondo elettronico tracci una mappa di quello reale, dando un'identità elettronica alle cose e ai luoghi dell'ambiente fisico. Gli oggetti e i luoghi muniti di etichette Identificazione a radio frequenza (Rfid) o Codici QR comunicano informazioni in rete o a dispositivi mobili come i telefoni cellulari.

## Molti esempi... dall'igiene orale a quella ambientale

Ad aprire la danze, a Verona, è stato **Granelli**, che ha presentato vari esempi di utilizzo della rete delle cose: dalla botanica alla viabilità, fino alla misurazione dei flussi di persone in determina-



ti luoghi, passando addirittura per la gestione degli animali da gregge, gli spazzolini da denti, i droni, gli apparecchi a cui viene richiesto un comportamento “autonomamente organizzato” (pensiamo ad esempio alla sanità e a contesti simili). Come si vede, non siamo poi tanto lontani dagli scenari preconizzati all’inizio... In poche parole: l’internet delle cose può cambiare notevolmente il rapporto tra produttori, rivenditori e utilizzatori finali, verso un mondo sempre più connesso e intelligente. “Si tratta - ha detto Granelli - di una tecnologia con enormi potenzialità per l’industria: la sfida è quella di cambiare ed analizzare il comportamento degli utilizzatori. Anche in Italia ci sono già molte start-up in questo settore, e il mercato è in rapida crescita, come dimostrano i dati, che sono davvero impressionanti: ogni giorno il flusso di dati internet si aggira sul milione di exabyte (qualcosa come 10 alla 18esima), e quando le cose dialogheranno fra loro in una rete fitta, questo dato crescerà di un fattore miliardo, portandosi all’impressionante unità di misura del brontobyte (un 10 con esponente 27: impossibile anche immaginarlo). Monetizzando, si parla di un volume di 6mila miliardi di dollari che verrà raggiunto tra 5 o 10 anni al massimo. E non si tratta semplicemente

di un simpatico mondo di gadget: l’Internet delle cose è qualcosa di serio, e lo prova il fatto che, dall’anno scorso, un colosso come **General Electric** ha iniziato a lavorare al Consorzio Industriale di Internet insieme a partner del calibro di **AT & T, Cisco, IBM e Intel**. Una sfida che richiede nuove competenze e abilità, nuovi modelli decisionali e operativi, ma anche nuove abilità tecniche”. Quali potranno essere, alla luce di tutto ciò, i vantaggi per il settore del cleaning? “Ad esempio miglioramenti nel servizio per le macchine, grazie alla possibilità di scambiare in tempo reale dati per assistenza, interventi di manutenzione e così via, o anche nell’innovazione, con soluzioni sempre più all’avanguardia. E’ chiaro che in uno scenario come questo tutti potranno trarne vantaggi, a patto, naturalmente, che si sviluppino le competenze richieste.

#### **Parola d’ordine: Internet delle cose!**

Quali sono le parole d’ordine di oggi? **Asch** non ha dubbi: “Nanotecnologie e miniaturizzazione, nuovi materiali, nuove batterie, biotecnologie, big data, robotica. E, naturalmente, la nuova industria 4.0 e... l’internet of things!”. Poi ha continuato coi dati, facendo rilevare come, ad oggi, nel mondo ci sono circa 12 miliardi di dispositivi mobili intelligenti, circa 1,7 per ciascuno di noi. E nel 2020, questo numero sarà triplicato. “Per quanto riguarda il nostro settore, il futuro è la building intelligente che comunica con il cleaning: dicendo, ad esempio, quando un pavimento viene sporcato, quando in un hotel una stanza è stata usata, quando un ambiente è stato sporcato e quindi va pulito”. Sì, tutto bello, ma il mercato è pronto? “Per alcuni clienti si può dire di sì -ha detto Asch-. Altri sono molto restii. La tecnologia c’è, la domanda è: in quanto tempo cambierà l’industria? A mio parere, è già nei prossimi due anni tutto cambierà”. E già si parla, a Pulire 2.1, di “pulizia 4.0...”

#### **Sempre più numerosi, sempre più connessi**

**Simon Chen**, è partito da un dato demografico: “Dall’inizio dei processi di industrializzazione -ha detto Chen- la popolazione mondiale, che allora si aggirava sul miliardo di individui, è circa sestuplicata. Con una domanda di pulizia che è esplosa, perché tutti gli ambienti pubblici e privati richiedono pulizia. Tutto questo in un contesto in cui la gestione delle risorse umane è sempre più complicata, il lavoro sempre più costoso, i finanziamenti più onerosi. Tutti problemi a cui l’internet delle cose può assicurare una soluzione: ad esempio attraverso il monitoraggio costante di certe operazioni da remoto, il miglioramento dell’efficienza del lavoro, e naturalmente quello gestionale”. Chen ha poi sottolineato l’importanza di alcune innovazioni tecnologiche, come le nuove batterie al litio con tecnologia Internet of Things, una soluzione green, leggera, compatta, dalla vita lunga (fino ai 2mila cicli). Buone opportunità dall’IoT possono venire anche per il noleggio, una formula di acquisizione che sta prendendo molto piede anche in Europa, e in Italia (*vedi a tale proposito l’articolo sull’evento AfidampCom del 21 maggio*).

#### **L’opportunità tecnologica**

Dopo aver presentato la realtà di Injenia, nella “top eight” dei più performanti partner di Google in Europa, **Baffetti** ha analizzato lo stato dell’arte della rete delle cose nel mondo di tutti i giorni: tv, droni, occhiali intelligenti, macchinari per applicazioni industriali, apparecchi di vario genere: tutto, ormai, funziona in modo costantemente collegato, con risparmi di vario genere, che vanno dal tempo alla gestione dei dati, estremamente semplificata grazie al dialogo fra le cose. “Oltretutto i costi della tecnologia sono in calo, mentre è più accessibile il business in questo settore, con modelli più versatili e flessibili”.

# finalmente a battesimo la piattaforma “european cleaning days”, *per riunire gli eventi del settore*

Ottima partenza, a Verona, per la piattaforma che riunisce tutti gli eventi europei del cleaning: il 20 maggio è stato presentato il progetto “European Cleaning Days”, che ruota intorno al sito [www.cleaningdays.eu](http://www.cleaningdays.eu), con edizione italiana curata da Afidamp e GSA media partner.

Tra gli appuntamenti convegnistici organizzati a Verona per Pulire 2015, un momento particolarmente importante è stato quello della lunga conferenza stampa/workshop di presentazione in lingua inglese del progetto “European Cleaning Days”, svoltasi in Sala Mascagni dalle 12.15 alle 16.30.

## Quell'Europa che fa squadra

L'evento, organizzato da Afidamp Servizi/EUnited, ha riunito intorno a un tavolo diversi nomi di spicco del cleaning europeo: a fare gli onori di casa è stato **Toni D'Andrea**, AD di Afidamp Servizi, mentre fra i relatori si sono avvicendati **Andreas Lill**, direttore generale di Feni, **Peter Hug**, direttore generale di EUnited, **Cassia Almeida**, direttore di Facop e, per un welcome, **Heike Hemmer** di CMS Berlino, in programma a settembre nella capitale tedesca.

## La piattaforma online

Il progetto, di cui GSA è media partner, è molto interessante: in pratica si tratta di riunire in un sito, almeno fino a fine 2015, ogni iniziativa organizzata

in Europa da associazioni della filiera del cleaning potrà diventare un “European cleaning day”. Il sito è [www.cleaningdays.eu](http://www.cleaningdays.eu), realizzato in 4 lingue, con informazioni dettagliate sull'evento. La nostra testata è media partner di un'iniziativa che potrebbe rinforzare il settore anche nella percezione dell'opinione pubblica e degli organismi di governance. Molto ottimista **D'Andrea**, che per il cleaning italiano ha parlato di “ultimi anni buoni per quanto riguarda il mercato estero, e meno convincenti per quello interno. I buoni risultati di Pulire, tuttavia, ci fanno sperare in una ripresa, anche perché nei primi tre mesi del 2015 le tendenze sembrano in crescita”.

## Un settore che vale

Naturalmente, il workshop è stata l'occasione per presentare il settore del cleaning europeo, e per sottolineare, come ha fatto **Hug** in apertura, quanto il lavoro di chi pulisce incida in profondità sulla qualità della vita di tutti e su moltissimi settori. Hug, insieme a Lill, ha presentato la sostanza del progetto. E non ci potevano essere relatori più appropriati, visto che la campagna European Cleaning Days è stata promossa proprio da EUnited Cleaning, associazione europea delle macchine per la pulizia, con il supporto della Federazione europea delle imprese di pulizia ([www.feni.eu](http://www.feni.eu)), oltre che dell'Associazione Internazio-



# European Cleaning Days

nale di saponi, detergenti e prodotti per la manutenzione ([www.aise.eu](http://www.aise.eu)). “L’idea è quella di promuovere il cleaning professionale, facendo vedere a quanta più gente possibile che dietro ogni operatore di pulizia c’è una filiera molto importante fatta di imprese di servizi, di aziende che producono le macchine e le attrezzature che servono per pulire e di società che mettono a punto i prodotti chimici usati dai pulitori”, ci ha detto **Lill**. Che ha ribadito questi concetti davanti al pubblico di Verona, presentando i numeri e gli ambiti di attività di Feni. Non dimentichiamo che si tratta di un settore che solo per le imprese di servizi vale 64.5 miliardi di euro e occupa oltre tre milioni di persone in Europa. Se poi vi si aggiungono i produttori di macchine e detergenti, il mercato vale molto di più. Ha poi presentato i dati riferiti al mercato europeo del 2012 (*di cui diamo conto nell’articolo successivo*). “Non bisogna dimenticare che cosa c’è dietro i lavoratori. E’ quanto mai necessario educare il pubblico sull’importanza della pulizia professionale per la salute e il benessere col-

lettivo. Saranno coinvolti diversi paesi, tra cui, oltre all’Italia, Germania, Belgio e Francia, con attività che spazieranno da mostre, workshop e lezioni nelle scuole, alla pulizia nelle strade e nelle piazze, e coinvolgeranno persone di diverse fasce di età e professione. Queste le aree su cui si concentrerà la campagna: detergenti per la pulizia e la disinfezione; lavaggio di pavimenti e ad alta pressione; pulizia di edifici, locali commerciali e siti produttivi; attrezzature municipali; macchine per la pulizia; imprese di servizi.

## Il progetto

La campagna coordina i diversi eventi del settore del cleaning che si svolgono in Europa e, se possibile, ne promuoverà di nuovi. Lill pensa che un’iniziativa come questa possa contribuire a dare dignità a un settore ancora troppo spesso sottovalutato. Tutto ruota intorno al sito internet <http://www.cleaningdays.eu/>, destinato a diventare un vero e proprio “collettore” di tutte le iniziative europee sul cleaning professionale: fiere, manifestazioni, giornate dedicate, corsi di formazione, convegni, seminari, dibattiti, iniziative nelle scuole e così via. A segnalarli, mediante l’apposita documentazione disponibile sul sito, potranno essere le associazioni di categoria sia delle imprese (per intenderci: la Fise/Legacop di turno) sia dei produttori di macchine, attrezzatura e detergenti (come Afidamp) di tutti i paesi europei. Il sito fungerà da cassa di risonanza di questi eventi.

## Aspettando CMS...

Tra i prossimi appuntamenti calendarizzati spicca CMS Cleaning Management Systems, dal 22 al 25 settembre a Berlino. Proprio per questo a Verona è intervenuto **Hemmer**, che ha presentato la fiera, in cui larga parte (e molte opportunità) avranno i produttori italiani, e ha parlato di “industria del cleaning molto tecnologica”. Mentre **D’Andrea** ha sottolineato come le fiere del setto-

re non debbano porsi in concorrenza, ma in sinergia, anch’esse in una logica di rete per lo sviluppo complessivo del settore: “Dobbiamo unirli –ha ribadito- per cercare di far diventare questo lavoro appetibile e smart. Pulire è il luogo in cui questo avviene. Nell’occasione, l’AD Afidamp Servizi non ha risparmiato una stiletta alla concorrenza sleale (in primo luogo quella cinese), auspicando che anche CMS, come Pulire, non accetti espositori poco trasparenti.

## Facop: dal Brasile, formazione all’avanguardia

Ma fare fiere ed eventi vuol dire anche sapersi rinnovare, a partire dalla formazione. Ecco la ragione della presenza di Facop, una promettente fondazione brasiliana nel settore “educational” (su youtube sono visibili anche diversi filmati) impegnata nella formazione di professionisti del cleaning. Si tratta di una realtà in crescita, partita con 8 corsi tecnici, che oggi ne annovera 15 e una frequenza crescente, che è arrivata a toccare le 20mila unità. Nella sede Facop, di oltre 13mila metri quadrati, si tengono corsi di pulizia in sanità con tanto di simulazione degli ambienti dell’ospedale. Una realtà avanzatissima, come ha sottolineato **Cassia Almeida**: “Si parte dalle informazioni di base con istruzioni chiare e semplici e progressivamente si sale di livello. Le nostre metodologie didattiche prevedono short movies, infografic, approccio dinamico, per creare una nuova generazione di pulitori certificati”. Con questa fondazione Afidamp ha stretto un accordo per sviluppare un percorso finalizzato a una sempre maggiore professionalizzazione dei pulitori.



# report feni, *fotografia del post-crisi*

Confortanti i dati, presentati a Pulire nel corso dell'incontro degli European clearing days, del 19esimo rapporto Feni sul mercato europeo delle imprese di pulizia. Nel biennio esaminato (2010-2012) il comparto è cresciuto quasi del 5%. La crisi sembra passata, ma non ovunque. Dominano ancora part-time e lavoro femminile. Oltre tre quarti delle imprese europee sono PMI.

42  
GSA  
GIUGNO  
2015

## Dati confortanti: la crisi è alle spalle?

I numeri si riferiscono al 2012, è già sembrano indicare che il comparto imprese, seppure lentamente, si sta risolvendo dalla crisi economica scoppiata nel 2008. I dati europei infatti sono confortanti rispetto al biennio 2008-10, e registrano un ottimo +4,83%. Il volume complessivo, nei 20 paesi oggetto dell'indagine, ha raggiunto i 64.522 miliardi. Si tratta, va ricordato, di dati raccolti attraverso le varie associazioni nazionali che aderiscono a Feni.

## Una crescita non uniforme: in alcuni paesi c'è ancora la crisi

Attenzione però: i dati non devono ingannare noi italiani. Andreas Lill, Direttore generale della Feni, precisa che "siamo di fronte a un'Europa che continua ad essere a più marce. La crisi, se vista su scala europea, si sente quasi solo nell'area mediterranea e in alcuni paesi del est d'Europa. Certi paesi come Germania, Austria, Paesi Bassi, Scandinavia, non hanno vissuto la crisi

di Grecia, Spagna, Italia e Portogallo. Un dato generale che, naturalmente, si riflette sul settore della pulizia professionale. Magari anche in Austria o Germania si sente parlare di crisi. Ma poi vai a vedere i numeri e scopri che quello che chiamano crisi è, in realtà, una lieve flessione dei volumi che, comunque, restano a segno più". Infatti, a fronte di una crescita media del fatturato del 9.1% negli ultimi 22 anni, con 5 paesi che rappresentano il 70% del volume europeo (Germania, Francia, Italia, Spagna e Regno Unito), ce ne sono alcuni in forte crescita (la Germania e, in subordine, la Francia), e altri in calo (Italia, Spagna ma anche Regno Unito).

## Oltre un terzo delle pulizie ancora in outsourcing

Altro dato positivo riguarda la penetrazione del mercato da parte delle imprese di pulizia, che è cresciuta costantemente negli ultimi anni e nel 2012 si è attestata sul 66% circa (+1,3% rispetto a due anni prima). Letto dall'altro lato, ciò significa che il 34% circa delle pulizie si esegue in insourcing, e quindi le prospettive di crescita sono ancora notevoli. In termini di settori, il più importante per i volumi resta certamente quello degli uffici: 49,5%, in calo però di un punto sul 2010. Peraltro il segno meno, in questo comparto, è ormai una costante dal 2002, con la discesa, datata 2008, sotto la soglia psicologica del 50%. Aumentano, ma di poco, i settori "Negozi e siti commerciali" (+1,01%), "Scuole e tempo libero" (+0,76%), "Pulizia facciate" (0,19%) e "Ospedali" (0,17%).



## Cresce (ma non ovunque) il numero di imprese

Cresce il numero di imprese di pulizia nella maggior parte dei paesi (ma non l'Italia: Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Norvegia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Svizzera e Regno Unito): in tutto se ne contano oltre 176.900, con un più 27% in due anni, dovuto alla diversificazione delle attività verso i servizi integrati, un fenomeno su scala europea.

## Aumenta il volume medio per impresa

Le imprese che impiegano più di 500 dipendenti rappresentano circa l'1,36 per cento del totale ma, da sole, sviluppano quasi la metà del fatturato complessivo del settore. Tuttavia, in cifre assolute, il settore delle pulizie continua ad essere dominato ancora in gran parte da piccole imprese: il 76,4 per cento di loro impiega meno di 10 addetti, a testimonianza del fatto che le PMI sono a buon diritto guardate con sempre maggiore attenzione dal legislatore europeo. Il giro d'affari medio per azienda è aumentato dell'1,46 per cento in media in tutta l'UE, da 437mila nel 2010 a 444mila euro nel 2012. Questo piccolo incremento è da attribuire alla crescita organica e l'aumento outsourcing.

## I dati degli addetti

Nel 2012 oltre 3.320.000 persone sono state impiegate nel settore della pulizia, rispetto ai 3.317.000 del 2010: il che si-

gnifica una crescita media dello 0,05% all'anno. Dopo la crisi tra il 2008 e il 2010 molte aziende sono state costrette a ridurre il numero dei dipendenti un po' ovunque, ma l'occupazione sta comunque crescendo se si guarda agli ultimi 22 anni: +4,35%. Il maggiore datore di lavoro del comparto resta saldamente la Germania (17,5 per cento della forza lavoro totale), con una crescita dell'occupazione del 9,2 per cento (48.897 unità) tra il 2010 e il 2012. I tedeschi sono seguiti da Francia, Regno Unito, Italia e Spagna, tutti paesi che esprimono tra 14.13 per cento e lo 10.38 per cento della forza lavoro del settore. Insieme, i cinque paesi menzionati offrono circa il 68% degli addetti totali.

### Produttività in forte aumento

La produttività nel settore ha mostrato un forte aumento nel 2012, con il fatturato medio per addetto salita a 24.800 euro, cioè il 20,5% in più rispetto al 2010 (allora si parlava di 20.640 euro). Da Feni, però, fanno sapere che il dato dev'essere preso con i guanti, perché deriva soprattutto dall'aggiornamento delle metodologie di calcolo per Danimarca, Svizzera, Paesi Bassi e Norvegia. In linea generale, dunque, nella maggior parte d'Europa il dato non è cambiato molto, tranne per i balzi in avanti di Slovenia, Belgio, Austria e Spagna.

### Orari e organizzazione

Quanto agli orari e all'organizzazione del lavoro, non stupisce certo constatare come la pulizia continui ad essere un'attività che viene svolta in prevalenza al di fuori degli usuali tempi di occupazione dei locali, soprattutto per quanto riguarda uffici, centri direzionali e simili, ma anche locali o edifici commerciali aperti al pubblico. In quasi un quarto dei casi (24%) si pulisce di mattina presto, mentre per il 38% le pulizie vengono effettuate nel pomeriggio tardo o in orari serali. Da questa consuetudine si discosta l'area scandinava: in Norvegia, Finlandia e Svezia la pulizia di giorno è diventata la norma, e rappresenta ri-

## Un terzo degli addetti proviene da minoranze etniche o migranti

**In un orizzonte temporale più lungo, tuttavia (2006-12), è interessante notare che la percentuale media delle donne nel settore è in costante diminuzione dal 2006: da 77 per cento (nel 2006) al 75 per cento (nel 2008), a 74 per cento (nel 2010) e, infine, al 73 per cento (nel 2012). Sarà forse (ipotizziamo noi) uno degli effetti della crisi che negli anni ha spinto anche molta manodopera maschile a cercare nelle pulizie un'occupazione-rifugio? In questo senso si possono fare solo supposizioni. Altro dato caratteristico dell'occupazione nel settore è l'elevata presenza di lavoratori extracomunitari, appartenenti a minoranze etniche o migranti. E' rimasto stabile, in questo caso, il 32% del 2010.**

spettivamente 80, 75 e 70% del totale. La Polonia è il quarto posto con la metà dei servizi di pulizia eseguiti durante il giorno, seguita da Danimarca e Belgio. Nel resto dell'Europa, la pulizia diurna rimane limitata. La media del 32% si riduce al 12,7 se non si prendono in considerazione i paesi appena elencati. Insomma, i committenti-clienti sono ancora restii ad accettare che la pulizia, specie in certi settori, venga effettuata di giorno. Tuttavia, nella loro dichiarazione comune per l'industria, Feni e UNI-Europa (il sindacato europeo del settore) sottolineano i vantaggi che la pulizia diurna può offrire, e offrono il loro sostegno a iniziative volte ad aumentare la percentuale di pulizie svolte di giorno (day time cleaning).

### Un lavoro part-time e ancora in rosa

Il part time rimane la forma più frequente di occupazione nel settore, e copre il 67% della forza lavoro. Il caso (virtuoso) della Finlandia è però da analizzare: nel 2001, il lavoro a tempo parziale ha toccato quota 60% e da lì è costantemente diminuito nel corso degli anni, tanto da stabilizzare al livello di appena il 31 per cento nel 2012. Insieme alla Polonia (30 per

cento), ha i livelli più bassi di lavoro part-time in Europa. Tradizionalmente le donne rappresentano la maggioranza della forza lavoro nella pulizia (73% del totale, però in calo di un punto percentuale tra il 2010 e il 2012). Gli unici aumenti in questo senso sono stati registrati in Svezia (6%) e Regno Unito, col 2%.

**il concentrato dei concentrati**



**SKIZZO**

**new**

- ✓ Più Concentrato
- ✓ Più Dosi
- ✓ Più Performante
- ✓ Più Pratico
- ✓ Più Profumo

**ChimiClean**  
professional

ChimiClean group S.r.l.  
www.chimiclean.it 0932 902055 info@chimiclean.it

# afidampcom “tasta il polso” al 2014 dei dealer: *8 su 10 sono ottimisti*

Presentata a Verona, il 21 maggio, l'indagine sul fatturato dei dealers nel 2014: i dati sono confortanti, l'80% delle aziende si aspetta di chiudere in positivo l'anno in corso.

44  
GSA  
GIUGNO  
2015

Il Pulire 2015 dei “Com” è stata anche l'occasione per presentare quello che, ormai, è diventato un punto di riferimento tradizionale nel mercato italiano dei dealer: l'indagine AfidampCom sul fatturato dei dealers, a cura di **Caterina Siclari**, di Tara Consulting, presente alla conferenza stampa tenutasi il 21 maggio dalle 10.30 allo stand Afidamp accanto al presidente dei Com **Francesco Bertini**.

## Una ventata di sano ottimismo

Cosa ne è emerso? Innanzitutto una bella ventata di ottimismo, di quelle che non si sentivano da tempo, specie in un mondo frammentato e in continua lotta come quello dei distributori del cleaning. In media, oltre alle prospettive rosee per il futuro, crescono anche la fiducia e... il fatturato. Nel 2014 il mercato della distribuzione ha viaggiato su due binari, indicando una forte ripresa per le aziende di media fascia (tra 0,5 e 2,5 mln di fatturato), ma cali per imprese più piccole, rilevando un fatturato in discesa per una su due. E' quanto attesta l'indagine annuale effettua-



Francesco Bertini e Caterina Siclari

ta da AfidampCOM, l'associazione che raggruppa i distributori del settore della pulizia professionale, che riscontra anche un alto livello di ottimismo e fiducia nel futuro: ben 8 aziende su 10 si aspettano di crescere nel 2015.

## Non solo cifre, ma anche formazione, cultura e ambiente

Il generale miglioramento del 2014 rispetto all'anno precedente non è

solo questione di cifre e “aridi numeri”, ma può anche attribuirsi ad una maggiore sensibilità verso i temi della formazione, riscontrabile soprattutto nelle aziende sopra i 5 dipendenti. In generale, l'85% delle imprese ha investito in corsi formativi durante il 2014. In crescita anche il numero dei dipendenti, anche se in media non supera ancora le dieci unità, a testimonianza del fatto che stiamo parlando di un settore ancora dominato, almeno numericamente,

dalle piccole e medie imprese (ma quale, in Italia, non lo è?).

### L'identikit del dealer

L'indagine realizza anche un identikit dell'impresa dei distributori del cleaning in Italia: si tratta di realtà, in un caso su due, a conduzione familiare, che operano in più regioni. Tra le tipologie prodotti venduti si riscontrano, fondamentalmente: macchine, prodotti chimici e di consumo ed attrezzi. Ma fonte di ricavo è anche l'offerta di altri servizi, ad eccezione del noleggio, ancora poco praticato ma comunque in crescita.

### Molto importante l'aspetto umano

Dall'indagine emerge in maniera preponderante l'importanza dell'aspetto umano nella gestione del business, oltre alla capacità di fidelizzare il cliente, che se soddisfatto diventa primario strumento di pubblicità E', infatti, ancora il passaparola la prima fonte di promozione, al secondo posto c'è internet ed infine il contatto diretto.

### Cresce la sensibilità verso l'e-commerce

Un aspetto inedito che mette in evidenza l'indagine 2014 è la crescita della percentuale di imprese che vendono attraverso l'e-commerce, pratica utilizzata soprattutto dalle aziende con un fatturato tra 1 e 1,5 mln di euro. Tra le criticità più forti si riscontra ancora l'annoso problema della gestione dei pagamenti ed i margini, che nonostante il clima di miglioramento, restano in continua diminuzione.

Per il 2015, i professionisti della distribuzione dichiarano che il settore sarà trainato soprattutto da prodotti ad alto valore tecnologico, rimarcando la crucialità dell'innovazione e della sperimentazione nel comparto del cleaning.

### Cosa ci si aspetta?

Infine, un occhio al futuro e a quello che gli imprenditori si aspettano da loro stessi e dal contesto associativo che fa capo ad Afidamp. L'attenzione è focalizzata soprattutto sulla forza vendita: infatti al primo posto

ci sono i corsi di formazione per agenti. Vengono poi le azioni di tutela nei rapporti con le banche ed altri operatori del settore e la creazione di nuove iniziative e seminari, soprattutto sul marketing.

**NOVITA'**

**SEM 513**

**PIANALE ELETTRICO**

SOVRASTRUTTURA PERSONALIZZABILE!

PERFETTO PER

**OSPEDALI, ALBERGHI E INDUSTRIE**



**kg** PORTATA: 600 KG

 FINO A 4 ORE DI AUTONOMIA

 RUOTE SUPERELASTICHE

 CARICABATTERIE INCORPORATO





**WWW.BALDISRL.COM**

Baldi srl  
Via Gramsci 30, San Martino Siccomario (PV)  
Tel. 0382.554080 Fax 0382.553929  
www.baldisrl.com - info@baldisrl.com  
Azienda certificata UNI EN ISO 9001:2008







# insieme per lavorare alle regole

L'Onbsi lavora a un "vademecum" sulle regole condiviso da tutti gli attori del settore, sia di parte datoriale, sia sindacale. Ne hanno parlato a Verona, il 21 maggio, Giuseppe Gallinari (presidente dell'Organismo), Elisa Camellini, segretaria nazionale Filcams Cgil, e l'avvocato Massimiliano Brugnoletti.

simo Nazionale Bilaterale -ha poi ricordato- Servizi di pulizia e servizi integrati è stato costituito da Fise - Anip, Ancst - Legacoop, Unionservizi - Confapi, Federlavoro e servizi - Confcooperative, Agci psle da Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uil Trasporti in attuazione del CCNL di settore per il personale dipendente da imprese di pulizia e servizi integrati/multiservizi. Siamo strutturati in gruppi di lavoro su vari argomenti: dal mercato degli appalti alle normative, dalla sicurezza alle nuove Direttive europee, che come è noto sono in corso di recepimento in Italia". E a proposito di regole, Gallinari ha detto che l'Onbsi vuole proporsi come "un portale per un vademecum sulle regole accessibile a tutti: questo è lo scopo della bilateralità, al servizio di 500mila lavoratori in ambito nazionale".

Ragionare insieme sui problemi del settore. Garantire trasparenza e concorrenza leale. Lavorare sulle questioni di stringente attualità, come il mercato degli appalti, le normative, il recepimento delle nuove Direttive europee, i cambiamenti nel mercato pubblico.

## Il senso della bilateralità

Questo, secondo il presidente Onbsi **Giuseppe Gallinari**, è il senso della bilateralità. Lo ha detto il 21 maggio scorso, a Verona, dove in occasione di Pulire l'Organismo Nazionale Bilaterale Servizi Integrati ha organizzato in mattinata, in sala Mascagni, il convegno "Appalti di servizi di pulizia e servizi integrati/multiservizi: mercato e regole", con gli interventi dello stesso **Gallinari**, di **Elisa Camellini** di Filcams-Cgil e dell'avvocato **Massimiliano Brugnoletti**.

## Verso la legalità

"L'Onbsi -ha detto Gallinari - innanzitutto ringrazia l'Afidamp per la collaborazione e l'opportunità di organizzare un evento importante nell'ambito di Pulire. L'Organi-

## Dare ordine a un mercato vario e complesso

**Elisa Camellini** ha ribadito che "già da diversi anni si sta lavorando alla raccolta dei dati per un vademecum sulla legalità. Parti datoriali e sindacali hanno costituito gruppi di lavoro sul mercato e le regole per dare un ordine al mercato e rendere più facile l'attività di supporto e sostegno. C'è consapevolezza dei fattori di rischio che riguardano il settore, e del fatto che la normativa, a volte poco chiara, dà spazio al malaffare".

## Il Ccnl e i problemi del "dumping"

"La legalità del mercato -ha continuato Camellini- è un patrimo-



nio che rischia di essere stravolto, e in questo quadro il Ccnl è una delle fonti normative per dare correttezza e trasparenza. Ciononostante si verificano molto di frequente fenomeni di dumping contrattuale. A questo proposito ci sono ancora 7/8 punti cardine da chiarire. Nei servizi, ad esempio, non c'è un interlocutore istituzionale preposto, nonostante questo settore sia in espansione. Queste le premesse del nostro lavoro".

## Un settore in evoluzione, nei numeri e nei servizi

Il settore dei servizi, si sa, è in rapida evoluzione non soltanto per spinte interne (come le politiche di aggregazione degli acquisti della pubblica amministrazione), ma anche per fattori esterni quali le Direttive europee sugli appalti, uscite l'anno scorso e da recepire nella legislazione nazionale entro il marzo 2016. A tale proposito Camellini ha detto che "ci sarà un periodo di transizione fra il



recepimento e l'entrata a regime del nuovo sistema. Il legislatore sta mettendo mano alla norma per cercare di dare chiarezza al mercato, ma il nostro non è un settore semplice, perché racchiude in sé una pluralità di servizi e i dati non sono di facile rilevazione: bisogna cercare di capire innanzitutto le dimensioni del mercato, che lavora tanto con il pubblico ma ha anche un'importante fetta di privato”.

### Serve una vera banca dati

Camellini, insomma, ha fotografato un settore in grande evoluzione, nei numeri e nei servizi offerti, ma che deve ancora imparare a... contarsi: “Serve una banca dati vera per dare corpo e anima a quello che l'organismo bilaterale rappresenta in termini di peso. Insomma, abbiamo bisogno di una forte identità, che sia visibile e riconoscibile: come parti sociali avvertiamo l'esigenza di collaborare nell'interesse reciproco in un settore ad alta intensità di manodopera. E in un settore in cui la conoscenza delle norme è fondamentale per la crescita della cultura della legalità”.

### “Mercato e regole non sono in contraddizione”

Legalità e trasparenza -e come poteva essere altrimenti?- sono state anche al centro dell'intervento dell'avvocato **Massimiliano Brugnoletti**, dello studio Brugnoletti & Associati con sedi a Milano e Roma. “Non bisogna confondere- ha detto- le regole con le norme. La norma è la declinazione completa delle regole; altrimenti si scade nell'approccio formale, nella prescrizione che bada al dettaglio senza tenere conto della regola. La regola deve guidare e governare, è un valore culturalmente importante. Mercato e regole non sono una contraddizione. Il punto è che viviamo sui due piani: quello dell'approccio sostanziale e quello dell'approccio formale, un divario che si rispecchia anche nel rapporto Europa, più sostanziale, e Italia, più formale”. In Europa si vede il pubblico come una grande opportunità, a patto naturalmente che ci siano delle regole (in senso buono, non prescrittivo).

### Un momento decisivo

E' fondamentale che in un appalto pubblico ci siano delle regole, sia per la stazione appaltante, sia per l'impresa. Ma l'Europa considera importanti anche i lavoratori, l'utenza finale (la collettività), l'ambiente, il sociale. In questo senso, ad esempio, Consip per gli acquisti deve tenere conto di tutti questi fattori, non ultimo la dimensione dei lotti di gara che devono essere accessibili anche alle medie imprese. Nell'ultimo anno si è lavorato molto su temi come la corruzione (che rappresenta ad oggi l'1% del Pil), l'offerta (anomalie nelle gare), i criteri di aggiudicazione del contratto, l'esecuzione del medesimo, la costruzione degli atti di gara, il costo del lavoro”. Senza dubbio si tratta di un momento decisivo, in Europa e in Italia, anche sul versante delle regole. E' opportuno agire insieme, bilateralmente appunto, affinché l'opportunità di cambiare in meglio non vada sprecata.

# opportunità o minaccia?

## *afidampcom ragiona sull'e-commerce*

Nella giungla del web, i distributori della pulizia professionale devono avere le idee chiare, differenziarsi e dare valore ai servizi. Vendere prodotti non basta, bisogna offrire soluzioni. Ma resta la domanda: l'e-commerce come dev'essere interpretato dai dealer del cleaning? Se ne è parlato a Verona il 21 maggio, ultimo giorno di Pulire, in un interessante seminario organizzato da AfidampCom.

48  
GSA  
GIUGNO  
2015

Nella conferenza stampa di presentazione dell'indagine fatturato 2014 dei dealers italiani è emersa, fra le altre cose, una maggiore attenzione da parte dei dealers all'opportunità offerta dall'e-commerce. Ma si tratta di una vera occasione per crescere o di una "minaccia" che mette a repentaglio posizioni di mercato faticosamente acquisite? Come sappiamo, in Italia la propensione al cambiamento non è ai massimi livelli, e tutto ciò che è nuovo viene guardato, almeno sulle prime, con un po' di sospetto. Per questo, proprio subito dopo l'indagine sul fatturato (che ha fotografato un settore in cui cresce l'ottimismo), alle 11.45 del 21 maggio, ultimo giorno di fiera, AfidampCom ha organizzato presso lo stand dell'associazione il seminario "E-commerce: minaccia od opportunità per i distributori?", che ha offerto una panoramica a 360° sulle risorse e sulle trappole che si celano dietro al mercato virtuale. Nell'introduzione, **Roberto Galli**, nella sua duplice veste di moderato-



re e componente del consiglio direttivo di AfidampCom, ha illustrato le peculiarità del comparto dei distributori del cleaning in Italia: circa 1000 aziende, che lavorano sostanzialmente in due regioni e che utilizzano poco internet, in quanto il rapporto umano è ancora considerato il più efficace veicolo per fare business. In uno scenario di questo tipo, quale prospettive può avere l'utilizzo di uno strumento come l'e-commerce? Come sottolinea  **Davide Gabrielli**, esperto di e-commerce e titolare dello Studio Gabrielli, l'importante è sempre e comunque differenziarsi ed imparare a connettersi con i veri bisogni dei clienti.

### **Occorre un progetto organizzativo**

Ma soprattutto: per entrare nel mercato virtuale bisogna partire con un progetto sostenibile sotto il profilo eco-

nomico ed organizzativo. E' necessario saper utilizzare lo strumento che si crea e capire con precisione chi è il destinatario. Oggi il problema di una impresa di pulizia non è acquistare, ma risolvere dei problemi; per questo bisogna diventare più bravi degli altri ed intercettare i veri bisogni dei clienti. Il problema è che il web, con la sua innumerevole offerta, accentua la competizione ed in un contesto di questo tipo resiste solo chi è in grado di andare oltre alla vendita dei prodotti, ma sa offrire progetti, soluzioni innovative che diano valore aggiunto. Sono tante le cose a cui si deve porre attenzione: ad esempio, stare attenti a come si investono i soldi necessari per la preparazione e l'aggiornamento del sito. E' inutile spendere in un sito fatto male, poco utilizzabile o, forse ancor peggio, poco aggiornato. Così come è inutile proporre cose che non si riesce a con-

segnare perché, magari, te le chiedono da mille chilometri di distanza. Come vedremo, insomma, una buona offerta online modifica gli assetti organizzativi delle aziende.

### Anche l'e-commerce ha le sue regole

L'esperto di marketing **Andrea Cima**, di Made in Cima, ha sottolineato che anche un negozio virtuale ha le sue regole. Il vantaggio di approdare sul web è rappresentato dal contenimento dei costi rispetto ai negozi comuni, ma serve un grande sforzo per gestire la macchina organizzativa: un negozio online è sempre aperto, si può comprare di notte, si può vendere in tutto il mondo.

### Ad esempio farsi trovare

Il problema principale di chi inizia è che spesso non ha le idee chiare, puntualizza Cima. Il sito non è il punto d'arrivo, rappresenta solo la partenza. Occorre un forte investimento economico, di tempo e promozione. Il problema prioritario infatti è la trovabilità, ovvero il farsi trovare. Per questo la fase di analisi preliminare è fondamentale. Inoltre bisogna ideare l'architettura delle informazioni da pubblica-

re, perché un sito di e-commerce deve avere dei contenuti per portare visitatori; non basta mettere online un catalogo.

### Vendita online: un valore in crescita in tutti i campi

Cima ha sottolineato che il settore delle vendite online è in crescita in tutti i campi, ma sono le multinazionali a farla da padrone. E' quindi complicato per una pmi competere con i servizi offerti dai big, per esempio sul fronte della logistica e dell'assistenza. Per questo, ribadisce, bisogna capire a chi si vuole vendere e a chi si sta parlando. Solo così si può centrare l'obiettivo. Come ha sottolineato Gabrielli, l'e-commerce cambia l'assetto organizzativo di un'azienda e bisogna essere in grado di mettere in campo strategie vincenti per offrire servizi di qualità ma nello stesso tempo aumentare il business. Ma quindi è davvero possibile per un distributore fare utili in un mercato con prezzi al ribasso come quello dell'e-commerce? Per Gabrielli la risposta è affermativa solo se si riesce a dare valore ad ogni singolo servizio offerto, come la consegna o l'assistenza.



Da sinistra: Andrea Cima e Davide Gabrielli.



# Gioco di Squadra

Da più di 40 anni ARIX è sinonimo di pulito, di affidabilità e innovazione e con le acquisizioni di Brozzi e Tonkita ha rafforzato ulteriormente la leadership nel mercato del Cleaning, integrando ed accrescendo l'offerta e il servizio con capacità industriali tra le più importanti in Europa. Sinergia, forze convergenti, visione strategica condivisa, i valori tipici di un gioco di squadra per eccellenza come il Rugby sono comuni alla mission delle aziende del Gruppo ARIX e all'impegno quotidiano degli operatori nel misurarsi con le esigenze specifiche e le dinamiche competitive delle Pulizie Professionali. Per questo "Arix Professional" è il partner ideale della vostra squadra: ristorazione, alberghi, comunità e industria.



Linea Scope • Linea Strumenti di pulizia • Linea Panni  
Linea Abrasivi e Spugne • Linea Guanti • Linea Dischi Abrasivi



ARIX S.p.A. DIVISIONE PROFESSIONAL  
V.le Europa, 23 - 46019 Viadana (MN) Italy  
Tel. +39 0375 832.111  
Fax +39 0375 780304  
www.arix.it  
E-mail: professional@arix.it



MAIN SPONSOR  
VIADANA RUGBY TEAM

# afidampcom: *il noleggio fa fare affari d'oro!*

AfidampCom a Verona è tornata sul tema del noleggio, replicando un seminario svoltosi poche settimane fa a Milano. Un tema molto sentito dai distributori, che vedono nel nolo una concreta opportunità di sviluppo.

Anche quest'anno AfidampCom si è presentata sul palcoscenico di Pulire con tante idee su cui discutere insieme. Nel pomeriggio del 21 maggio, ultimo giorno di fiera, allo stand Afidamp si è tenuto il seminario "Il noleggio come servizio al cliente", promosso proprio dall'associazione dei dealer con la partecipazione di **Marco Prosperi**, direttore Assonolo/Assodimi, **Patrizio Lazzari**, di Bcc Lease, e i due rappresentanti dei "dealers" **Luca Mirandola**, di Pulimac, e **Gianni Tartari**, di Sil Advanced, professionisti già molto affermati nel campo del noleggio di macchine per la pulizia professionale. Una formula che ricalca, a grande richiesta degli associati, quella di un seminario tenuto a Milano nelle precedenti settimane, e che aveva avuto un notevole successo. Da qualche tempo, in effetti, AfidampCom torna sul tema del noleggio, non da ultimo con la "guida blu" monografica pubblicata proprio sull'argomento (vedi box).

## Un'opportunità di crescita

In un mercato sempre più competitivo per i distributori del cleaning, la pratica del noleggio rappresenta un servizio al cliente che può fare la differenza, ma bisogna essere preparati per puntare a qualità ed efficienza. Non è

facile avvicinarsi a questo tipo di servizio in maniera veramente professionale. E nemmeno scegliere: noleggiare sì, ma come? A lungo o breve termine? Quanto incide la manutenzione? E quanto conta il cantiere in cui andrà a lavorare il mezzo dato a nolo? Come calcolare il giusto canone? Non facile... Questi sono solo alcuni dei punti di partenza da cui iniziare a ragionare. Un concetto ribadito da **Prosperi**, di Assodimi/Assonolo. Anche perché l'argomento, per i distributori, è di estremo interesse: "Il noleggio è una formula diffusissima all'estero, e adesso sta iniziando ad affermarsi anche nel settore delle pulizie industriali".

## Italia ancora indietro

Un esempio è il caso inglese, dove sta partendo ora. E se in Italia siamo ancora allo 0,8%, in Gran Bretagna e in Francia si è intorno all'1,5%. Ancora poco, rispetto alla capolista europea Svezia (6%). Ma ancora niente rispetto agli Stati Uniti, dove un macchinario su due è noleggiato. Insomma, il nolo rappresenta senza dubbio un'opportunità in grande crescita. E si può noleggiare qualsiasi cosa, a patto che lo si faccia in modo professionale: le formule sono diverse, e si va dal nolo a freddo, a lungo termine e con riscatto, a quello a caldo, con operatore.

## Noleggiare la qualità

L'importante è farlo con professionalità, rispettando i criteri e i limiti di qualità. Lo sconto, ad esempio, nel noleggio non esiste, perché il noleggio è fatto di tante componenti e servizi: il "quality rent" non si inventa, e non può essere affrontato in maniera super-



ficiale. In Italia un ostacolo potrebbe essere la burocrazia: in un paese ancora fortemente burocratizzato alcune procedure potrebbero essere troppo lunghe e tali da scoraggiare questa formula, senza contare che dalle nostre parti la cultura del possesso è ancora molto difficile da scalfire. In Spagna ci stanno superando, in Italia si può ancora crescere molto, in tutti gli ambiti. E il ruolo del distributore non dev'essere solo quello di offrire un prodotto o un mezzo, ma anche quello di consigliare il cliente. Organizzazione e professionalità sono requisiti indispensabili.

## La convenzione Bcc-Afidamp

**Lazzari**, di Bcc Lease, società del Gruppo bancario Iccrea ha sottolineato l'accordo con Afidamp sul finanziamento del noleggio operativo, caratterizzato dalla semplicità della procedura e la rapidità dell'erogazione (a proposito di snellimento burocratico...). Infatti il noleggio operativo può essere fatto solo da una finanziaria o da un istituto di credito. Sono state poi affrontate questioni molto pratiche, come il calcolo del canone in base all'usura (per questo ci chiedevamo dove il mezzo va a lavorare) o la formula di noleggio che conviene proporre per non trovarsi a dover gestire situazioni svantaggiose. "In questo settore -ha detto Lazzari- c'è un po' di pigrizia mentale: il mondo è cambiato,



e qui, invece, il cambiamento sembra sempre difficile da accettare. Si deve piuttosto valorizzare la qualità e le peculiarità delle proprie aziende. Si bada ancora troppo al prezzo: cerchiamo di valorizzare un pacchetto focalizzato non solo sul bene”.

### Mirandola: “noleggiatori non ci si inventa”

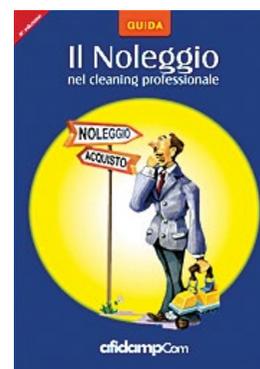
Dopo l'intervento degli esperti, molto spazio è stato lasciato anche alle case histories degli imprenditori esperti in materia, **Luca Mirandola** di Pulimac e **Gianni Tartari** di Sil Advanced, chiamati in causa dai due relatori precedenti. “Noleggiatori non ci si improvvisa –ha detto Mirandola-. Concessionaria di importanti marchi di macchine, prodotti e attrezzature del mercato del pulito, Pulimac offre accurati servizi di consulenza e assistenza, andando ben oltre la semplice vendita. Il noleggio è uno dei suoi fiori all'occhiello. “Nella mia azienda il 40-50% delle macchine è a noleggio –ha detto, parlando poi anche del manuale sul nolo creato da AfidampCom”.

### Tartari: “Dai ferrivecchi alla cultura del noleggio”

Gianni Tartari, della Sil Advanced di Fidenza, ha detto che il noleggio, nel nostro settore, ha mosso i primi passi lo scorso decennio. “Gli scandinavi sono stati pionieri in questo”, ha proseguito. “Il noleggio

## Il manuale: una guida utilissima, per tutti

Il manuale chiarisce al distributore se, quando e perché la formula è conveniente, come viene praticato il noleggio, come si deve proporre alla clientela, come si calcola esattamente il canone, senza lesinare su altre informazioni pratiche. La guida (32 pagine, con piacevoli vignette a illustrare i concetti proposti) è davvero esaustiva, e adatta a tutti: dopo l'introduzione, si parte con le definizioni dei concetti-chiave: noleggio, leasing (locazione finanziaria), finanziamento. Quindi si definiscono le caratteristiche del noleggio a breve, medio-lungo termine e i rapporti con le società finanziarie (nolo con finanziamento, intermediazione della finanziaria, sub-noleggio); le limitazioni all'offerta di nolo, i servizi di manutenzione previsti col noleggio, i costi del noleggio a medio-lungo termine, la responsabilità del noleggiatore e del cliente, le caratteristiche del noleggiatore, il ruolo dei rivenditori. Molto interessanti le ultime sezioni in cui si definiscono le caratteristiche di un contratto di noleggio (ad esempio, preziosissime, la documentazione necessaria per l'attivazione di una pratica di noleggio con società finanziaria o intermediario e la procedura per attivare il noleggio tramite società finanziaria o intermediario) e le scelte possibili alla scadenza di un contratto di nolo. Chiudono la guida una sezione sui pagamenti, sul ruolo delle società finanziarie, le cosiddette *faq* (frequently asked questions) e il fac simile di un contratto di noleggio. Per informazioni: [www.afidamp-com.it](http://www.afidamp-com.it)



Da sinistra:  
Marco Prosperi e  
Patrizio Lazzari.

assolve due compiti: riduce il disagio, come i fermi macchina, e risolve la questione dei costi, sostituendo un costo certo a uno variabile. Tartari ha poi tracciato una breve storia di questi (pochi) anni di noleggio: “Inizialmente –ha sottolineato- c’era una scarsa cultura del noleggio. Si noleggiavano macchine che erano “ferri vecchi”.

Negli anni 2000 il concetto si è ribaltato, e si è iniziato a ragionare in termini di qualità”. Intanto, in Italia, il tema è in continua crescita, tanto che Era, l’associazione internazionale del noleggio (di cui Assonolo/Assodimi fa parte) ha organizzato il congresso dei soci nel 2015 proprio in Italia.

# dati afidamp 2014: finalmente una crescita decisa

Il cleaning professionale cresce del 5% trainato dal comparto carta che segna un ottimo +14%. Nel frattempo crescono anche le macchine (+2%), e i chimici (+1%). Ma la cosa importante è che si riprende, finalmente, a guardare al futuro con ottimismo. Ecco i dati dell'indagine fatturato Afidamp 2014. Italia ancora tra i leader mondiali.

cornerà, alle soglie delle vacanze estive si aspettavano i dati delle macchine), ecco i risultati dell'indagine Afidamp sul fatturato 2014 delle aziende. C'è di che ben sperare.

### Professional cleaning in ripresa

Complessivamente il settore del *professional cleaning* nel 2014 ha registrato un fatturato di 1.510.245.221€, segnando l'avvio di una incoraggiante ripresa, trainata soprattutto dall'incisiva crescita del comparto della carta. E finalmente si può parlare di numeri non risicati, visto che rispetto allo scorso anno siamo sopra del 5%.

### La carta vola a +14%

La carta, dicevamo, la fa da padrona. E d'altra parte sui prodotti di consumo le aziende stanno insistendo moltissimo. Per gli altri settori gli indici sono in segno positivo nella maggior

parte dei casi, lasciando ben sperare per il prossimo futuro. Ciò si denota in tutta l'industria italiana, come emerge dal dato 2014 sul Pil che, sebbene sia per il terzo anno consecutivo in territorio negativo, indica un miglioramento, passando dal -1,9% del 2013 allo -0,4%.

### 2009-'10 il biennio più duro.

#### Ma l'Italia è ancora leader

Dal 2009, anno dell'inizio della "Grande Crisi" ad oggi, il settore ha subito varie oscillazioni, sia di fatturato che di produzione, riuscendo comunque ad affrontare la congiuntura negativa meglio di altri comparti industriali. Gli anni più difficili sono stati il 2009 ed il 2010, durante i quali per alcuni specifici settori i cali di fatturato sono stati ingenti. Anche il 2012 ha segnato perdite ma meno consistenti, in media attorno al 5%; dal 2013 invece la situazione sembra stabilizzarsi verso un generale miglioramento, un trend confermato anche dalla rilevazione 2014. L'Italia in questi anni ha comunque sempre conservato la sua posizione di leadership e si conferma oggi uno dei primi produttori al mondo, insieme a Germania e Stati Uniti, soprattutto di macchine e attrezzature, ed uno dei più forti esportatori.

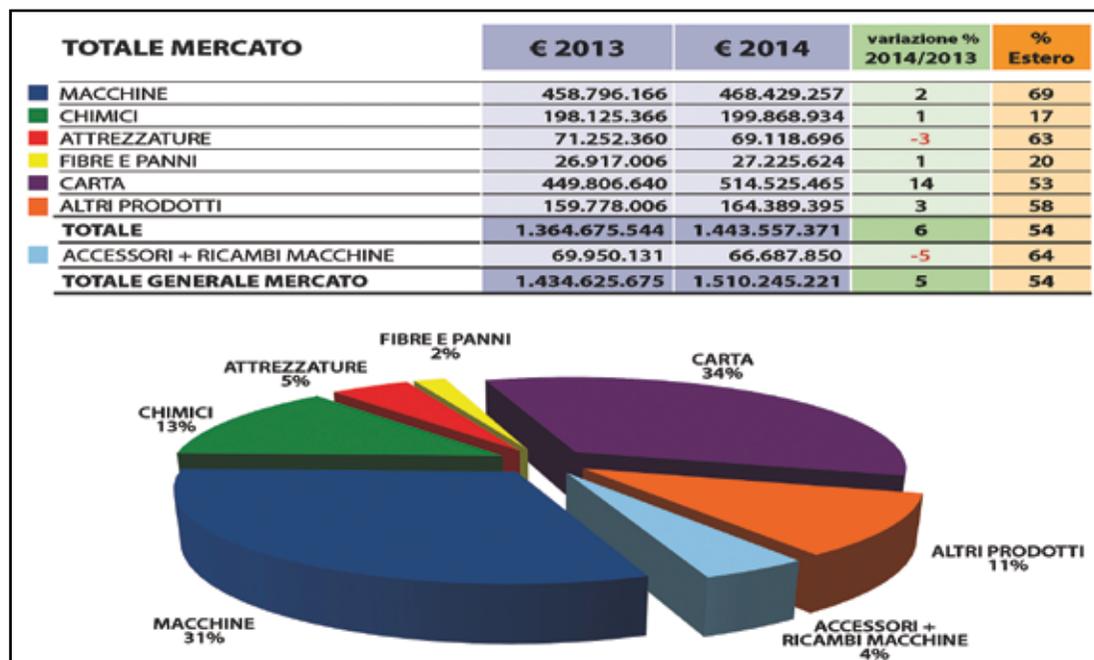
### Esportazione

Nel 2014 l'esportazione è pari al 54% della produzione e segna una crescita del 6% rispetto all'anno precedente. Come ogni anno, il comparto macchine, si conferma trainante sotto il profilo dell'export, con una media del 69% sull'intera produzione.

Il 40% del fatturato complessivo de-

52  
GSA  
GIUGNO  
2015

Ottimismo in fiera a Verona, ottimismo da parte dei dealer, spiragli di speranza sul fronte delle imprese. E ora anche l'ultimo tassello, quello dei dati delle aziende produttrici, non tarda ad aggiungersi a un puzzle che, per la prima volta dopo parecchi anni, si colora di rosee aspettative. In deciso anticipo rispetto allo scorso anno (quando, si ri-



stinato all'esportazione è prodotto dalle macchine, seguite dalla carta con il 33%, da altri prodotti con il 12% (dispenser per sapone e diffusori deodoranti, asciugamani elettrici ad aria calda, batterie e caricabatterie, spazzole e dischi) e dalle attrezzature con il 5%. I prodotti chimici sono storicamente destinati al mercato interno e rappresentano il 4% del totale export. Nel dettaglio, il totale fatturato del mercato estero è pari a 815.259.464€.

### Mercati esteri di riferimento

I mercati di riferimento restano l'Europa, l'Asia ed il Medio Oriente. L'Europa forte non ha favorito gli scambi con gli Stati Uniti, che probabilmente vedranno un'accelerata nell'anno in corso a causa del deprezzamento della moneta unica europea.

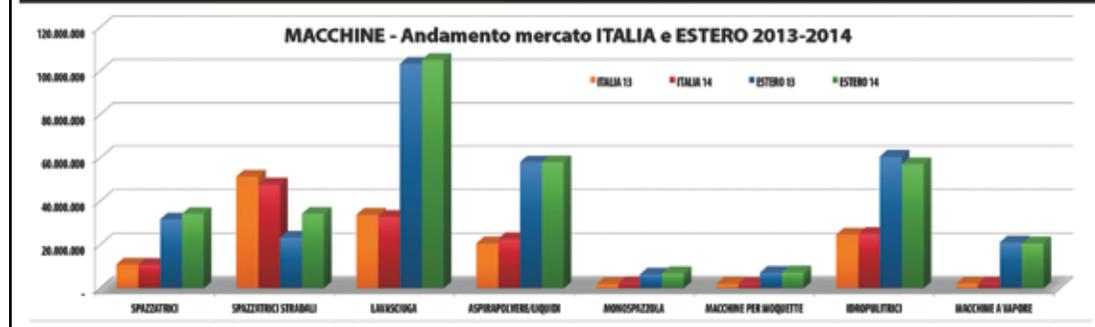
### La carta guida la domanda interna

Il mercato interno è guidato quest'anno dalla carta, con il 34% del totale del fatturato, seguita dai prodotti chimici, con il 24%. A seguire le macchine con il 21%, altri prodotti con il 10%, le attrezzature con il 4%, così come gli accessori e i ricambi per le macchine ed infine le fibre e i panni con il 3%. Il totale fatturato del mercato interno è pari a 694.985.757€.

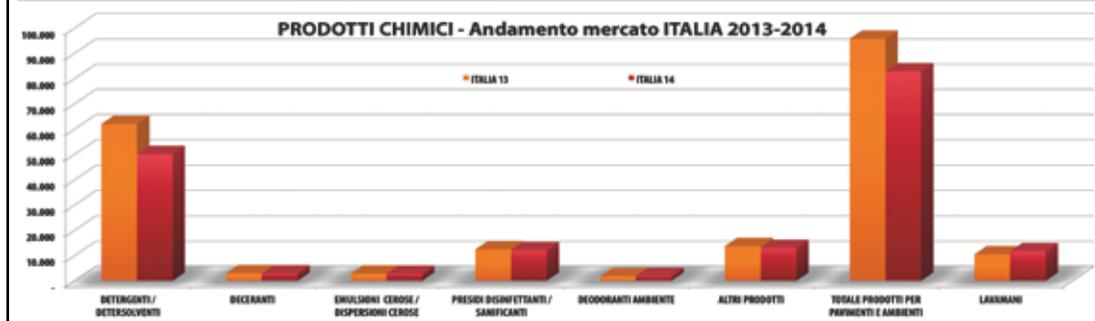
### Le singole categorie nel dettaglio: iniziamo dalle macchine...

Il comparto delle macchine rappresenta, in valore, il 31% dell'universo del cleaning professionale. Ha realizzato, nel 2014, 468.429.257€ di fatturato, registrando un +2% sul 2013, di cui il 69% (+1% rispetto al 2013) sui mercati esteri. Ad una crescita del fatturato non corrisponde però una crescita della produzione: le macchine realizzate complessivamente nel 2014 sono state 868.633, -1% rispetto all'anno precedente. A guidare la produzione sotto il profilo numerico sono aspirapolvere/liquidi, seguite da idropul-

MACCHINE	ITALIA 2013		ITALIA 2014		ESTERO 2013		ESTERO 2014		TOTALE 2013		TOTALE 2014	
	Pezzi	€										
SPAZZATRICI (escluse Stradali)	4.479	10.995.513	4.635	10.793.518	14.251	31.574.859	14.424	34.081.076	18.729	42.570.372	19.059	44.874.594
SPAZZATRICI STRADALI	602	51.281.419	576	47.689.615	409	23.294.964	509	34.144.540	1.011	74.576.383	1.085	81.834.155
LAVASCIUGA	17.689	33.756.433	17.411	32.832.040	61.595	103.241.194	59.510	105.034.945	79.284	136.997.627	76.921	137.866.984
ASPIRAPOLVERE/LIQUIDI	104.296	20.591.916	111.815	22.626.609	387.579	57.953.907	382.304	58.001.422	491.875	78.545.823	494.118	80.628.031
MONOSPZZOLA	4.279	1.975.784	4.599	2.387.091	13.757	6.304.056	14.469	6.838.220	18.036	8.279.840	19.069	9.225.311
MACCHINE PER MOQUETTE	6.067	2.108.701	6.287	1.955.388	32.554	7.104.625	30.732	7.250.913	38.621	9.213.326	37.019	9.206.301
IDROPULTRICI	48.446	24.713.855	48.250	24.902.917	136.641	60.681.647	127.338	56.996.331	185.087	85.395.502	175.589	81.899.248
GENERATORI DI VAPORE	1.990	2.168.169	2.195	2.274.577	46.679	21.049.125	43.579	20.620.056	48.668	23.217.294	45.774	22.894.633
<b>TOTALE MACCHINE</b>	<b>187.846</b>	<b>147.591.789</b>	<b>195.768</b>	<b>145.461.756</b>	<b>693.464</b>	<b>311.204.377</b>	<b>672.865</b>	<b>322.967.501</b>	<b>881.311</b>	<b>458.796.166</b>	<b>868.633</b>	<b>468.429.257</b>



PRODOTTI CHIMICI	ITALIA		ESTERO		TOTALE		% Famiglie su Totale
	Tons	€	Tons	€	Tons	€	
DETERGENTI / DETERSOLVENTI	50.136	80.551.092	6.782	11.304.896	56.918	91.855.988	12%
DEGERANTI	2.864	6.003.339	868	1.915.316	3.732	7.918.655	24%
EMULSIONI CEROSE / DISPERSIONI CEROSE	2.766	9.281.747	920	3.144.614	3.686	12.426.361	25%
PRESIDI DISINFETTANTI / SANIFICANTI	12.121	24.300.381	3.057	4.928.095	15.177	29.228.476	17%
DEODORANTI AMBIENTE	1.952	6.605.238	537	1.383.105	2.488	7.988.344	17%
ALTRI PRODOTTI	12.984	21.244.575	1.643	7.645.586	14.627	28.890.161	26%
<b>TOTALE PRODOTTI PER PAVIMENTI E AMBIENTI</b>	<b>82.822</b>	<b>147.986.372</b>	<b>13.807</b>	<b>30.321.613</b>	<b>96.629</b>	<b>178.307.985</b>	<b>17%</b>
LAVAMANI	11.689	14.509.935	1.969	2.723.806	13.658	17.233.741	16%
NON CLASSIFICABILI		1.753.000		175.012		1.928.012	9%
<b>TOTALE PRODOTTI PER IGIENE PERSONALE</b>	<b>11.689</b>	<b>16.262.935</b>	<b>1.969</b>	<b>2.898.818</b>	<b>13.658</b>	<b>19.161.753</b>	<b>15%</b>
TOTALE ATTIVATORI BIOLOGICI	377	2.321.596	13	77.600	390	2.399.196	3%
<b>TOTALE PRODOTTI CHIMICI</b>	<b>94.887</b>	<b>166.570.903</b>	<b>15.790</b>	<b>33.298.031</b>	<b>110.677</b>	<b>199.868.934</b>	<b>17%</b>



trici e lavasciuga. A livello di entità di fatturato restano trainanti le spazzatrici stradali. Segno negativo invece per macchine per moquette, idropultrici e macchine a vapore, rispettivamente con un calo di produzione di -4%, -5% e -6% e di fatturato nella dimensione di, nell'ordine: -0,1%, -4% e -1%. La produzione di macchine per la pulizia industriale si rivolge principalmente alle imprese di pulizia e servizi, che

operano nell'ho.re.ca., nella pubblica amministrazione, nella scuola, nella sanità, nei servizi in generale. Segue l'industria nei suoi differenti settori. Per le macchine di valore superiore ai 20.000/30.000 euro si utilizza, solitamente, la pratica del noleggio.

### I chimici

Essenzialmente orientato al mercato interno, il comparto chimici nel 2014

## Dati globali

**Composizione percentuale del fatturato totale:**  
**le macchine, in termini di fatturato, rappresentano il 31%**  
**del totale produzione, con 468.429.257€**  
**i prodotti chimici il 13% con 199.868.934€**  
**le attrezzature il 5%, con 69.118.696€**  
**la carta, settore tissue destinato all'uso professionale, il 34% 514.525.465€**  
**fibre e panni il 2% con 27.225.624€**  
**accessori e ricambi macchine il 4%, con 66.687.850 €**  
**altri prodotti l'11% con 164.389.395€.**

ha realizzato un fatturato complessivo di 199.868.934€, in crescita del 1%, di cui il 17% (stesso dato nel 2013) derivante dal mercato estero. La leadership a livello sia di produzione che di valori spetta ai prodotti per pavimenti ed ambienti, all'interno dei quali spiccano i detersivi ed i detersolventi, con 56.917 tonnellate prodotte e 91.855.988€ di fatturato. Nel 2014, complessivamente, sono state prodotte 110.677 tonnellate, con una variazione del -10% rispetto all'annata precedente.

### Le attrezzature

Nel 2014, il comparto delle attrezzature (che comprende carrelli e telai, tessili per pavimenti, accessori vari) ha

realizzato 69.118.696€ di fatturato, di cui il 63% (65% nel 2014) sui mercati esteri. Il fatturato totale segna un calo del 3% rispetto all'anno precedente a causa proprio della diminuzione dell'export. Sul fronte dei ricavi, domina il settore carrelli e telai, con ricavi che arrivano a 32.652.377€. Grazie anche, diciamo, alla spinta innovativa che ha interessato recentemente questo segmento.

### La carta: ecco i protagonisti della volata!

Ma chi sta meglio è senz'altro il settore della Carta, voce sotto la quale si raccolgono bobine e panni in carta e tessuto non tessuto, asciugamani in carta/tessuto, distributori di articoli

in carta (asciugamani, carta igienica, sacchetti), carta igienica, altri articoli igienici in carta (coprisedili, sacchetti). Il comparto, nel 2014, complessivamente ha fatturato 514.525.465€ con una crescita di ben 14 punti percentuali, di cui il 53% sui mercati esteri, in aumento di un punto percentuale. Il settore leader sotto il profilo dei profitti è quello degli asciugamani, con 206.860.256 euro di fatturato complessivo.

### Fibre e panni

Sotto la voce Fibre e Panni sono comprese tre tipologie di prodotti: abrasivi, panni per superfici, tappeti. Il comparto Fibre e Panni nel 2014 ha realizzato complessivamente un fatturato di 27.225.624€, di cui il 20% (uguale al 2013) di esportazione. Il fatturato complessivo è cresciuto di un punto, grazie soprattutto alla richiesta estera.

### Altri prodotti e accessori

Sotto la voce Altri prodotti sono comprese le seguenti tipologie di prodotto: dispenser per sapone e diffusori deodoranti, asciugamani elettrici/aria calda, batterie e caricabatteria, spazzole e dischi trascinanti, prodotti non classificabili.

Il comparto, nel 2014, complessivamente ha fatturato 164.389.395€, di cui il 58% (57% nel 2013) sui mercati esteri. Batterie e caricabatterie sono le produzioni leader a livello sia di fatturato che di prodotti. Spazzole e dischi trascinanti però rilevano la crescita più incisiva, in media del 5% del fatturato, mentre gli asciugamani elettrici sono in calo di mezzo punto. Gli accessori e ricambi macchine sono calati di ben cinque punti, con un fatturato che vale 66.687.850 euro. In aumento di un punto il fatturato italiano ma in calo, con un -8% quello estero.



# TITANIA Revolution



Da utilizzare con i nostri panni  
in ultramicrofibra di altissima  
qualità per una resa ottimale

*Finalmente è arrivata*  
**LA NUOVA LINEA**  
**BONASYSTEMS**  
*basata su nanotecnologie  
di titanio e argento*

*Adatta per pulire tutti  
i tipi di superficie!*

- ✓ Riducono dal 25 al 50% il tempo impiegato per la pulizia
- ✓ Eliminano gli aloni e non creano le patine superficiali
- ✓ Deodorano l'ambiente lasciando una gradevole sensazione di pulito
- ✓ Offrono elevatissimi standard di pulito e igiene
- ✓ Non sono pericolosi per l'operatore
- ✓ Non sono pericolosi per l'ambiente
- ✓ Non sono pericolosi per le superfici
- ✓ Garanzia di igiene con la certificazione HACCP



**CHIEDI UNA DIMOSTRAZIONE GRATUITA**  
**AD UN TECNICO SPECIALIZZATO**  
**BONASYSTEMS CON LA FORMULA**  
**"SODDISFATTO O RIMBORSATO"**



**BONASYSTEMS®**

BONASYSTEMS ITALIA SRL | Via Borgo S. Chiara, 29 | 30020 Torre di Mosto (VE)  
T. +39 0421 325691 | F. +39 0421 310319 | info@bonasystemsitalia.it

[www.bonasystemsitalia.it](http://www.bonasystemsitalia.it)

# pulire outdoor: che succede “fuori dalla porta”?

Dalle grandi case history internazionali all'igiene urbana a misura di cittadino, ecco il quadro dei principali appuntamenti di Pulire Outdoor. Grande interesse per la “case history” di Amia.

## Verona, una realtà sempre più vicina all'utenza

Dopo l'esordio nel 2013, anche a Pulire 2015 proseguono le “prove tecniche di dialogo” fra il settore del professional cleaning e quello, per molti versi strettamente affine, dello spazzamento in aree esterne e, in generale, dell'igiene in ambito urbano. Un dialogo, diciamolo subito, non sempre facile, perché tutto ciò che succede all'esterno sembra restare un po' “fuori dalla porta” del core business della pulizia professionale, almeno per come siamo abituati ad intenderla. Eppure, e lo abbiamo dimostrato nelle nostre uscite di novembre e marzo, in cui si mettevano a confronto grandi impre-

se impegnate (anche) in aree esterne e importanti produttori di spazzatrici stradali, i due segmenti hanno un vasto territorio comune.

## Un compito non semplice

Portalo allo scoperto è stato il compito di Pulire Outdoor, con un'area esterna davanti ai padiglioni 1 e 4 e un programma convegnistico concentrato soprattutto il primo giorno di fiera. L'iniziativa è stata organizzata da Afidamp Servizi e VeronaFiere con la collaborazione di Amia Verona e il patrocinio di Comune e Provincia di Verona e Regione Veneto, e promossa da Anci, Fise Assoambiente e Federambiente. Città pulita per la qualità della vita lo slogan di questa edizione, che ha cercato di riunire intorno a un tavolo imprese, fabbricanti e cittadini. La pulizia e il decoro urbano sono tra gli indicatori più alti di qualità della vita. Li chiedono i cittadini e sono al centro dei programmi delle amministrazioni pubbliche.



## Qualità della vita

E proprio dalla qualità della vita si è partiti, con l'appuntamento inaugurale del 19, alle 14.30 in Sala Mascagni, “Qualità della vita e igiene urbana: le priorità dei cittadini”. Relatori **Ricardo Ghizi**, executive secretary di Curitiba, **Giorgio Novello**, ambasciatore della Repubblica Italiana in Norvegia, **Giorgio Starace**, ambasciatore della Repubblica Italiana ad Abu Dhabi, **Andrea Miglioranzi**, di Amia Verona, **Elisabetta Perrotta**, di Assoambiente, **Filippo Brandolini**, di Federambiente. Moderatore **Alessandro Sasso**, di Man.Tra.

## Dal Brasile verde al deserto in costruzione

La grande presenza di stranieri, o di italiani che operano all'estero, oltre a sottolineare il carattere internazionale della manifestazione, aveva lo scopo di guardare... che succede fuori dalla porta, ove per porta si intende non solo il limite dell'ambiente outdoor, ma anche il confine nazionale. Il primo a prendere la parola è stato proprio **Ricardo Ghizi**, l'executive secretary di Curitiba, una città del Brasile con un'area metropolitana da 3,2 milioni di abitanti in cui la mission della gestione dei rifiuti è ridurre, riutilizzare e riciclare. Sono state create stazioni di

**Città pulita per la qualità della vita**

Verona  
19-21 maggio 2015

**PULIRE OUTDOOR**

Tecnologie per lo spazzamento e la manutenzione delle strade

VERONAFIERE  
afidamp



Curitiba

sostenibilità per la raccolta e il riutilizzo di materiali divisi per colori, oltre alla realizzazione di 102 siti di scambio per i prodotti ortofrutticoli con la finalità di ridurre il rifiuto organico. Gli Eco-cittadini, come sono chiamati gli addetti alla raccolta, rimuovono 500 tonnellate di materiali riciclabili al giorno, destinati a 21 parchi di ordinamento di riciclaggio, per una raccolta giornaliera di 2560 tonnellate di rifiuti. L'altra grande priorità del governo cittadino è la creazione di aree verdi e di spazi fruibili per i cittadini.

È stata creata la riserva naturale del Bugio con un'estensione di 8 milioni di metri quadrati su una zona recuperata affetta da fuoriuscita di petrolio, la più grande in un centro cittadino. La media di aree verdi per abitante è 64,5 metri quadrati, con la necessità di continua manutenzione, cura e pulizia. “In questo momento –ha detto– c'è una grossa opportunità per la gestione di queste aree per 5 anni”. Traferendosi migliaia di km più a est, ecco Abu Dhabi, dove outdoor significa non soltanto aree verdi, ma anche in-

finiti metri quadrati di cemento che attraversano il deserto. **Giorgio Starace**, ambasciatore della Repubblica Italiana ad Abu Dhabi, ha presentato gli sviluppi degli Emirati Arabi per i prossimi anni, con un'attenzione particolare a Dubai che ospiterà l'Expo 2020. “Gli Emirati Arabi sono una federazione di 7 città di cui Dubai –ha spiegato Starace– ha il più grande aeroporto del mondo, con 75 milioni di passeggeri l'anno che diventeranno 100 milioni nel 2020, collegato al resto del paese da chilometri di autostrade. Il pae-



Abu Dhabi

se ha 8 milioni di abitanti di cui solo 1 milione di emiratini: le città sono smart e pulitissime, con grande attenzione al green e la programmazione di quanto avverrà quando inevitabilmente finiranno le risorse petrolifere. Il grande ampliamento infrastrutturale presenta una importante opportunità delle imprese italiane, in vista della richiesta di servizi, di facility management, di sicurezza e ovviamente di pulizia e decoro urbano”. L’ambasciatore ha quindi citato l’accordo siglato tra Expo 2015 e il management di Expo 2020, che prevede la presenza in Italia degli esponenti di Dubai incaricati di gestire l’esposizione e la possibilità per le aziende italiane di accedere ai servizi di Expo 2020. “Per quella data, ha continuato l’ambasciatore, sono previsti 60.000 posti letto in più, 10 ospedali, 4 parchi divertimenti, strutture museali, oltre il già citato ampliamento dell’aeroporto internazionale. Oltre a questo, Dubai ospita la grande fiera Clean Middle East, una vera opportunità per le industrie italiane del cleaning.” Starace ha sottolineato poi l’attenzione degli sceicchi verso il verde pubblico, tanto che Abu Dhabi

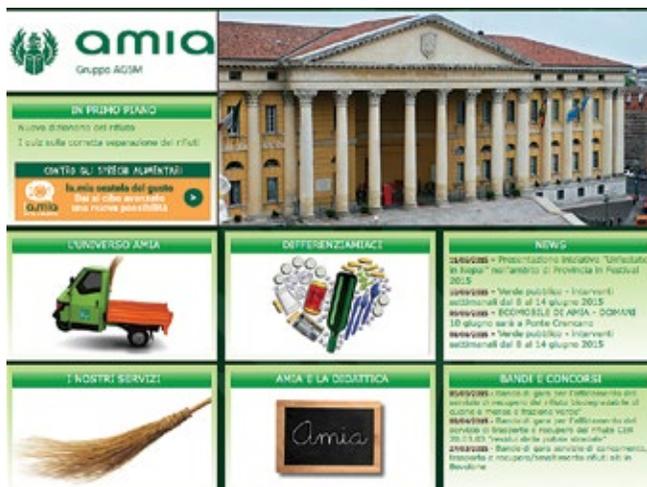
si presenta ricca di oasi di verde circondate dal deserto, con l’utilizzo di tecnologie specifiche e all’avanguardia per la loro gestione e manutenzione. Sempre ad Abu Dhabi è previsto il raddoppio della popolazione entro il 2030, con conseguente sviluppo urbanistico in ottica smart. E’ un lavoro continuo che offrirà nei prossimi anni importanti opportunità alle aziende anche italiane di questo settore.

### Grandi opportunità anche nel “profondo nord”

Nel “profondo nord” ci sono altrettante occasioni di business: **Novello**, ambasciatore a Oslo, ha spiegato che la Norvegia, con 5 milioni di abitanti e una superficie 5 volte l’Italia, è il terzo esportatore di gas. E’ tra i fondatori della Nato, con una prestigiosa immagine internazionale. Otto sono gli obiettivi entro il 2020 tra i quali la pulizia e il decoro urbano hanno un valore di rilievo: riduzione del rumore, dell’inquinamento e delle emissioni di CO2, l’ottimizzazione del sistema di trasporti pubblici dal punto di vista ambientale, lo sviluppo urbanistico della città

con nuovi quartieri eco-compatibili, la gestione dei rifiuti cradle-to-cradle, la conservazione e l’ampliamento della sua struttura blu-verde, l’attuazione di una buona governance amministrativa per l’ambiente, la collaborazione tra cittadini, industria e Stato, la creazione di un ambiente migliore a livello regionale, nazionale e internazionale “L’Italia gode di una grande considerazione, e le opportunità non mancano. Le aziende italiane presenti in Norvegia contribuiscono attivamente alla realizzazione degli obiettivi prefissi, tanto che è stato realizzato un itinerario in 20 tappe dell’impatto italiano nella sola città di Oslo, a partire dalla presenza di Renzo Piano”. L’ambasciatore Novello ha poi sottolineato come in Norvegia è possibile fare business per le imprese italiane: l’estrazione del petrolio nel mare Artico è svolta con ENI e una forte presenza si rileva nello sviluppo infrastrutturale. La ricerca tecnologica anche nella risoluzione di problematiche legate alla gestione della pulizia e del verde pubblico è quindi una priorità da attuare e ricercare in collaborazione con le aziende.

## igiene urbana a misura di cittadino



Nel tardo pomeriggio si è tenuto l’appuntamento sull’igiene urbana a misura di cittadino, con la presenza di **Giovanni Mantovani**, Direttore generale di Veronafiere, **Toni D’Andrea**, amministratore delegato di Afidamp Servizi, di nuovo **Andrea Miglioranzi**, presidente di Amia Verona, questa volta affiancato dal direttore generale Amia **Maurizio Alfeo**, e ancora **Lamberto Toscani**, presidente Confservizi Veneto, **Pietro Stamba Badiale**, responsabile comunicazione Federambiente. Ha moderato il giornalista **Maurizio Pedrini**.

### La case history Amia Verona: dalla app alla motivazione del personale

Molto interessante la case history di Amia Verona, illustrata molto bene da Miglioranzi: “Negli ultimi anni Amia si è contraddistinta per importanti investimenti per la sostenibilità e la comunicazione: mezzi elettrici apprezzati dai cittadini di Verona e delle zone servite; i cittadini sono quotidianamente in comunicazione con la società tramite un numero che attiva una task force per sopralluoghi. La rac-



Oslo

### La parola alle associazioni

La parola poi è andata ai rappresentanti dei costruttori di veicoli ecologici. Brandolini e Perrotta hanno analizzato lo stato dell'arte della questione rifiuti nelle principali città italiane, fra eccellenze e criticità. A partire dalla

manca di sistemi impiantistici, per cui l'Italia si rivolge sempre all'estero. **Filippo Brandolini**, Presidente di Federambiente, ha sottolineato come in Italia ci siano città paragonabili ai modelli internazionali e ha citato Milano, dove la raccolta dei rifiuti organi-

ci ha in poco tempo raggiunto risultati simili ai vertici europei, Firenze, dove è stata progettata una raccolta di rifiuti con cassonetti a scomparsa ed interrati e dove si fa fronte al problema di gestione di un grande flusso di turisti in piccoli spazi e Bologna, dove è stata adottata una tecnologia specifica per la pulizia dei portici. Al tempo stesso però vi sono realtà dove lo spazzamento resta prevalentemente manuale e la gestione dei rifiuti presenta criticità evidenti. Questo è da imputare alla mancanza nel nostro Paese di un sistema impiantistico efficiente e all'impossibilità di effettuare pianificazioni di gestione a lungo termine.

### Un quadro normativo stabile e investimenti dalle imprese

**Elisabetta Perrotta**, Segretario Generale di Fise Assoambiente, ha invece sottolineato come l'Italia sia un Paese ricco di storia e pertanto con problemi logistici di gestione della pulizia che città giovani e progettate con criteri urbanistici moderni non hanno. Risulta pertanto più difficile pensare di poter attuare ovunque modelli di spazzamento altamente automatizzati nei centri storici o in vicoli molto stretti. Ha tuttavia evidenziato che la gestione ottimale della pulizia e del decoro urbano richiedono innanzitutto investimenti da parte delle aziende. Questi investimenti in Italia sono rallentati a causa dell'assenza di un quadro normativo stabile e che consenta una reale pianificazione. Le imprese italiane sono chiamate ad investire in automatizzazione e soluzioni specifiche per le diverse realtà, ma questo deve essere tutelato da ritorni realmente misurabili degli investimenti, resi possibili solo dalla stabilità normativa. Tra gli altri fattori critici la già citata mancanza di impianti ma non solo, bisogna fare un appello a tutti i cittadini perché si diffonda la cultura dell'igiene urbana, spesso carente in gran parte del Paese.

colta differenziata è diffusa, oramai, tranne che nel centro storico dove ci sono isole interrate. Comuniciamo costantemente alla città ciò che vogliamo fare, e accettiamo consigli per il miglioramento del servizio". Una grande parte la fa la nuova app Amia App, l'applicazione ufficiale di Amia per smartphone Apple e Android, che permette ai cittadini veronesi di usufruire in maniera rapida e immediata dei principali servizi offerti dall'azienda. "Il mondo è quello della tecnologia, il concetto è quello di Smart City o città intelligente – ha sottolineato Miglioranzi – e l'obiettivo di questa applicazione è quello di rendere i nostri servizi immediatamente accessibili per tutta la comunità veronese". Il Presidente Miglioranzi ha fatto poi riferimento alla visione internazionale dell'azienda con una missione operativa in Albania e di consulenza in numerosi altri Paesi tra cui Bosnia, Marocco, Brasile, Nuova Guinea.

**Alfeo** ha sottolineato i tempi difficili e con sempre meno risorse. "Anche all'interno abbiamo svolto un'operazione di ristrutturazione, motivando il personale e mettendolo in condizioni di fare bene il proprio lavoro con investimenti mirati". **Toscani**, ha sottolineato come "Pulire sia l'occasione per incontrarsi e ragionare insieme. In Confservizi Veneto abbiamo 50 aziende associate fra acqua, gas, e 9 si occupano di rifiuti. Devo dire – ha aggiunto – che non abbiamo niente da imparare dall'estero quanto a gestione dei rifiuti, raccolta, trattamento, smaltimento. Siamo molto attenti all'educazione dell'utenza".

# un re-cavaliere alla corte dei ruffo

Pulire, si sa, è anche un luogo privilegiato per il “gossip” del settore: tra le notizie più commentate non poteva mancare l’ultima “bomba” del mercato: l’improvviso e sorprendente passaggio alla Tmb di Maurizio Cigola, storico numero uno di Soteco.

Dopo 40 anni in Soteco, il “pioniere” Maurizio Cigola sbarca a San Giovanni Lupatoto, in casa Tmb. “Cosa mi ha portato qui? L’amicizia con Giampaolo Ruffo, la passione, la condivisione di un progetto”. Di seguito il resto del Cigola-pensiero. Sorpresi? Non poco. Fino a pochi mesi fa tutto ci saremmo aspettati fuorché vedere lui, il “re” della Soteco **Maurizio Cigola**, sedere in forma smagliante e sorriso sotto i baffi alla “tavola rotonda” dei concorrenti di sempre, i Ruffo degli aspiratori, e in particolare la Tmb dell’ex presidente Afidamp **Giampaolo**. L’amicizia tra i due si consolida proprio lì, sui tavoli associativi, nonostante la differenza d’età (Cigola è del 1946), fra riunioni, fiere, viaggi e direttivi. Tante esperienze fianco a fianco che oggi sfociano nella partnership che non ti aspetti. Ma a volte anche gli scenari impossibili diventano realtà: “E’ come se mio papà fosse assunto in Soteco”, scherza Giampaolo.

## Un rapporto di stima personale

Tutto è maturato in brevissimo tempo, ma ci arriveremo, con calma. Anche perché quando hai davanti lui, uno di quelli che hanno fatto nascere questo mercato in Italia, non puoi rinunciare a partire dai ricordi. “Soteco nasce nel 1975, agli albori del cleaning italiano. Molte

delle aziende più importanti nacquero in quegli anni. Noi eravamo quattro soci, io mi occupavo in particolare della parte commerciale. Eravamo una piccola realtà, ci guardavamo intorno in un settore tutto nuovo”.

## La prima fiera in cui ci affacciamo all’estero

Molto cambiò qualche anno dopo: “Era il 1981, anno della prima fiera di Amsterdam a cui partecipammo. Fu in quell’occasione che le nostre aziende, che prima si rivolgevano quasi esclusivamente al mercato nazionale, misero il naso di là dalle Alpi e capirono che si estendevano praterie da esplorare. Agli stand c’era la fila, eravamo un po’ i “cinesi” d’Europa. E incominciammo a crescere, del 20, 30%. Allora la Soteco aveva pochissimi dipendenti e 200 metri quadrati. Oggi ne ha 220 su 25mila metri quadri di stabilimento ed esporta in 70 paesi del mondo. Il problema era far fronte allo sviluppo costante, adeguare le nostre piccole realtà ai grandi numeri che incominciavano a girare. E adeguare anche le persone”. Il che significa anche, banalmente, imparare a comunicare con l’estero. “Ricordo quando, un’estate, mi presi un mese per andare in Irlanda. E anche i primi viaggi in America per imparare l’inglese. All’epoca era una lingua che conoscevo poco e male, mi ci vollero due anni di full immersion per adeguarmi”.

## Fiore all’occhiello, le relazioni internazionali

Le relazioni internazionali sono state, da sempre, al centro dell’attenzione di Cigola, che fin dal 1982 è abituato a passare molto tempo in macchina e sugli



aerei. Tempi diversi, in cui però era importante avere fiuto e intuito. Per capire quante cose siano cambiate da allora, basta sentire Cigola “Non era semplice nemmeno comunicare. Gli ordini arrivavano via telex. Si viaggiava con le tasche piene zeppe di gettoni del telefono, ci si fermava al primo Autogrill sperando di trovare una cabina libera per chiamare i clienti e prendere gli appuntamenti, fra cabine coi gettoni incastrati, telefoni che non si liberavano mai e cornette scassate. Che fatica... Rispetto ad oggi? Posso dire che, se da un lato comunicare era più complicato, dall’altro imprendere era forse più facile. D’altra parte, però, c’era più fame. Non tanto per il desiderio di soldi, ma di costruire qualcosa. Gli imprenditori di prima generazione vivevano per l’azienda, oggi vedo molte seconde generazioni un po’ meno aggressive, con meno voglia di impegnarsi”.

## Dal telex alla mail, con la passione di sempre

Dal telex alla mail, passando per il mitico fax (“all’inizio pensavamo che non fosse destinato a durare”), Soteco cresceva e costruiva le basi del suo successo, prima fra tutte il portfolio, la gamma prodotti, con 17 -sì, avete letto bene, diciassette- linee di aspiratori professionali. Una potenza di fuoco non indifferente, che si rivolgeva a un mercato estero

tutto da conquistare. “Fui tra i primissimi italiani ad assemblare in Cina. I due più grandi produttori odierni di aspirapolvere in Cina erano due clienti Soteco, la Cina l’ho vista crescere. Da allora ci sono andato almeno due o tre volte all’anno, e le cose cambiavano a vista d’occhio. Erano capaci di spianare colline a mano in sei mesi. Pensi che le prime volte che ci andavo c’era un cinquecentesimo dei grattacieli che ci sono ora, c’era un albergo dove oggi ce ne sono migliaia, e... si vendevano 2mila aspiratori l’anno. Oggi siamo a quota 350mila, più del triplo del mercato francese, uno dei mercati di riferimento in Europa, e i numeri cresceranno ancora. A Shanghai negli anni Ottanta c’erano solo biciclette, c’era addirittura da fare la coda in bicicletta. Ci chiedevamo cosa sarebbe successo da lì a 20 anni, quando tutte quelle biciclette si sarebbero trasformate in automobili. E ora ci siamo. Chiunque avesse un minimo di immaginazione, comunque, avrebbe compreso molto bene che cosa stava succedendo laggiù”.

### I mercati del “profondo est”

Si rivedrà il film del Giappone, capacità innovativa e crisi comprese? “Quello giapponese è un altro mercato che conosco piuttosto bene. Il Giappone, che ha già avuto e superato alcuni momenti di difficoltà, resta comunque un mercato da 100 milioni di abitanti ormai evoluto, a fronte del miliardo e tre della Cina, dove, ricordiamolo, a fare l’economia oggi è solo la parte costiera orientale. Quando l’ho conosciuta io la Cina era forse il 25esimo Pil del mondo, oggi è il secondo. Le potenzialità sono ancora enormi”. Ma quando i cinesi avranno anche la competenza per innovare? “Per questo sinceramente non li vedo ancora pronti. Sono competitivi su monospazze e aspiratori e sono da sempre perfetti copiatori, ma per ora non li vedo ancora creativi. Ma lo diventeranno”.

### Gli effetti della crisi

Passano gli anni, passano i lustri e i decenni, e si arriva alla crisi del 2008, un

momento di grave flessione che ha imposto il segno meno davanti ai prodotti interni degli stati e ha messo in ginocchio molte aziende italiane. “Noi, come produttori fortemente legati alla situazione congiunturale, siamo stati tra i primissimi a subirne gli effetti negativi. Non dimentichiamo che Soteco è ad oggi fra i primi tre produttori al mondo di aspiratori professionali per questo settore, grazie a scelte azzeccate, un ottimo portfolio di prodotti, grande serietà, ottima organizzazione. Prima della crisi aveva raggiunto i 42 milioni di fatturato. Poi la scure della crisi ha ridimensionato il mercato. Alle difficoltà ben note originate dai mutui subprime si è aggiunta la perdita di valore del dollaro, e, naturalmente, la minaccia del mercato cinese che riusciva a tenere prezzi ridottissimi proprio in un momento in cui noi arrancavamo. E’ stato un momento molto difficile, ma Soteco, pur subendone il contraccolpo, è riuscita a mantenere redditività e fatturato”.

### La scelta di Tmb

Con tutto quello che ne consegue. “E’ noto a tutti, specialmente a chi conosce il settore, ciò che è successo negli ultimi anni. Da quindici anni Soteco è a tutti gli effetti un’azienda a organizzazione manageriale, che lavora per divisioni ciascuna dotata di ampia autonomia. Oggi rappresenta una divisione del gruppo Ipc. Dal 2000, tuttavia, si sono succeduti quattro fondi di private equity, e alla fine ho ritenuto che non ci fossero più le condizioni per restare in azienda. La passione, però, non è sparita e l’amicizia personale con Giampaolo ha fatto il resto”. Cigola è in Tmb in qualità, come si direbbe oggi, di temporary manager. “Giampaolo mi ha invitato a fare il “ceo” e ad accompagnarlo per un po’ di tempo in questa avventura e io ho accettato. Sono qui, a tempo determinato, perché vedo in Tmb le potenzialità di gamma e organizzative per giocare un’ottima partita su questo mercato. Naturalmente con i dovuti investimenti, non da ultimo sui canali distributivi.”

Cigola non va oltre, ed è comprensibile. Così come fatica a sbottonarsi sulle strategie Tmb, che lo vedranno impegnato sia sul mercato estero, che sviluppa l’80-85% del fatturato dell’azienda. “Ma anche a quello italiano che, lo ricordo, come mercato singolo resta ancora il più importante per noi insieme a quello francese”.

### Lo scenario dei mercati

Oggi la situazione estera è migliorata. “Direi di sì, anche se l’onda lunga della crisi si fa sentire ancora: gli Usa vanno meglio, il dollaro ha ripreso quota e oggi è cambiato a poco più di un euro, il che agevola le esportazioni anche in Cina, perché il sistema dello yen è legato al dollaro; il petrolio è sceso e gli scenari sono più confortanti. In questo momento l’area di crisi, come ben sappiamo, è quella russa, lì si soffre molto. In generale posso dire che la situazione, sebbene migliorata, è tutt’altro che stabile. Per un mercato che scende, ce n’è un altro che sale e viceversa”.

### Le fiere

All’indomani del successo di Pulire 2015 la domanda sulle fiere è un passaggio scontato: “Ho sempre creduto nelle fiere, momento di aggregazione e di incontro, ma anche occasioni di mettere in mostra le proprie novità. E ho sempre creduto anche nell’attività associativa. Pensi a molte aziende italiane, magari meno strutturate: chi, senza l’apporto di Afidamp, si sarebbe arrischiato ad andare, che so, a Shanghai, Nuova Dehli o Singapore? Intanto Pulire è cresciuta, è diventata una fiera internazionale, e anche il mercato è cresciuto. Anche se non ci sarà mai la controprova, sono persuaso che parte del merito sia proprio di Afidamp. Fui tra i primi 36 espositori di Pulire ‘82, a Bologna, quando la fiera era ancora itinerante e si faticava non poco a trovarle una sede e una data. Inoltre sono un past president Afidamp, nonché uno dei fondatori dell’associazione. Come potrei non crederci?”.

# Purobusiness

PULIZIA PROFESSIONALE E LAVANDERIA

**27-29**

OTTOBRE 2015

**MADRID**

COMPLESSO FIERISTICO  
**CASA DE CAMPO**

  
**Hygienalia**  
+ **PULIRE**

**Ti sorprenderai**

[WWW.HYGIENALIA-PULIRE.COM](http://WWW.HYGIENALIA-PULIRE.COM)

## Dussmann si aggiudica il “Company to watch 2015”

Cerved, società italiana specializzata nell'analisi del rischio di credito, ha attribuito a Dussmann Service il riconoscimento “Company to Watch 2015” ovvero come azienda di riferimento nel settore imprese di pulizie e disinfezione sia a livello di performance economico-finanziarie sia nelle modalità di esecuzione del business. Il premio è stato consegnato da **Gabriella Savoca**, Account di Cerved Groupe e ritirato da **Renato Spotti**, Responsabile Area Marketing Dussmann.

I fattori di successo che hanno motivato il conferimento del premio sono l'offerta di una gamma ampia e integrata di servizi in un'ottica di facility management, il presidio dell'intero territorio nazionale, la costante attenzione verso lo studio e lo sviluppo di nuove metodologie di lavoro, le partnership strategiche con grandi clienti pubblici e privati e la cultura della certificazione.

*“Il riconoscimento di Cerved, è una grande soddisfazione per Dussmann che in questi anni è riuscita a coniuga-*

*re l'impegno nella qualità e al tempo stesso nella razionalizzazione dell'offerta”* ha dichiarato Spotti.

Dussmann opera principalmente nel settore delle pulizie e della sanificazione - in cui nel 2014 ha realizzato oltre il 66% del fatturato totale - ma eroga anche servizi di ristorazione collettiva, sicurezza e reception, servizi tecnici ed energy management. La società realizza il 92% del fatturato con clienti pubblici e il restante 8% con i privati rivolgendosi a tutti i diversi mercati di sbocco soprattutto nel settore della sanità pubblica e nel settore “trasporti”, in particolare per la pulizia di materiale rotabile.

La società, che si avvale di oltre 13mila addetti, nel 2014 ha registrato un aumento del fatturato totale, che ha superato i 379 milioni di euro segnando un aumento del 18,5%, e del fatturato specifico del settore delle pulizie, con 251 milioni di euro e un incremento del 34,2%, ascrivibile soprattutto all'andamento del segmento civile che ha beneficiato dell'importante commessa per Trenitalia e dell'acquisizione dei lotti relativi alla pulizia nelle scuole di Puglia e Toscana, nell'ambito della gara d'appalto bandita da Consip.



Fiore all'occhiello di Dussmann è il concept di sostenibilità chiamato Dussmann EcoSystem che prevede la sensibilizzazione del personale sulle tematiche ambientali, la riduzione e l'eliminazione dell'utilizzo di materiali pericolosi per l'ambiente, l'analisi di prodotti e procedure affinché siano ecologicamente compatibili, un programma efficiente per la salute e la sicurezza. L'azienda è certificata per la qualità, con l'integrazione HACCP, la responsabilità sociale, la sicurezza sui luoghi di lavoro e l'ambiente.

[[www.dussmann.it](http://www.dussmann.it)]

63  
GSA  
GIUGNO  
2015

## DALLE ASSOCIAZIONI ANIP

### No del Consiglio di Stato agli affidamenti in house dei servizi di pulizia

“Una sentenza storica che tutela il libero mercato e i diritti di tutta la cittadinanza alla qualità e l'economicità dei servizi”.

E' questo il commento di **Lorenzo Mattioli**, Presidente ANIP - l'Associazione Nazionale Imprese di Pulizia e Servizi Integrati di Confindustria - alla sentenza del 7 maggio della Terza Sezione del Consiglio di Stato che ha annullato la decisione del TAR Puglia (n. 2986/2014) e, in accoglimento del ricorso di primo grado, ha annullato il provvedimento di affidamento in house del servizio di pulizia e sanificazione disposto dalla ASL di Brindisi a favore della società controllata Sanitaservice. La sentenza ha accolto il primo motivo di ricorso (assorbiti tutti gli altri) sul quale era intervenuta ad adiuvandum l'ANIP, accogliendo proprio le argomentazioni proposte dall'Associazione e affermando in particolare: che “il tenore del comma 7 [del d.l. n. 95/2012] sembra univoco nell'individuare le procedure concorrenziali come modalità necessaria di acquisizione dei beni e servizi strumentali”;

che “l'affidamento diretto ha carattere spiccatamente derogatorio”; che “la circostanza che un affidamento in house non contrasti con le direttive comunitarie non vuol dire che sia contraria all'ordinamento UE una norma nazionale che limiti ulteriormente il ricorso all'affidamento diretto”;

che “dunque, la volontà del legislatore era quella di limitare il ricorso alle società pubbliche, tra l'altro escludendolo nel settore dell'acquisizione di beni e servizi strumentali, che non veniva tipologicamente considerato tra le eccezioni”.

“E' una sentenza che finalmente pone la parola fine ai continui e strumentali tentativi di Enti pubblici e Aziende ospedaliere di eludere le regole di mercato attraverso la costituzione di società in house”, ha dichiarato il Presidente ANIP Lorenzo Mattioli.

“Oramai da anni siamo impegnati nel combattere in tutte le sedi istituzionali e ora anche giudiziarie queste violazioni dei principi nazionali e comunitari in materia di concorrenza, a tutela non solo delle nostre imprese e del mercato, ma anche di tutta la cittadinanza”, ha concluso il Presidente Mattioli.

## L'economia circolare di Lucart Group



28.715 t di Co2 in meno emessa in atmosfera e 165.000 alberi non tagliati, pari a una superficie boschiva di 556.000 mq (l'equivalente di 78 campi da calcio). Questi i risultati 2014 presentati al convegno "L'economia circolare di Lucart. Fiberpack®: l'evoluzione del riciclo", a Expo presso l'area espositiva "Waterstone by Intesa Sanpaolo".

L'innovativa tecnologia messa a punto nel 2011 da Lucart Group, grazie alla collaborazione con Tetra Pak®,

che permette di produrre carta 100% ecologica ottenuta dal riciclo dei contenitori di bevande, ha consentito di recuperare 995 milioni di cartoni per bevande (da 1 litro) in un anno, evitando più di 68.000 metri cubi di discarica.

"Siamo molto orgogliosi di questo progetto, iniziato 4 anni fa con un investimento globale di oltre 10 milioni di euro" – afferma **Massimo Paquini**, Amministratore Delegato Lucart Group – "In occasione di Expo 2015, abbiamo deciso di raccontare come la nostra azienda sia impegnata da oltre 60 anni a sviluppare un progetto di business sostenibile, adottando un modello circolare di produzione che limiti al massimo l'utilizzo di risorse non rinnovabili e massimizzi l'efficienza del riutilizzo. Fiberpack® ci conferma ulteriormente come una

realità all'avanguardia per innovazione e rispetto ambientale, in grado di creare successo economico lungo tutta la filiera. Offriamo al consumatore dei prodotti di altissima qualità che si contraddistinguono per una storia dal forte valore etico" conclude.

Questo innovativo processo di trattamento separa con precisione le fibre di cellulosa dal resto dei materiali, utilizzando una tecnologia pulita e a rifiuti zero che permette il recupero del 100% dei componenti dei cartoni per bevande.

Da questa esclusiva lavorazione nascono due esclusive linee di carta 100% ecologica: una destinata al mercato professionale e Grazie Natural, destinata invece al mercato consumer.

[[www.lucartgroup.it](http://www.lucartgroup.it)]

## 15 i nominati del Purus Award al CMS

Si svolgerà dal 22 al 25 Settembre a Berlino, la fiera internazionale di macchine, prodotti e sistemi per la pulizia professionale più importante della Germania. Per il CMS sono circa 25,000 i metri quadri di spazio espositivo interno ed esterno all'ExpoCenter City: 360 espositori da 20 paesi e oltre 16,000 visitatori professionali da 65 paesi. A contendersi l'ambito premio CMS Purus Award una giuria di esperti ha scelto i 15 nominati su 60 candidature presentate. Ed ecco le aziende suddivisi nelle 5 categorie

### MACCHINE

- Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Kärcher MC 130 Adv spazzatrice aspirante
- FIMAP SPA, Genie XS lavasciuga
- Nilfisk GmbH, VP600 aspirapolvere professionale
- Schneiderei GmbH, EasyMopp lavatrice professionale



- SEBO Stein & Co. GmbH, SEBO 350 Evolution aspirapolvere verticale
- ### ATTREZZATURE
- Diversey Deutschland GmbH & Co. oHG, Mix sistema di erogazione Pro™
  - hollu Systemhygiene GmbH, holluQUID sistema di lavaggio liquido
  - Tana Chemie GmbH, SMART-System erogatore e sistema di sicurezza
  - Unger Deutschland GmbH, nLite® filtro deionizzazione droelettrica
  - Vileda Professional GmbH, Ultra-Speed Pro sistema mop piatto bagnato

### IGIENE PER IL BAGNO

- CWS-boco Deutschland GmbH Paradise Air Bar distributore fragranza
- SCA Hygiene Products AfH Sales GmbH, Tork Immagine Design® gamma dispenser

### SISTEMI DI GESTIONE

#### E SOFTWARE

- IGEFA Handelsgesellschaft mbH & Co. KG, ICOS-System

### BRAND COMMUNICATION

- Alfred Kärcher GmbH & Co. KG

## ChimiClean: grande successo a PULIRE 2015

La più grande fiera in Italia dedicata alla pulizia professionale, seconda in Europa per importanza e dimensioni, non poteva che concludersi con un bilancio positivo per ChimiClean Group che da trent'anni punta all'innovazione, alla creatività e alla massima efficienza.

Dopo alcuni anni di assenza, la partecipazione a PULIRE di Verona dal 19 al 21 Maggio 2015 è stata una mossa vincente che ha dimostrato la validità e la forza del lavoro di sinergia tra il Laboratorio di Ricerca e Sviluppo, l'Ufficio Commerciale e la sezione Marketing & Strategies.

Nel padiglione 2 della manifestazione,



ne, lo stand F5/1, con la sua atmosfera sofisticata, colorata, profumata e fresca, ha attratto e catturato la miriade di visitatori che hanno avuto modo di conoscere e apprezzare le ultime novità delle Linee SKIZZO, DEO DUE e CHIMICLEAN PROFESSIONAL. Un successo oltre ogni aspettativa che ha lasciato veramente il segno.

“Questa esperienza è stata brillante e promettente sotto ogni aspetto”, commenta il presidente Giuseppe Arnone, “tre giorni intensi in cui lo stand di ChimiClean è stato continuamente visitato da operatori del settore di diverse nazionalità. Abbiamo conosciuto dealers provenienti dall'Est Europa, dal Medio Oriente, dal Nord Afri-

ca e dall'Europa Occidentale permettendoci di intrecciare relazioni commerciali molto interessanti. Un'esperienza che mi conferma come gli sforzi, le ricerche ed il lavoro finora svolti stiano procedendo nella giusta direzione. Adesso, a manifestazione conclusa, il nostro impegno sarà quello di instaurare nuovi rapporti commerciali senza tralasciare, bensì consolidando, quelli già esistenti. Siamo fiduciosi e positivi, ChimiClean ha davanti a sé la prospettiva di un futuro prossimo soddisfacente, ricco di risultati e di grandi successi”.

[[www.chimiclean.it](http://www.chimiclean.it)]



65  
GSA  
GIUGNO  
2015

## DALLE ASSOCIAZIONI AIISA

### Aiisa: seminario tecnico a Pulire 2.1

Anche quest'anno Aiisa ha partecipato con un proprio stand all'evento biennale organizzato da AfidampFED, di cui Aiisa fa parte come Associazione Promotrice. Nella giornata di apertura l'Associazione ha promosso un Seminario tecnico dal titolo “Il controllo igienico sanitario negli impianti aeraulici”. I relatori (Ing. **Gregorio Mangano** – Consigliere e l' Ing. **Raffaele Caruso** – Segretario Generale – di Aiisa), hanno evidenziato le caratteristiche principali dell'attività relativa al monitoraggio igienico degli impianti aeraulici ed alla rimozione dei problemi che una cattiva gestione degli stessi provoca alla salute degli utenti degli ambienti confinati. Si sono fatti riferimenti alle normative vigenti ed alle caratteristiche operative che differenziano questo settore di attività dal mondo delle pulizie tradizionale.

Gli operatori del settore devono avere conoscenze che riguardano l'impiantistica, l'uso adeguato dei DPI, e nozioni sulla pericolosità per la salute di attività di bonifica svolte in modo inadeguato.

Aiisa ha nuovamente promosso la figura dell'ASCS (Air System Cleaning Specialist) che l'Associazione forma da anni in collaborazione con la NADCA (National Air Duct Cleaners Association). Questa figura professionale è destinata ad avere sempre maggiore credibilità anche in campo europeo, grazie al successo del modello di cooperazione tra Aiisa e NADCA. Altro particolare tema trattato è il progetto di divulgazione dei concetti relativi ai temi della bonifica aeraulica rivolta ai servizi Presal delle ASL su tutto il territorio nazionale.

Questo tipo di attività, che Aiisa eroga gratuitamente, è stata particolarmente apprezzata presso le ASL dove si sono già svolti i corsi perché contribuisce anche a riempire le lacune formative specifiche. Tutti i corsi finora svolti hanno ottenuto l'erogazione di crediti formativi da parte del Ministero della Salute.

Il numero delle imprese associate ad Aiisa è aumentato in modo deciso nell'ultimo anno a conferma sia del successo delle attività dell'Associazione che dell'indubbio clima di fiducia imprenditoriale in attività che differenziano i servizi al cliente.

## I detergenti Bettari per la lavanderia

Bettari Detergenti è specializzata da 50 anni nella realizzazione di soluzioni integrate per la detergenza e l'igienizzazione. L'azienda sviluppa i pro-

dotti all'interno del proprio laboratorio di ricerca, affidato a personale qualificato e specializzato nella formulazione di detergenti di elevata qualità. Per il settore delle lavanderie self-service e dei



grandi impianti industriali, Bettari ha sviluppato una linea di prodotti dedicata alla pulizia di capi e tessuti. La formulazione di detergenti per lavanderia richiede una perfetta conoscenza delle varie tipologie di sporco e delle modalità per trattarlo abbinata ad una padronanza delle caratteristiche dei tessuti da lavare. Bettari propone una linea completa di prodotti per piccoli impianti, ma anche per lavanderie industriali che utilizzano sistemi di dosaggio automatico - detergenti completi ad alta concentrazione, come ad esempio TECWASH con cui si ottengono ottimi risultati già a 1 g/l, tre tipi di alcalinizzanti utilizzabili in funzione delle diverse esigenze, ammorbidenti profumatissimi, ammorbidenti neutralizzanti, detergenti enzimatici, smacchiatori pronto uso - e per il lavaggio a mano - detergenti liquidi, in polvere, per la rimozione di macchie difficili, per capi delicati e candeggianti. La profumazione persistente sui tessuti è da sempre una richiesta molto forte del mercato, per questo Bettari ha sviluppato due ammorbidenti con diverse profumazioni che hanno un ottimo risultato su diverse tipologie di tessuto e anche un ammorbidente specifico ad effetto neutralizzante con ottima resa profumante. Il laboratorio di Ricerca & Sviluppo è sempre disponibile per la risoluzione di problematiche di lavaggio che si possono presentare durante i cicli, consigliando prodotti e/o piani di lavaggio ad hoc. L'azienda ha recentemente introdotto anche una valida proposta di semi servito che prevede l'installazione di sistemi di dosaggi automatico presso la clientela finale con la partecipazione del rivenditore.



**soluzioni flessibili**  
per ogni necessità

**tecnologie**  
per agevolare  
il vostro lavoro

**un approccio professionale**  
garantisce  
risultati certi

**logistica,**  
competenza tecnica e commerciale  
al vostro servizio



- CONSULENZA •
- PROGETTAZIONE •
- VENDITA •
- ASSISTENZA TECNICA •
- FORMAZIONE •



**BOTTONI Srl**  
Via Enrico Fermi 1,  
37026 SETTIMO DI PESCANTINA (VR)



Tel.: 045.6702122  
Fax: 045.6702124  
web [www.bottonisrl.it](http://www.bottonisrl.it)  
mail [info@bottonisrl.it](mailto:info@bottonisrl.it)

## Per Arco Chemical Group presenza di successo a Pulire 2.1 con tutta la forza dell'innovazione!

Bilancio entusiasmante per la tre giorni di Arco Chemical Group a Pulire 2.1. Lo stand di 100 mq, ha accolto un flusso incessante di visitatori che hanno apprezzato l'intera gamma. A partire da Arco Stock Control, il magazzino dei prodotti che ARCO Chimica, grazie all'avanzato know how maturato con Infyniti App, mette a disposizione del dealer in conto deposito. Consente al distributore di pagare solo l'effettivo venduto attraverso una tecnologia particolarmente avanzata, che fa leva sulle app e sul cloud computing per erogare risorse informatiche, come la gestione degli approvvigionamenti, mediante la trasmissione di dati on demand. Altra novità Exclusive Fragrance, una linea di nuove fragranze realizzate dai ricercatori del laboratorio di ARCO Chimica mediante l'avanzato impiego delle nanotecnologie. Senza dimenticare My Combi, la soluzione detergente che combina al meglio la praticità di un flacone del prodotto tradizionale, a quelle del risparmio di una caps. Il clima è stato di grande entusiasmo, come quello che si è respirato durante tutta la fiera nei vari quartieri espositivi. "Ci ha sorpreso maggiormente la curiosità per i nostri prodotti espressa dai visitatori stranieri, che hanno rappresentato il 35% del totale", afferma il direttore generale Luca Cocconi. "Ho notato visitatori veramente competenti e interessati", spiega, "assai più motivati di quelli di due anni fa". "Questa edizione di Pulire", commenta Nicola Miranda, responsabile marketing, "è stata assolutamente positiva: tutti i visitatori del nostro stand, dealers e imprese di pulizia, hanno dimostrato un grande desiderio di riscatto. L'attenzione si è concentrata sia sul nuovo sistema integrato di profumazioni, con una gamma completa dalla tanica fino alla caps, sia sulla nuova App di Infyniti." Loris Castellani, responsabile dei progetti ricer-



ca/sviluppo e della linea servizi di ARCO Chimica è molto soddisfatto: "Abbiamo condotto un vero e proprio tour de force di presentazioni del sistema Infyniti App, ottenendo apprezzamenti su tutti i fronti. Dopo la fiera ci sarà molto lavoro da fare, specialmente per consolidare il progetto IFuture Dealer, sostenendo i dealers che vi hanno aderito." Da ultimo, Mauro Cocconi, direttore commerciale, conferma l'ottima impressione lasciata da ARCO Chimica all'appuntamento veronese: "Questa fiera", commenta, "sarà ricordata a lungo per la sensazione d'armonia e il



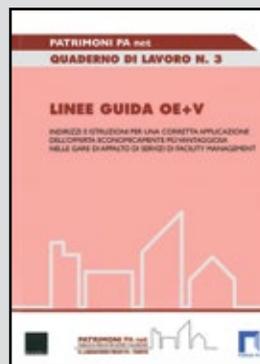
sentore di ripresa che abbiamo vissuto un po' tutti in prima persona. In prospettiva, i contatti commerciali da noi presi appaiono promettenti perché focalizzati su precisi bisogni, con la specifica richiesta, da parte dei nostri potenziali clienti, di sviluppare iniziative sul territorio".

[[www.arcochimica.it](http://www.arcochimica.it)]

67  
GSA  
GIUGNO  
2015

## Linee guida per Offerta economicamente più vantaggiosa

Pubblicate a maggio, da Patrimoni Pa net, il laboratorio di Forum Pa e Terotec, le Linee Guida OE+V, che forniscono indirizzi e istruzioni per una corretta applicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa nelle gare d'appalto di servizi per i patrimoni pubblici. Sono state elaborate sotto la direzione di Terotec da un apposito Tavolo di lavoro con rappresentanti sia delle stazioni appaltanti pubbliche, sia delle imprese di servizi, con il contributo del mondo della ricerca accademica e il coordinamento di Itaca, Istituto per l'Innovazione e la Trasparenza degli Appalti. Dopo l'introduzione sull'evoluzione dei servizi di facility management si entra nel vivo delle tre sezioni del volume, di circa 80 pagine. La prima sezione analizza il contesto di mercato degli appalti di facility, il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa nelle gare, la necessità di specifiche linee guida per tale criterio, l'inadeguatezza delle norme attualmente in vigore per gli appalti di



servizi, le nuove Direttive europee e il futuro quadro di riferimento giuridico normativo. La seconda parte approfondisce gli indirizzi metodologici dell'offerta economicamente più vantaggiosa: indirizzi propedeutici di base, criteri di valutazione di natura quantitativa, criteri di natura qualitativa, criteri di valutazione complessiva. La terza sezione, Istruzioni per l'uso, è più pratica: definizione della strategia di gara, impostazioni processuali di gara, scelta e utilizzo dei metodi di attribuzione dei punteggi, simulazioni e casi di studio. Fra gli obiettivi delle Linee guida: mettere a disposizione il corredo condiviso di analisi, indirizzi e proposte scaturito dal Tavolo di lavoro Patrimoni Pa net; diffondere tale corredo analitico e propositivo presso le stesse stazioni appaltanti e le imprese per migliorarne, razionalizzarne e innovarne i processi e le prassi gestionali; favorire la presentazione degli stessi contenuti ai soggetti pubblici preposti a consentirne un possibile recepimento legislativo e normativo.

[[www.terotec.it](http://www.terotec.it)]

## Sempre più successo per il “fuorisalone” di Tre Colli

Dopo tanti anni, e tanto buon mangiare (e buon bere), la festa della Tre Colli è ormai diventata un “fuorisalone” di



**Deo Due** il profumatore bifase più venduto in Italia

**ChimiClean professional**

ChimiClean group S.r.l.

Tel. 0932 902055 - [www.chimiclean.it](http://www.chimiclean.it) - [info@chimiclean.it](mailto:info@chimiclean.it)

Pulire a cui non si può mancare senza correre il rischio di apparire out. E anche stavolta l'azienda veneta specialista in spazzole industriali non ha deluso le aspettative: nella serata di mercoledì 20 maggio, in quel di Sommacampagna, sotto il classico tendone da sagra, a cui quest'anno se ne è aggiunto uno tutto nuovo decorato a origami, si è radunato tutto lo “stato maggiore” del cleaning italiano, tra fabbricanti, imprese, rivenditori, dirigenti, tecnici, commerciali e non solo. Fra carni grigliate, una birra e l'altra, un bicchiere di vino e un caffè, risate e tante chiacchiere, è stata ancora una volta l'occasione per stringere amicizie e guardare i colleghi, collaboratori e, perché no, concorrenti di sempre sotto un'altra prospettiva. Per capire, magari, che quello che ci accomuna è molto più importante di ciò che, nel lavoro di tutti i giorni, ci divide. Perché anche questo è il senso di una fiera e, in fondo, anche quello di una *filiera*: saper lavorare ma anche divertirsi insieme. Grazie ancora a Tre Colli, dunque, e cento di queste serate!

[www.trecolli.net](http://www.trecolli.net)

## Un maggio ricco di eventi

L'appuntamento a Pulire di Verona è stata l'occasione per tutti i concessionari RCM di vedere la nuova piccola lavapavimenti uomo a bordo KILO e la grande spazzatrice stradale meccanico aspirante Macroclean M60. KILO e M60 sono due prodotti che testimoniano il dinamismo che RCM ha impresso alla sua politica commerciale, fatta di potenziamento sia di gamma sia di forze commerciali in campo sui mercati esteri con Stefano Benini per Macroclean, Nicola Chiapponi e Matteo Benzi per RCM. KILO è la più piccola lavapavimenti RCM uomo a bordo che, alle soluzioni originali e innovative aggiunge un'attenzione particolare al benessere dell'operatore con un vero, confortevole sedile. Macroclean M60, con la sua portata reale di 6000 kg (superiore alla concorrenza mondiale del segmento), le soluzioni tecniche improntate al contenimento di



consumi e costi e l'alta tecnologia impiegata, permette a RCM di poter competere ai massimi livelli nello spazzamento delle grandi superfici urbane e industriali e pone l'azienda modenese tra i primi sette costruttori full range al mondo. Allo stand RCM sono stati esposti, oltre a tutti i modelli in produzione, il servizio di Noleggio che RCM offre al mercato italiano attraverso la piattaforma PULIRENT e con il supporto tecnico organizzativo alla rete commerciale, della consociata ASSMO.

Nei due giorni successivi a Pulire, i dealers esteri RCM si sono ritrovati all'Autodromo di Modena per approfondire i temi commerciali e gli aspetti tecnici più rilevanti della KILO e della M60. La giornata si è conclusa con giri di pista a bordo di auto da corsa in autodromo la visita guidata al MEF (Museo Enzo Ferrari) e la cena a fianco del Duomo di Modena.



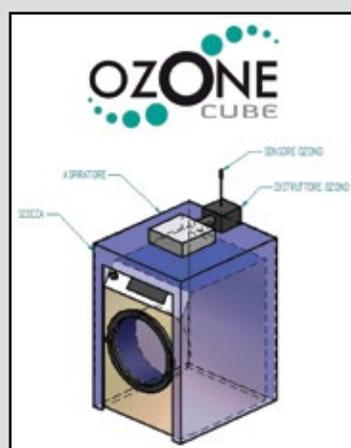
motoscope & lavasciuga

69  
GSA  
GIUGNO  
2015

[[www.rcm.it](http://www.rcm.it)]

## Ica, a Pulire un carico di novità

Pulire 2015? Un successo per Ica System, che si è presentata a Verona con ben due stand: a quello istituzionale nel padiglione 4, con una zona verde, un bellissimo bar e un divertente gioco di minigolf per intrattenere i moltissimi visitatori, si è aggiunto al padiglione 2, uno stand ricco di novità dove è stato presentato ModulClean, la prima stazione modulare del cleaning: è una costruzione modulare prefabbricata, tecnologica e all'avanguardia che permette all'impresa di pulizia di installare la propria unità operativa nel cantiere del cliente finale, utilizzando qualsiasi spazio gli venga messo a disposizione. ModulClean è offerta a noleggio e risponde alle esigenze di gestione di un'impresa di pulizia che opera nel cantiere e rispetta tutte le disposizioni vigenti, incluse la sicurezza e la protezione delle persone. Si installa in brevissimo tempo anche in una giornata e può essere allestita con i moduli Magazzino, Lavanderia, Uffici, Servizi igienici



niche e spogliatoi e altri a seconda delle esigenze di un'impresa. Ma continuiamo la carrellata di novità con l'Ozono Cube che nasce dall'esigenza principale di lavare i mop a bassa temperatura al fine di economizzare energia elettrica pur sanitizzando con carica batterica quasi assente e mantenendo inalterato il risultato di lavaggio.

E poi, il carrello Micro per la preimpregnazione dei mop a ingombro ridotto: è lo strumento ideale per le pulizie professionali mo-

derne, adatto ad ogni contesto perché compatto e funzionale.

Infine, nello stand ICA System era anche presente una novità fondamentale per ridurre il rischio delle infezioni ospedaliere per pazienti e operatori: il Kit monouso pulitori. Ci sono tre versioni, adatte a diversi tipi di contaminazioni, dai patogeni più comuni alla Sars, fino a Ebola, febbri emorragiche, Marburg.

[[www.icasystem.it](http://www.icasystem.it)]

## Il noleggio Rcm

Sono trecento, tra lavapavimenti e motoscope, le RCM noleggiate oggi in Italia attraverso la rete di concessionari e ASSMO, l'azienda del gruppo Raimondi che fornisce la necessaria assistenza tecnica e organizzativa su tutto il territorio nazionale. Il noleggio ha avuto un grande sviluppo anche nel settore della pulizia industriale per gli indubbi vantaggi che offre rispetto all'acquisto. Specialmente per le imprese di pulizia che possono tarare i loro investimenti sulla durata, sempre più breve, degli appalti ma anche per l'utilizzatore finale che si toglie così tanti dei problemi legati alla gestione della macchina. Tutto questo naturalmente a patto che il servizio di noleggio sia fatto in modo professionale con disponibilità concreta di macchine nuove o comunque di garantita efficienza e un'adeguata capacità organizzativa, cose non scontate nel panorama delle offerte di noleggio oggi in



atto in Italia. Scontato lo è certamente per due aziende come RCM e ASSMO che operano in simbiosi da oltre trent'anni, una costruendo e l'altra noleggiando e assistendo le macchine. Se poi a questo aggiungiamo che RCM ha sempre privilegiato robustezza e af-

fidabilità nel concepire ogni suo prodotto, si può affermare che una macchina RCM noleggiata con l'assistenza diretta o indiretta di ASSMO metta il cliente utilizzatore nella certezza di aver fatto una buona scelta.

[[www.assmo.it](http://www.assmo.it)]

70  
GSA  
GIUGNO  
2015

## Injenia e Google Apps for Work: porta il futuro nella tua azienda

Injenia società di consulenza e fornitura di servizi tecnologici, con una clientela eterogenea composta sia da enti pubblici che privati, offre la possibilità di implementare, personalizzare e integrare soluzioni ad hoc per le singole aziende. Un esempio sono le Google Apps for Work, un pacchetto di soluzioni, come: Gmail, chat, video conference, calendari condivisi, archivio documentale e altro ancora, che migliorano lo scambio d'informazioni e la comunicazione nell'azienda.



**injenia**

tà della rete tramite gli oggetti utilizzati, si possono monitorare il loro funzionamento, comandarli a distanza, elaborarne dati ed estrarne informazioni tramite statistiche e previsioni. Injenia ha realizzato nello specifico, diverse soluzioni per il settore dei servizi per la pulizia professionale, che offrono la possibilità di tracciare gli

interventi e supportare gli operatori tramite l'utilizzo dei Google Glass e la creazione di percorsi nelle strutture integrando virtual tour e segnali dal contesto. Cosa cambia rispetto alle soluzioni tradizionali? L'azienda in poco tempo può migliorare la propria efficienza e sviluppare di conseguenza, maggiori possibilità sul mercato con costi nettamente inferiori.

[[www.injenia.it](http://www.injenia.it)]

Google for Work  
Partner  
Premier

## Lavasciuga pavimenti Optima



**Optima** offre grandi prestazioni: è adatta sia alla pulizia profonda di pavimentazioni industriali che alla pulizia di manutenzione di superfici più delicate, come in grandi centri commerciali. È disponibile anche in versione spazzante, per raccogliere piccoli rifiuti solidi.

È potente, grazie al doppio motore di aspirazione, e silenziosa per poter lavorare anche in presenza di pubblico senza disturbare. È semplice e comoda, per aiutare l'utilizzatore ad ottenere i migliori risultati.

**Comac ha realizzato  
una nuova lavasciuga pavimenti:  
adatta ad ogni ambiente, anche il più difficile.  
È la soluzione ideale per la pulizia  
di ampie superfici commerciali**

Ottimizza il consumo  
delle risorse



Scopri Optima 85/100 B - 90 S  
sul sito [www.comac.it](http://www.comac.it)





Oiè Essenza  
è inconfondibile

Affidati alla qualità  
di Oiè Essenza,  
perchè Oiè Essenza  
è unica e vale di più!



**Oiè ESSENZA**  
L'eccellenza della detergenza professionale

Disponibile in  
24 inimitabili  
fragranze



Via Vigili del Fuoco Caduti in Servizio, 14/s  
70026 Modugno (BA) - Italy  
Tel. +39.080.5035348 - Fax +39.080.5008545  
[www.rubinochem.it](http://www.rubinochem.it) - [info@rubinochem.it](mailto:info@rubinochem.it)

MADE IN ITALY



[www.rubinochem.it](http://www.rubinochem.it)