

N.6

GIUGNO 2017

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

postatarget
magazine
D00095538
NAZ185/2008
Posteitaliane

IMPRESSE & DEALERS

MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

TERZA PAGINA

pulire 2017
imprese nella storia
25 anni ecolabel
amia e volontariato

GESTIONE

indagine afidampcom
ecolabel detergenza
galassia dei servizi
dati europei pulizia

SCENARI

rischio infettivo
1° trofeo henry hunger
european cleaning days

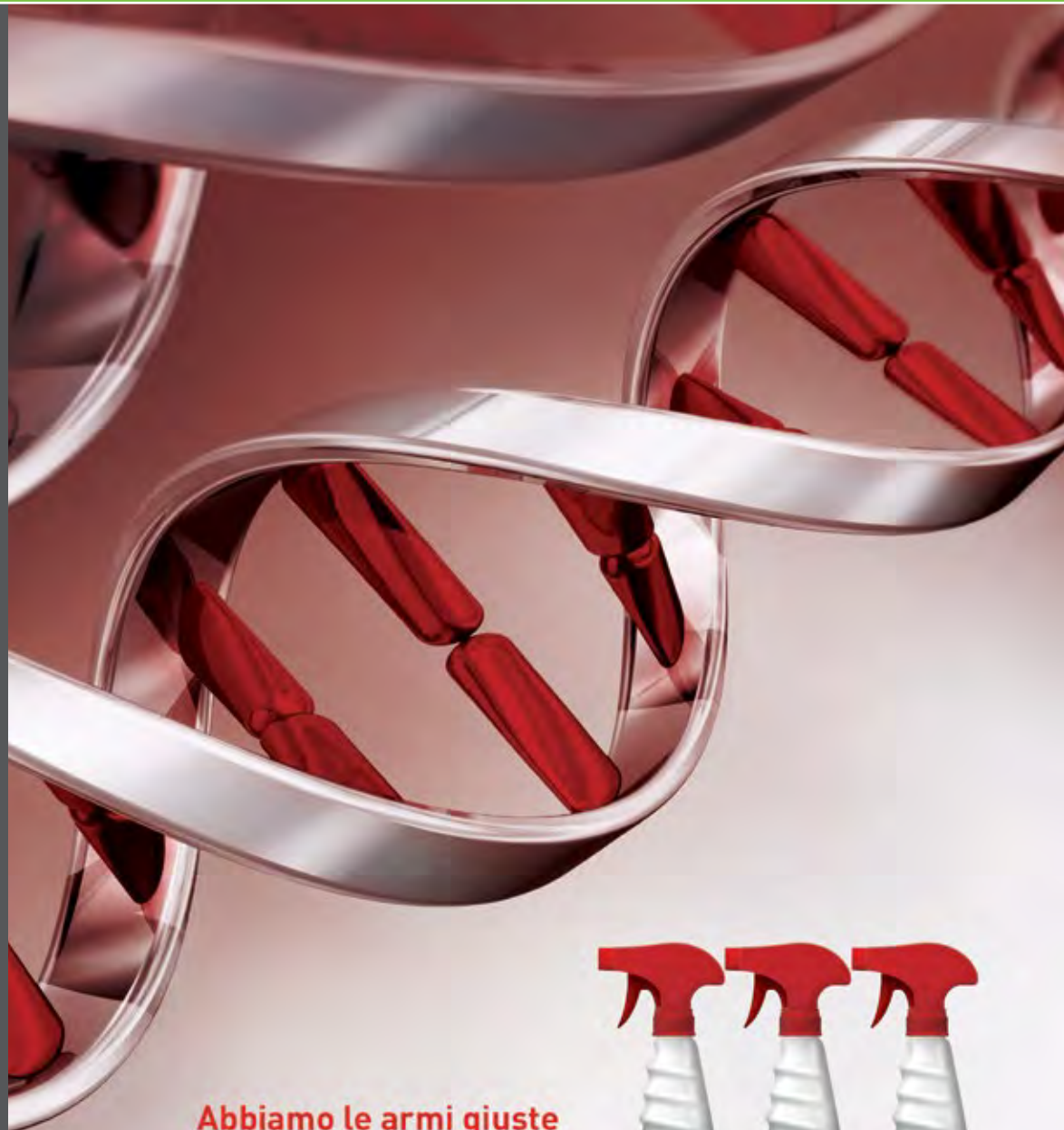
TECNOLOGIE

premio innovazione
ecolabel awards



www.gsanews.it

EDICOM



**Abbiamo le armi giuste
per combattere i batteri.**

Presidi Medico Chirurgici per uso professionale.



Zero

natural force



SCOPRI UNA VERA F



L'EVOLUZIONE NATURALE DELLA GAMMA

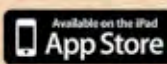
Sutter Professional, **da sempre attenta al rispetto dell'ambiente e della persona**, ottimizza la sua gamma di prodotti con la **linea Zero**, rendendoli ancora **più efficaci e naturali** grazie all'utilizzo di formule innovative a base di **materie prime di origine vegetale**. Una linea **completa** in grado di garantire all'operatore professionale la possibilità di effettuare **la pulizia di ogni tipologia di superficie ed ambiente**.

Efficacia, facilità di dosaggio e costo in uso sostenibile sono le caratteristiche della nuova linea Zero, che permettono l'impiego di una **ridotta quantità di prodotto** per ottenere elevate prestazioni. La linea Zero non è solo pulizia delle superfici ma **anche disinfezione e igiene personale** (pulizia mani).



www.zero.sutterp

www.sutterprofessional.it
professionalitalia@sutter.it



RI LA NUOVA LINEA ZERO FORZA PULENTE DELLA NATURA!



NATA DALLA RICERCA E DALL'INNOVAZIONE

- COMPLETAMENTE BIODEGRADABILE*
- SENZA NICKEL, COBALTO E CROMO**
- SENZA ALLERGENI***
- SENZA PARABENI
- DERMATOLOGICAMENTE TESTATI
- NON CLASSIFICATI COME PERICOLOSI****

professional.com

Sutter
PROFESSIONAL

Hi-cleaning Solutions

*I tensioattivi presenti nei prodotti sono facilmente e rapidamente biodegradabili in base al Reg. 648/2004/CE - **Senza nickel, cobalto e cromo (< 0,01 ppm)
Contiene profumi senza allergeni (Reg. 648/2004/CE) - *Classificazione valida solo per la gamma Zero e non per la Zero extra

MMg

COMPACT RIDE-ON
SCRUBBER



Benvenuto nella dimensione del pulito 4.0!

MMg riflette perfettamente i principi dell'Industria 4.0, per la combinazione di diverse innovazioni, il design intelligente e la connettività.

Con i nuovi sistemi iD – Intelligent Drive e Fimap Fleet Management tutto diventa intuitivo, facile e veloce come usare uno smartphone.



USER FRIENDLY EXPERIENCE

L'operatore può interagire con la macchina in un modo completamente differente, attraverso un display touch-screen.



MANUTENZIONE PREVENTIVA

Controlla lo stato di salute della tua macchina da remoto dove vuoi e quando vuoi!








LE TECNOLOGIE CHE RIDUCONO IL COSTO PER METRO QUADRO PULITO



Le tecnologie sostenibili Fimap rispettano l'ambiente e coinvolgono anche l'utilizzatore nell'uso responsabile delle risorse, offrendo una riduzione del costo del m² pulito, maggiore autonomia di lavoro, risparmio di tempo, migliori risultati di pulito.



FIMAP®

www.fimap.com     



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

Organizzazione certificata O.C.B. Italia ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007

Numero Verde
00800-05070000

È ARRIVATO KUBI PRO IL SISTEMA DI CARRELLI MODULARE



Soligena presenta un esclusivo sistema di carrelli con struttura carenata provvista di spazi chiusi aggiuntivi rispetto ai carrelli tradizionali. La combinazione di diversi materiali garantisce un prodotto di qualità dai costi contenuti.

- ✓ **Eleganza**
Estetica raffinata grazie ad un design dalle linee semplici e moderne.
- ✓ **Resistenza**
Montanti in alluminio, viterie ed elementi sottoposti a maggiore sforzo in acciaio inox.
- ✓ **Leggerezza**
La struttura in plastica rende i carrelli resistenti e al contempo molto leggeri.
- ✓ **Maneggevolezza**
Ruote di grandi dimensioni montate su cuscinetti per i percorsi più impegnativi.



Configura il tuo carrello

Gli stessi componenti vengono combinati per ottenere modelli diversi, per ogni area di utilizzo



WWW.CLEANANDCARE.IT

 **Clean & Care**
BY SOLIGENA

Dual Clean

**Dosaggio perfetto
a portata di mano!**



**RICHIEDI
L'OFFERTA
SPECIALE
LANCIO
al**

0471 954558

- ✓ **Risparmio in denaro:** fino al 50%
- ✓ **Diluizione integrata precisa:** senza sprechi e senza errori
- ✓ **Igiene:** prodotto e acqua si mescolano solamente all'azionamento del trigger, garantendo un prodotto diluito sempre integro, fresco e incontaminato.
- ✓ **Super-concentrato:** risparmio di spazio di stoccaggio
- ✓ **Sicurezza per l'utilizzatore:** non eroga prodotto senza il flacone d'acqua inserito o se il flacone d'acqua è vuoto
- ✓ **Comodo e pratico:** il flacone si inserisce senza avvitare

**1 Dual Clean super-concentrato 330 ml
vale ca. 7 flaconi 750 ml pronto uso**



HYGAN
ENJOY VALLE

Since 1963

HYGAN GmbH - Srl
A. Meucci Str. 5 - Via A. Meucci, 5 - I - 39055 Leifers/Laives (BZ)
Tel +39 0471 954 558 - Fax +39 0471 953 882
www.hygan.eu - info@hygan.eu

A company from
südtirol

IMPRESE & DEALERS



INSERTO

ULTIM'ORA

- 27** Lotti più piccoli, tracciabilità totale: Consip pensa alla "riprogettazione"
[di **Simone Finotti**]

Gli articoli dedicati a Pulire 2017 sono realizzati a cura della redazione

TERZA PAGINA

- 29** Pulire 2017, la "fiera oltre la fiera"
- 32** Premio agli associati storici: Afidamp apre l'album dei ricordi
- 34** Un quarto di secolo di Ecolabel UE: ma è solo un punto di partenza!
- 36** Amia e le associazioni di volontariato insieme per Pulire Verona

GESTIONE

- 38** I dealer del cleaning.... visti da vicino
- 42** Tra nuovo ecolabel e codice degli appalti (corretto): quali ricadute per il cleaning?
- 44** Presentata a Verona la "galassia dei servizi" atto secondo
- 46** Feni fa il punto sul cleaning europeo

SCENARI

- 48** Anche la sanità protagonista a Pulire 2017
- 52** Tutti pazzi per i window cleaners al 1° trofeo Henry Unger
- 54** Ripartono gli European Cleaning Days

TECNOLOGIE

- 56** Taski Swingobot 2000 vincitore assoluto: un robot sul tetto dell'innovazione
- 60** Ecolabel Awards, così il marchio UE festeggia il quarto di secolo

ATTUALITÀ **5**
AFFARI E CARRIERE **65**

CARNET **66**
ORIZZONTI **67**

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-dicembre), aziende sanitarie e comunità (aprile-settembre), industria e grande distribuzione (luglio-ottobre).

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica
Certificazione B2B - Per il periodo 1/1/2016-31/12/2016
Periodicità: MENSILE - Tiratura media: 5.517 - Diffusione media: 5.364
Certificato CSST n. 2016-2592 del 2/3/2017 - Società di Revisione: METODO srl

"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 Amoroso 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



© Copyright EDICOM srl - Milano

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

Orbot™ SprayBorg:
una macchina sola, TUTTI I PAVIMENTI!

VISTA A
PULIRE
THE SMART SHOW



Con Orbot™ SprayBorg, puoi pulire tutti i pavimenti con una macchina sola, utilizzando l'azione meccanica combinata di moto rotatorio e orbitale, senza l'uso di prodotti chimici.
Mettila alla prova: sarai più efficiente e veloce, senza fare fatica.



GLI SPECIALISTI DELLE MACCHINE PER LA PULIZIA

Richiedi una dimostrazione gratuita:
800.128.048 - www.iscsrl.com

Hygan, la qualità che paga sempre!

Fresca di menzione speciale agli Ecolabel Awards del 25esimo, consegnati a Pulire, la Hygan si conferma una delle realtà italiane più attente non solo alla qualità e all'efficacia dei formulati, ma anche al rispetto per uomo e ambiente. Parola dell'AD **Norbert Gummerer**.

Come va il mercato?

“Anche se l'Italia ha passato un periodo di crisi, Hygan ha registrato una notevole crescita nel fatturato e nella struttura. Abbiamo una storia consolidata nell'Horeca e con le imprese in Trentino Alto Adige e all'estero, dove collaboriamo con diversi rivenditori. Lavoriamo con alberghi e resort di pregio, dove la qualità è strategica. Ed è proprio quest'ultima che ci ha permesso di crescere: spendere meno non significa risparmiare, anzi è proprio il contrario”.

Nel 2016 Hygan ha viaggiato forte...

“E' stato un anno di grandi novità. Nuove assunzioni, nuovi progetti. Ora abbiamo una filiale in Austria, area in cui ci stiamo inserendo con rapidità. Abbiamo arricchito il laboratorio con nuovi strumenti all'avanguardia, per garantire la migliore qualità sin dalla materia prima. Siamo stati i primi a introdurre il marchio “Dermatologicamente testato” su diverse referenze”.

E il futuro?

“Le prospettive sono rosee, perché una delle armi più forti dell'Italia è proprio il turismo. Noto con piacere come diverse iniziative siano volte a migliorare la qualità e l'offerta nell'hospitality, dove la pulizia e l'igiene sono fondamentali”.

Quali sono i segmenti di mercato clienti e le zone più attive per voi?

“La zona in cui siamo più radicati è il Trentino Alto Adige, dove lavoriamo dal 1963. Ma contiamo anche sulla collaborazione di partner in Germania, Austria, Nord e Centro Italia, e in alcuni Paesi dell'Est”.



Come ha trovato la fiera Pulire?

“Pulire 2017 è stata la miglior esperienza fieristica nella nostra storia. Da una parte perché l'azienda ha raggiunto un grado di maturità che le permette di fare quel passo in più, dall'altra parte il progetto di internazionalizzazione del marchio Pulire ci ha permesso di incontrare letteralmente il mondo intero. Emirati Arabi, Australia, Romania, Bulgaria, Singapore, Svezia... ma il vero lavoro inizia ora, per coltivare ogni contatto”.

Avete presentato novità?

“Ci siamo spesi moltissimo nel lancio di un nuovo prodotto, anzi, di un nuovo concetto di prodotto: il sistema di diluizione automatica e integrata DUAL CLEAN, un trigger pronto uso che permette di mischiare un prodotto superconcentrato con semplice acqua da rubinetto alla diluizione precisa veicolata dal sistema Venturi. Ogni spruzzata è una dose perfetta di prodotto alla giusta concentrazione che garantisce elevate performance di pulizia.”

Hygan è nota per perseguire una politica di qualità ed eccellenza nella ricerca e nella produzione. È una scelta che continua a pagare?

“Certamente. E' una vera e propria filosofia che siamo orgogliosi di portare avanti. I nostri chimici R&S hanno il compito di ricercare la formulazione migliore per ogni prodotto. I concentrati sono formulati in modo che ne basti davvero poco per risultati eccellenti. Ogni materia prima e formulazione viene rigidamente testata internamente. Le nostre ricette contengono numerosi principi attivi, ognuno con un compito specifico per elevare al massimo le performan-



ce di prodotto. Diversi prodotti vengono testati anche in laboratori esterni, come il lucido protettivo GLANZLACK che riduce del 90% la carica batterica. Non a caso viene utilizzato in diversi ospedali”.

Parliamo di rispetto dell'ambiente.

“Da sempre ci distinguiamo per la rinuncia a componenti chimici dannosi per l'ambiente e per la scelta di utilizzare materie prime rinnovabili, nonché materiali di imballaggio riciclabili. Fin dall'inizio abbiamo dato massima priorità al profilo ecologico dei prodotti, migliorando e rinnovando continuamente l'intera gamma dal punto di vista della sostenibilità ambientale, dell'efficacia e degli standard internazionali di sicurezza. La nostra linea ECORAIN è certificata Ecolabel e il 2017 riserverà un'altra importante novità: il primo sistema laundry professionale certificato Ecolabel in Italia, il nostro marchio ECOLAUNDRY”.



Perché un'impresa dovrebbe scegliere Hygan?

“Domanda trabocchetto! Scherzi a parte, mi sento di dire che Hygan ha costruito qualcosa di importante, per soddisfare i clienti, ma anche proporre soluzioni. Siamo tra i pochissimi produttori con un laboratorio tecnologicamente avanzato in Italia, e un team di chimici e tecnici giovane e dinamico, pronto a intervenire per ogni singola esigenza. E questo paga!”

[www.hygan.it]

Il nuovo volto di We Italia



Pistoiese, 38 anni, **Simone Bertocci** è il nuovo direttore generale di We Italia. Entrato in carica lo scorso settembre, ha al suo attivo una lunga esperienza in Lucart dopo essersi “fatto le ossa”, fin da giovanissimo, in altri settori come quello del vino e dell’elettronica, lavorando molto all’estero, soprattutto fra l’Inghilterra e la Spagna.

Nuovi volti, nuove vision e strategie

È lui il volto nuovo di We Italia, l’uomo scelto per il “nuovo inizio” del Gruppo, che in questi ultimi mesi ha intrapreso un cammino di trasformazione che parte da una rinnovata immagine, più semplice, lineare e snella, e mira a svilupparsi commercialmente ponendosi sul mercato come una società di consulenza e distribuzione di servizi, sistemi e soluzioni a tutto tondo. Ed è lui a riceverci nella sede di Bologna, accanto alla responsabile acquisti **Tiziana Maiello**, che invece in We Italia c’è fin dalla costituzione, nel 2012.

L’identikit di We Italia

Nonostante la sua costituzione sia relativamente recente, We Italia assomma le esperienze di professionisti attivi nel settore da anni, spesso da decenni, dalle Alpi alla Sicilia. Ed è un nome ben noto nel settore del cleaning. “Ad oggi – illustra Bertocci – We Italia raggruppa 34 soci e 3 concessionari, con un fatturato che, sommato, si aggira intorno ai 136 milioni di euro, con una copertura molto importante del territorio italiano. Abbiamo ancora delle aree da sviluppare, come la Campania, il Lazio e l’Emilia.

La selezione di nuovi soci è basata sulla scelta di strutture che credono nel progetto e che hanno la volontà di seguire le strategie del gruppo. Le aziende con le quali inizieremo un percorso, avranno la possibilità di usufruire di condizioni e vantaggi a cui difficilmente potranno rinunciare.

Non un semplice “gruppo d’acquisto”

Non si deve però cadere nell’errore di pensare ad un semplice “gruppo d’acquisto”: “We Italia è molto di più, e molto altro – interviene Maiello-. Certo, è ovvio che con noi si accede ad un determinato potere contrattuale nei confronti dei fornitori. Abbiamo una trentina di partner contrattualizzati e non apriamo certo le porte a tutti. Al contrario, operiamo una selezione molto attenta e inseriamo fornitori solo dove il gruppo merceologico ed il mercato ne richiedano la presenza”.

Consulenti del pulito

“Il percorso di crescita che stiamo facendo va proprio nella direzione di non sviluppare soltanto gli acquisti, infatti ci stiamo proponendo sul mercato come una realtà commerciale a tutto tondo, ribadisce Bertocci, che attraverso una consulenza professionale identifica le reali necessità del cliente e offre le risposte più vantaggiose dopo aver analizzato attentamente le offerte dei produttori ns partner. Una vera e propria alternativa per i grandi utilizzatori finali”.

Visioni e strategie molto chiare

La visione di Bertocci è molto chiara: “Il punto è che il mercato sta cambiando, avremo presto dei nuovi player concorrenti di caratura internazionale. La distribuzione del prodotto fine a se stessa produce ben poco valore aggiunto, e sono gli stessi clienti finali con presenza a carattere nazionale o interregionale che cercano sempre più partner di pari dimensione con cui dialogare”.

Un cambiamento già evidente

Il cambiamento di We Italia è evidente: “Oggi, oltre ad avere 37 magazzini da Trento a Palermo, per noi è importante riuscire a garantire un servizio specifico per le esigenze di ogni singola struttura affiliata ad un gruppo d’acquisto, franchising (o qualsiasi altra forma di aggregazione), ovunque si trovi. Abbiamo la possibilità di poter contare sull’eccellenza in ogni zona d’Italia. Quello che stiamo facendo in questo momento è seguire l’evoluzione del mercato, cercando di anticiparla il più possibile. E posso dire che oggi, il “fare gruppo non è più facoltativo per poter restare sul mercato e potersi sviluppare”. Tutto ciò senza ovviamente perdere il connotato di “territorialità”.

“Con Dhys è iniziato un nuovo cammino”

Importantissimo è il cambio di passo in chiave europea, segnato dal recente ingresso nel nuovo gruppo continentale Dhys, una grande rete di professionisti del pulito che annovera realtà in Gran Bretagna e Irlanda (Socius), Francia (Geh), Germania – Austria e Svizzera (Gvs), Spagna e Portogallo (Dino), Slovenia (Europap) e Bosnia-Erzegovina (Eurosan). “Facciamo parte del gruppo da gennaio 2016, da ottobre siamo entrati a fare parte del board. L’ingresso in Dhys segna veramente, per noi, l’inizio di un nuovo cammino”.

“Rivoluzioni” all’orizzonte...

Ma non è finita, e a questo punto Bertocci gioca l’asso e ci mette non poca curiosità... “Sono in cantiere progetti che potrebbero cambiare completamente il volto attuale di We Italia, come costituito ad oggi”. Di più non si può dire. Quello che si può fare è cercare di esserci a Bologna, hotel Savoia, l’11 e 12 ottobre prossimi, quando è in programma l’evento-Weworkshop con oltre 200 professionisti e importanti contenuti formativi.

VDM si rinnova, per i dealer e per le imprese



Partiamo dalla storia: all'ultimo Pulire, la VDM, storica azienda produttrice di attrezzature per il cleaning professionale, ha visto premiato il suo lungo impegno nel settore con il prezioso riconoscimento "Imprese nella storia", consegnato da Afidamp alle aziende che, nel 1981, hanno contribuito a fondare l'associazione, e che oggi sono ancora attive.

Rinnovamento e attenzione ai rivenditori

"Un premio che ci fa molto piacere, perché rende merito alla passione e, lo dico senza esagerare, all'attenzione maniacale con cui progettiamo, sviluppiamo e mettiamo in commercio ogni singolo prodotto. Ora però, proprio perché VDM è un'azienda ancora attiva e molto riconosciuta dal mercato, è tempo di guardare avanti". A parlare è il direttore generale **Loris Giustetto**, che da alcuni anni, di concerto con la proprietà (VDM resta una realtà familiare, profondamente legata alle proprie

radici), sta guidando un cammino di rinnovamento che ha preso avvio dall'immagine stessa dell'azienda. "Guardiamo soprattutto ai nostri rivenditori, che abbiamo sempre considerato il nostro primo valore e d'ora in avanti troveranno in noi un supporto ancora più forte in termini di nuovi prodotti, soluzioni innovative, formazione e aggiornamento della forza vendita, affiancamento e, non ultimo, prezzi competitivi. Li invitiamo a crescere con noi: a questo scopo abbiamo inserito anche un nuovo tecnico commerciale per supportare i rivenditori".

Le novità di Pulire

Pulire è stato un palcoscenico importante per "chiudere il ciclo" e presentare un paio di importanti novità. "La nostra logica è quella di sviluppare prodotti utili, intuitivi, rispettosi dell'ambiente e dell'operatore. Per noi il carrello deve avere una grandissima capacità di carico in dimensioni ridotte, e ogni cosa deve essere facilmente raggiungibile. Rivolgendoci alle imprese, sappiamo bene che per loro il tempo è denaro. E c'è di più: le nuove ingegnerizzazioni ci hanno anche permesso di realizzare economie che intendiamo utilizzare per supportare i nostri rivenditori".

Una stazione di lavoro compatta

Un esempio è il carrello IdeaTop Serie 100, una stazione di lavoro compatta, ergonomica e innovativa. Ogni componente è ordinato per garantire la massima funzionalità e risparmio di tempo e fatica: i cassettei da 20 e 30 litri apribili nelle due direzioni (con sistema antisfilamento), le dotazioni per la pulizia in codice-colore, lo spazio per la bobina e per le veline, il vano per sacchi di immondizia e detergenti, il portamanico per aggancio scope, il reggisacco con separatore per differenziata, il supporto per pannello segnalatore, il tutto pensato per aiutare l'operatore a minimizzare i movimenti e curato nei minimi dettagli".



Il sistema Touch Free

Ma c'è anche un altro asso nella "manica" di VDM: il rivoluzionario sistema Touch Free, per la sanità: "Fino ad oggi gli operatori erano costretti a maneggiare la frangia sporca per sganciarla dal telaio. Con questo sistema, grazie all'innovativo telaio e a speciali alette, le frange vengono agganciate in un solo colpo senza chinarsi e senza toccarle, e alla fine del lavoro si sganciano direttamente nel secchio evitando il contatto con le mani e il rilascio di sporcizia. Ciò garantisce un lavoro più veloce e pulito e una sensibile riduzione del rischio di contaminazioni crociate". Da non perdere il video del sistema, facilmente raggiungibile dal sito www.vdm.it. VDM, intanto, sta investendo molto anche sull'estero, con un nuovo area manager, e sulla parte informatica, con un sito internet nuovo e accattivante.

[www.vdm.it]



Icefor: il futuro si scrive “networking company” e si legge “capacità di fare rete d'impresa”

La sfida competitiva dei prossimi anni sarà centrata sull'innovazione, sulla produttività, sulla capacità di sviluppare portafogli di prodotto e servizi ecosostenibili e sul divenire player globali. In un tessuto economico come quello italiano, costituito da PMI, la questione non appare semplice e la risposta ancora da costruire, sebbene strutture organizzative quali quelle dei distretti industriali siano state e sono un riferimento importante per la costruzione di reti d'impresa. Esiste anche uno strumento giuridico quale il “Contratto di rete” che favorisce le aggregazioni, ma sembra che molte volte a determinare la spinta propulsiva sia solo la ricet-

ta dell'individualismo e del sogno “piccolo è bello”. In Icefor, senza concessioni a velleitari smi strategici ed in assenza delle condizioni base per l'esistenza di un distretto industriale, riteniamo che la crescita non possa essere più figlia delle sole capaci-

tà delle singole aziende e che le collaborazioni e le partnership non siano più rimandabili. Competere con i grandi player e con le multinazionali è materia di vitale importanza e la risposta non può che risiedere nella definizione di alleanze con altri soggetti economici e giuridici che condividano lo stesso orizzonte strategico e le opportunità che ne derivano. Costruire le alleanze, con qualche cessione di sovranità sui progetti comuni, significa sviluppare ed estendere il concetto di integrazione e di complementarietà allo scopo di intercettare, attraverso l'innovazione, la domanda che altrimenti sarebbe a solo ed esclusivo appannaggio dei grandi. Fare rete non significa parlare il solo linguaggio dell'integrazione tra aziende. Significa, soprattutto, estende-

re in modo strutturale la relazione con l'ambiente socio-economico-culturale circostante, in primis gettando un solido ponte con le università, traguardando l'obiettivo della crescita di know how e della capacità d'investimento in innovazione delle aziende. Vecchi e nuovi termini affollano i nostri discorsi: networking company, collaborative working environment, co-design, etc etc, adesso è giunto il momento di “mettere a terra” pragmaticamente alcuni progetti. Icefor parte da Pulire intraprendendo una strada basata su un modello di collaborazione che, ancorché distante dall'ideale obiettivo di rete, può considerarsi una prima apertura. Siamo estremamente grati alle società Bellinzoni Srl, Bwt Srl e Giubilesi&Associati Srl che hanno aderito alla nostra proposta di iniziare un percorso diverso che ci metterà da oggi nelle condizioni di poter offrire ai nostri attuali e futuri clienti prodotti e servizi complementari ed integrativi alle nostre soluzioni esistenti.

Bellinzoni Srl



Fondata nel 1937 Bellinzoni sviluppa prodotti chimici per marmo, granito e pietre nobili (o naturali). Da sempre l'innovazione e la ricerca hanno guidato le scelte di carattere strategico, industriale e di sviluppo, privilegiando prodotti innovativi, semplici da utilizzare, rispettando l'ambiente e la salute. Una gamma di prodotti professionali per soddisfare a 360° le esigenze della propria clientela. La distribuzione capillare si sviluppa in oltre 80 paesi nel mondo, con filiali in Usa, Brasile, Medio Oriente e Asia. Bellinzoni è certificata ISO 9001, ISO 14001 OH-SAS 18001. www.bellinzoni.com

BWT Water+More



E' la società leader in Europa nella tecnologia dell'acqua, con 2800 dipendenti, migliaia di collaboratori esterni e una Ricerca e Sviluppo all'avanguardia per nuovi processi e materiali indirizzati alla creazione di nuovi prodotti ecologici ed economici. Presente ovunque si tratti di acqua, sia essa all'ingresso della linea di un edificio sia al punto di prelievo, i rivoluzionari prodotti BWT sono famosi nel mercato Ospitalità-Ristorazione-Distribuzione perché sono in grado di fornire soluzioni per ogni livello di qualità dell'acqua potabile e di soddisfare praticamente tutte le esigenze di pulizia, igiene, affidabilità, ecologia ed economia connesse all'uso dell'acqua. www.bwt.it

Giubilesi & Associati



E' partner globale nella consulenza gestionale e nei servizi specialistici integrati per Imprese, Enti ed Associazioni che operano nella filiera alimentare, nella ristorazione e nell'industria dell'ospitalità. G&A è un network di professionisti, laboratori e Istituti accreditati i cui interventi sono orientati alla riqualificazione dei processi e al miglioramento dei servizi nelle aree di: Consulenza Direzionale, R&S, Sicurezza Alimentare, Alimentazione e Nutrizione, Sicurezza sul Lavoro, Audit integrati etc etc. G&A è certificata ISO 9001; Organizzazione e Gestione conforme al D.lgs. 231/01; Servizi di Istruzione e Formazione Professionale Regione Lombardia N° 980/16. www.giubilesiassociati.com

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



Con Kärcher il futuro del cleaning è già qui... ed è connesso!

“Connected cleaning”, ovvero “pulizia connessa”. E’ il claim che, da oggi in poi, dovremo associare a Kärcher Professional. Perché “il futuro è già qui”, dicono dalla multinazionale tedesca, e il cleaning professionale è pronto ad accoglierlo con un software innovativo in grado di collegare tutta l’infrastruttura macchine e procedure, lavorando in completa sinergia. E’ verso la fine del primo giorno di Pulire, nella serata del 23 maggio, che ci affacciamo nel bellissimo stand giallonero costruito intorno a un tema scandito a chiare lettere: “Se hai un obiettivo, ti aiutiamo a raggiungerlo”.

La svolta 4.0

Per capirci qualcosa di più, niente di meglio che scambiare due parole con **Giovanni Probo**, Amministratore Delegato di Kärcher Italia. “Negli ultimi tempi – dice – abbiamo intrapreso un deciso cambio di marcia, nell’ottica del 4.0 e della fornitura di servizi globali per la pulizia. Da produttori oggi siamo molto più vicini al cliente finale, e ci siamo resi conto che non tutte le imprese sono in grado di gestire nella maniera più efficiente i processi di pulizia. E così, dopo esserci concentrati sulla messa a punto di prodotti affidabili, innovativi e di alta qualità, ora ci stiamo rivolgendo in special modo al processo del cleaning nel suo complesso, per supportare le imprese nell’organizzazione e ottimizzazione del servizio di pulizia. Lo stiamo facendo, da par nostro, in modo innovativo, cercando di sfruttare tutte le enormi potenzialità del 4.0”. Non a caso, insieme ad Air Purifier Afg 100, tra i finalisti del Premio Innovazione di quest’anno c’era anche una seconda proposta Kärcher, ossia proprio “Connected cleaning”.

“Connected cleaning”

Ma di che cosa si tratta? “In modo molto semplificato, e anche un po’ riduttivo, si può dire che parliamo di un software gestionale che ha lo scopo di tenere sotto controllo il processo di

pulizia e sanificazione – dalle macchine all’attività del personale addetto, che nel cleaning rimane fondamentale – rendendolo semplice, facile e veloce e permettendo una verifica puntuale del risultato. Tre sono gli assi portanti: sistemi, tempistiche, metodologie. Con il Connected Cleaning abbiamo sviluppato un portfolio prodotti digitale in cui tutti gli elementi collaborano armoniosamente. In un primo tempo abbiamo inserito due grandi prodotti digitali su una stessa piattaforma: Kärcher Fleet e Kärcher Eco!manager (oggi Manage): uniti in un unico software, questi programmi lavorano in totale armonia e sinergia: pulizia manuale e macchinari, luoghi e stanze da pulire, pianificazione, statistiche, assistenza: tutta l’infrastruttura è contenuta in un solo software.”

Possibilità illimitate

Il sistema Kärcher è un passo decisivo verso l’interconnessione del futuro. I due prodotti che compongono il Connected Cleaning, Kärcher Fleet ed Kärcher Manage, lavorano in sinergia ma possono comunque essere usati separatamente. Il login e l’interfaccia sono le stesse, quindi l’utente ha accesso alla panoramica centrale. La combinazione offre un vero valore aggiunto quando si tratta di implementare compiti ed attività: il potenziale risparmio economico che si crea è evidente. Inoltre il sistema, essendo pensato per razionalizzare i processi, diminuisce il carico di lavoro e aiuta nella gestione lasciando all’utente la facoltà decisionale.

Soluzione per il controllo delle flotte e della pulizia manuale

Kärcher Fleet è una soluzione professionale, futuristica e all’avanguardia per il controllo delle flotte: sulle nuove lavasciuga B 40, B 60, B 95 RS, B 120 e B 150 viene montata in dotazione di fabbrica una unità di controllo telematica (TCU), che rappresenta la base del Connected Cleaning. Le lavasciuga più datate o quelle di

altre aziende possono essere riepuppagiate. La TCU registra i dati e li trasmette al sistema digitale di gestione dati che funziona come un cloud. L’assegnazione macchina-account è automatica. Inizia così l’avventura dell’era digitale.

I vantaggi

Kärcher Fleet assicura molti vantaggi, tra cui: pianificazione migliorata ed indicazione sull’efficienza; notifiche in tempo reale su smartphone in caso di ritardo dei lavori; monitoraggio continuo dello status delle macchine; avviso immediato nel caso in cui una macchina non funzioni; valutazione della vita lavorativa delle macchine; richiesta assistenza rapida ed automatica; anti-furto grazie alla geo-localizzazione; ottimizzazione di prodotti, costi e qualità. E non è tutto: grazie a Kärcher Manage, versione migliorata del famosissimo Eco!manager, si ha la possibilità di avere sempre sotto mano lo stato attuale dell’attività in modo completo e aggiornato: pulizia manuale, tempistiche lavorative, controlli e danneggiamenti di oggetti. Tutti i dati importanti vengono caricati online e rimangono a disposizione all’infinito sul cloud.

[www.kaercher.it]



Tork PeakServe[®], innovazione “a ciclo continuo”

Nei tre giorni di Pulire era difficile non notare il brillante “electric blue” di Tork, il brand del gruppo SCA distribuito in oltre 80 Paesi del mondo. Gruppo che ha annunciato un importante cambiamento societario mantenendo il nome SCA per la società focalizzata sul business forestale, e creando la società Essity per il business del reparto igiene e salute. La fiera è stata la migliore vetrina per la presentazione, in anteprima mondiale, di Tork PeakServe[®], un rivoluzionario sistema per l’asciugatura delle mani pensato per le aree ad alto traffico.

Grandi flussi di utenti? Nessun problema per i bagni Tork!

Il sistema, destinato a “fare scuola”, si caratterizza per un’innovativa tipologia di asciugatura

so che ben un utente su tre dei locali ad alta frequentazione, evitando di andare in bagno, limita anche la quantità di ciò che mangia e beve. Un comportamento che può avere un effetto devastante per il business della struttura. Numeri su cui pensare, senza dubbio.

Scopriamo qualcosa di più

Nel padiglione 2, lo stand E2 dell’azienda era sempre superaffollato, tanto che non è stato facile nemmeno trovare uno spiraglio per entrare. Ci siamo riusciti e ne è valsa la pena, perché proprio qui abbiamo incontrato **Luca Amato**, Marketing Director Tork, Region South, e **Riccardo May**, Senior Product Manager. Tork “PeakServe[®] -ha puntualizzato May- è in apparenza un sistema semplice ma in realtà ha alle

spalle una grandissima tecnologia. La sua realizzazione ha richiesto ben 8 anni dal momento in cui è stato ideato ed è coperto da ben 17 brevetti sul dispenser più la proprietà intellettuale con un investimento economico molto consistente per la realizzazione di macchinari ad hoc, come ad esempio, quello per consentire la necessaria compressione delle risme di carta”.

zionare il mondo delle pulizie facendo risparmiare fino al 77% dei controlli sui dispenser consentendo agli operatori di concentrarsi su altre attività. I sensori integrati nei dispenser segnalano i livelli di ricarica e li trasmettono tramite applicazione cloud. Questa tecnologia consente di pianificare e semplificare le operazioni tradizionali, ridurre le ore di lavoro e i costi di manutenzione. Le sue potenzialità sono già state apprezzate in Italia, Francia, Germania, Inghilterra e Svezia, dove il sistema è già stato implementato”.

E’ un’ Italia “tecnologica”?

“Sono molto felice che Tork possa dare un contributo all’alfabetizzazione tecnologica del settore -interviene Amato-. Questo tipo di innovazioni fanno bene a tutto il comparto portando ad una professionalizzazione che era necessaria.” Ma a che punto siamo in Italia da questo punto di rispetto agli altri Paesi europei? “Il resto d’Europa è leggermente più avanti. Il digitale da noi è ancora percepito come prioritario solo in certi ambiti e fino a qualche anno fa era impensabile immaginare applicazioni tanto sofisticate utilizzate per il mondo della pulizia professionale. Sono certo però che questa tecnologia che risulta molto semplice ed intuitiva prenderà sempre più piede anche da noi”.

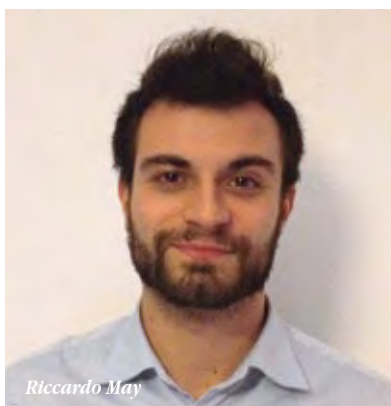
Quali strategie per il “cambio asset”?

Veniamo ora al recente cambio dell’asset societario: “Ricordiamo che all’interno del gruppo nel 2016 il business legato all’igiene era al 86% mentre quello legato al forestale si attestava al 14%. Il cambio di marchio - continua Amato- è ovviamente un momento delicato per ogni società ma quella della nostra azienda è una storia fatta di acquisizioni, per cui è un terreno che conosciamo e in cui sappiamo muoverci e grazie al supporto della nostra forza vendita e ad una comunicazione mirata faremo conoscere il marchio Essity.”

10
GSA
GIUGNO
2017



Luca Amato



Riccardo May

mano e unisce capacità senza precedenti con un metodo di erogazione unico: rapido e continuo, senza interruzioni, permette agli operatori di servire il 250% di ospiti in più tra una ricarica e l’altra. La caratteristica che lascia a bocca aperta è che ogni risma di asciugamani è un’unità continua di carta. Le risme sono collegate tra loro, grazie ad una tecnologia unica e brevettata. In questi mesi sono in corso i test e da settembre il prodotto sarà disponibile sul mercato. Nel corso dell’anteprima è stata presentata anche una interessantissima ricerca, commissionata da Tork, che ha coinvolto 3mila persone, e da cui è emer-

Dispenser 4.0 con EasyCube™

Tork ha segnato un importante cambio di passo anche in chiave 4.0, grazie a EasyCube™, un servizio in cloud hosting che raccoglie dati in tempo reale dai dispositivi collegati e li presenta mediante un’applicazione web, che è sempre May ad illustrarci. E’ facile da utilizzare e comprendere e fornisce una moltitudine di informazioni che guidano in tempo reale le attività degli addetti alle pulizie, esattamente nel posto giusto al momento opportuno. Ma quali sono i principali vantaggi per le imprese? “EasyCube™ con i suoi dispenser connessi può veramente rivolu-

Genesis Biosciences, biotecnologie al servizio del pulito



Genesis Biosciences è un'azienda da tempo impegnata nella ricerca biotecnologica che ha il suo quartier generale europeo nella splendida Cardiff, nel cuore del Galles, città giovane, dinamica, sede di antiche e prestigiose università e istituti di ricerca. Proprio da lì è volato a Verona il ricercatore PhD **Philip Caunt**, Scientific manager Europe nonché espertissimo di "cleaning biotecnologico", che ci accoglie allo stand insieme a **Claudio Cherubini**, Business manager che commercializza in Italia le innovative soluzioni Genesis e può vantare anch'egli un'esperienza ventennale nel settore.

Il futuro è Evogen Professional

Spiegano i due: "A Pulire" presentiamo una linea di prodotti nuova, che per noi rappresenta il futuro del modo di concepire la pulizia e la gestione delle strutture: parliamo di Evogen Professional, una gamma di prodotti in grado di assicurare un'efficacia ancor maggiore grazie a formulazioni concentrate e studiate per specifiche aree e relative problematiche." Cuore di tutto è il concetto di "long extending action: "I batteri – prosegue Caunt – hanno un tempo d'azione molto più prolungato rispetto ai sistemi tradizionali, perché per loro natura continuano ad agire finché trovano cibo. Che, nel nostro caso, è proprio lo sporco." Il principio è noto: le soluzioni biotecnologiche si basano sull'azione di batteri selezionati che aggrediscono la sporcizia e se ne nutrono: finché trovano le condizioni giuste, sopravvivono, inoltre creano biofilm in grado di proteggere le superfici trattate. Questo riduce le

frequenze di intervento, garantendo un ulteriore risparmio rispetto a quello legato all'uso di acqua e detersivi. Inoltre il prodotto arriva molto più in profondità, riuscendo ad agire anche in punti tradizionalmente molto difficili: come le fughe dei pavimenti.

"Un valore aggiunto spesso sottovalutato"

"In generale, si può dire che si tratta di prodotti ottimi per le superfici dure e non solo, il cui valore aggiunto è spesso sottovalutato. Non solo, infatti, la pulizia è più semplice, ma richiede minore o nulla azione meccanica e fornisce vantaggi economici che si toccano con mano". La gamma comprende nove prodotti: un detersivo biologico multiuso, uno per le superfici dure esterne, un disincrostante per bagni, uno shampoo per tappeti e rivestimenti, uno per il controllo odori, uno specifico per urinatoi, un detersivo per macchie su tappeti e rivestimenti, due prodotti forti per l'eliminazione di oli e grassi. Sono prodotti bio, quindi hanno tutti i vantaggi in termini ecologici e di sostenibilità che possiamo immaginare. Ma attenzione, non è sempre automatico che un prodotto biotecnologico sia automaticamente un prodotto "responsabile", anzi: "Anche in questo campo la ricerca sta facendo notevoli passi avanti – dice Caunt-. In questo senso la nostra filosofia è "eco-bening", un marchio che Genesis ha registrato appositamente. Genesis Biosciences è ampiamente impegnata a cre-



are e sviluppare i prodotti biologici e antibatterici più responsabili per l'ambiente disponibili al mondo. I nostri prodotti biologici sono formulati con tecnologie chimiche superiori combinate con colture di bacilli specializzate, per avere un effetto delicato e innocuo sull'ambiente quando viene effettuata un'immissione attraverso l'applicazione o lo smaltimento. Per filosofia utilizziamo imballaggi riciclabili, riduciamo l'emissione durante il trasporto e creiamo un impatto minimo o nullo sull'ambiente.

Uno studio e una selezione attenti ed accurati

Inoltre si tratta di prodotti specificamente selezionati e studiati per le particolari applicazioni: "Genesis ha ricercato e analizzato i profili degli enzimi di tutti i ceppi di batteri e ogni prodotto è stato scientificamente testato in base all'efficacia nella sua specifica applicazione. Un processo che può durare diversi mesi per ogni microrganismo, con lo scopo di assicurare la scelta e l'immissione sul mercato di ceppi appropriati per ogni applicazione."

Il nuovissimo "Biosan Rapide"

"Una volta identificati i gruppi biologici più efficaci, tutti i nostri ceppi vengono ottimizzati e coltivati per l'utilizzo in soluzioni personalizzate nelle nostre strutture per la fermentazione. Il nostro programma attivo di Haccp assicura che sia costantemente controllata la purezza dei ceppi, per evitare una contaminazione indiretta che possa condurre a risultati finali variabili e prodotti di scarsa qualità". A ciò si aggiunge un supporto tecnico che non teme rivali. Le innovazioni, però, non si esauriscono con la linea Evogen: tutto da scoprire è anche il sistema Biosan Rapide WT, sviluppato in partnership con Ipc e basato su un prodotto naturale antimicrobico sviluppato per sanificare e desodorizzare i serbatoi di acqua sporca delle macchine per il cleaning.

[www.genesisbiosciences.com]

Diversey Care protagonista dell'innovazione

Se c'è una responsabilità alla quale una multinazionale leader di un comparto non può sottrarsi, è quella di guidare l'innovazione del proprio settore: emblematico è il caso di Sealed Air-Diversey Care, fresca di vittoria del Premio Innovazione 2017 con TASKI Swingobot 2000, un robot-lavasciuga di seconda generazione in grado di migliorare le performance fino al 20% rispetto alle già impressionanti prestazioni dei robot precedenti, peraltro già apprezzati dal mercato e vendutissimi.

Robot di seconda generazione

E mentre vediamo questo protagonista assoluto dell'automazione aggirarsi sicuro, con piglio deciso e incedere nobile nell'area dimostrativa allestita allo scopo, incontriamo nell'ampio stand retrostante **Matteo Montani**, Country Marketing Manager per l'Italia di Sealed Air-Diversey Care, che ci spiega come questo ennesimo successo si inquadri in una vision più articolata che l'azienda persegue già da tempo: "Per noi è l'ennesima conferma dell'impegno di Diversey sul fronte della ricerca e dell'innovazione – esordisce-. Per noi le grandi fiere e manifestazioni di settore sono l'occasione di mettere alla prova la nostra capacità innovativa, e quest'anno abbiamo presentato a Verona due progetti in cui crediamo molto, a partire dagli aspirapolveri Aero, che dettano nuovi standard nel mondo dell'aspirazione garantendo potenze e performance da primato. Poi c'è l'ultima generazione di robot Swingobot 2000, migliorata nelle prestazioni, nel sistema di navigazione sonar e laser, nella sicurezza e nella capacità di adattarsi agli ambienti di lavoro."

L'innovazione parte dalla fase costruttiva

Queste macchine vengono realizzate al 100% in Svizzera con sistemi produttivi che a loro volta sono orientati al 4.0, chiudendo il cerchio della razionalizzazione di processo. "Sia-



mo stati pionieri nella robotizzazione del cleaning e il mercato ci ha seguito e ha creduto fortemente in noi e nella nostra qualità", commenta Montani. "Sappiamo perfettamente che non siamo certo i soli a proporre questo genere di soluzioni, ma a questo punto, grazie al fatto di esserci mossi prima di altri, posso dire che abbiamo almeno un anno e mezzo di vantaggio competitivo rispetto ai principali concorrenti, e ne stiamo facendo tesoro cercando di restare sempre un passo più avanti. Come dimostrano questi robot di ultima generazione."

IoC, una piattaforma integrata

Soluzioni che sono perfettamente integrate nella piattaforma cloud IoC (l'acronimo sta per Internet of Clean, evidentemente costruito su Internet of Things), recentemente brevettata da Diversey e diventata un "brand ombrello" sotto il quale vivono le diverse piattaforme intelligenti dell'azienda. Una chicca, a questo proposito, è l'esperienza di realtà aumentata provata in fiera, con cui, grazie a semplici visori per smartphone, si è catapultati in prima persona

nel variegato universo delle soluzioni intelligenti Diversey. Con la nuova piattaforma, che controlla in remoto apparecchiature, macchine e operazioni, è possibile disporre in tempo reale di informazioni aggiornate sull'utilizzo delle macchine e sulle operazioni di pulizia, per ridurre gli sprechi e ottimizzare le operazioni di pulizia e servizi di facility. Attraverso l'analisi dei dati è possibile sia la verifica costante dello stato delle operazioni (pensate ad esempio a un'impresa che ha più cantieri) e la creazione di uno storico di informazioni utilizzabile a diversi scopi.

Un sistema intelligente e integrato

Questo dal lato impresa. Dal lato utilizzatore/fruttore del servizio/cittadino, poi, il sistema è, se si vuole, ancora più importante, perché può consentire, giusto per fare un paio di esempi, di proteggere le persone da intossicazione alimentare o ridurre i costi sociali ed economici delle infezioni correlate all'assistenza in ambito sanitario. Infatti tra le soluzioni incluse in Internet of Clean ci sono, oltre a IntelliTrail (il sistema di report per le macchine TASKI, appunto), anche IntelliCare e IntelliDish e altri programmi altrettanto interessanti. Il primo riguarda i dispenser di prodotti per l'igiene per le mani dei bagni ad alta affluenza e/o alto rischio, com'è il caso degli ambienti sanitari. Grazie a un report preciso e costante delle operazioni di dosaggio, è infatti possibile, fra le molte altre cose, controllare le affluenze e ovviamente procedere all'ottimizzazione delle operazioni di pulizia. Il sistema è molto utile anche nelle zone di manipolazione e preparazione dei cibi nel retail. IntelliDish è studiato per il reparto stoviglie, ed è quindi un'ottima soluzione nel settore Horeca, mentre IntelliConsult è specificamente pensato per la sicurezza alimentare.

www.sealedair.com

Pulire 2017: il successo ChimiClean



Il Ceo di ChimiClean **Giuseppe Arnone** torna da Pulire pieno di soddisfazioni e fiero del grande successo che l'azienda ha riscosso: "Anche quest'anno – dice – noi della ChimiClean abbiamo partecipato alla fiera di Verona "Pulire 2017", la più consolidata ed importante fiera di settore in Italia, un trade show di grande valore che aiuta gli imprenditori italiani ad affermare il Made in Italy in tutto il mondo". A supporto di quest'affermazione, ricordiamo che l'edizione di quest'anno ha registrato un vero record di visitatori, oltre 16mila, di cui un terzo provenienti dall'estero.

Stand tutto esaurito, si riconfermano i marchi di punta

Prosegue Arnone: "E' stato un grande successo per la nostra azienda che ha visto il riconfermarsi dei nostri marchi di punta SKIZZO e DEO DUE. Il nostro stand ha registrato il tutto esaurito: siamo stati gratificati, oltre che dall'afflusso di clienti italiani, sia già fidelizzati che nuovi, anche dalla visita di svariate delegazioni estere: a cominciare dagli emergenti paesi baltici, Lettonia, Lituania, Estonia, Ucraina, visitatori dai paesi dei Balcani, Turchia, Romania, Bulgaria, Ungheria, paesi dal grande potenziale come Serbia, Bosnia, Slovenia, ed infine le delegazioni europee, asiatiche e mediorientali".

Un ammorbidente innovativo

"Abbiamo presentato con grande successo l'ammorbidente micro incapsulato DEO DUE MORBIDO, una formula innovativa sviluppata con nanotecnologie, capace di superare an-

che lo stress di stiratura da mangano e il calore degli asciugatori professionali. Tra le nuove linee lanciate a Verona è da annoverare anche la prestigiosa Aristopet, una elegante linea dedicata agli animali da compagnia, prodotti che spaziano dallo shampoo neutro alla disinfezione degli spazi dove sostano i nostri amici animali. Il tutto correlato da un flacone elegante dal tocco classico".

La fiera: un teatro dove ciascuno recita il suo show!

Molto bella la metafora della fiera come teatro, usata da Arnone: "La fiera è un palcoscenico dove ognuno mette in piedi il suo show: noi abbiamo stupito e un po' giocato con la nuova fragranza DEO DUE EROTIK, un'essenza proveniente dalla profumeria alcolica che stimola i sensi e dona agli ambienti un particolare profumo di spezie ed aromi legnosi. La scelta di un nome provocatorio, che vuole sfidare la contemporaneità delle mode e un po' giocare con un pubblico che abbia il senso dell'umorismo".

La preparazione

"Durante questi anni abbiamo analizzato i mercati e studiato il prodotto in tutte le sue sfaccettature, abbiamo realizzato flaconi ergonomici con sistemi di dosatura sempre più efficaci. Ad oggi i nostri laboratori lavorano alacremente per portare in campo nuovi progetti olfattivi con le più avanzate micro tecnologie, i nostri prodotti sono rispettosi per l'ambiente, le formule No VOC sono garanzia di grande attenzione verso produzioni eco sostenibili".

Verso nuovi orizzonti

"Le vie aperte in fiera ci proiettano verso nuovi e più stimolanti mercati commerciali, importanti collaborazioni con rivenditori d'oltreoceano saranno la nostra forza motrice per affermare il nostro mercato nazionale ed estendere

la copertura all'estero. Queste prospettive ci stimolano ad ampliare e migliorare il nostro stabilimento con nuove strutture e nuove automazioni, per poter servire una clientela sempre più esigente in termini di tempistiche e qualità.

Un grazie a tutti e un grande arrivederci!

Conclude Arnone: "Vogliamo ringraziare sentitamente l'organizzazione Verona Fiere per aver gestito il tutto sempre con estrema gentilezza e professionalità, grazie ai nostri clienti che sono venuti a trovarci anche se solo per un breve saluto o un caffè al volo, ai visitatori tutti che ci hanno pregiato della loro presenza, alla cordialità dei Veronesi e la loro stupenda e romantica città. Gli incontri e le collaborazioni strette in fiera saranno certamente la carta vincente del futuro della nostra azienda, da parte nostra ci impegneremo ogni giorno per fornire un servizio sempre professionale ed al passo con i tempi. Arrivederci alla prossima fiera!".

[www.chimiclean.it]



Clintex: professionalità al servizio dell'igiene



L'azienda campana Clintex opera da diversi anni, in tutta Italia, nel settore della pulizia industriale con forniture di prodotti, sistemi, attrezzature e macchine per tutto ciò che riguarda il cleaning professionale e di igiene degli ambienti.

Grande competenza ed esperienza

La mission principale della Clintex è quella di fornire ai propri clienti grande competenza ed esperienza, oltre che prodotti, macchine, attrezzature e soluzioni di altissima qualità. Forte di uno spirito imprenditoriale dinamico e flessibile, che le ha permesso di collezionare crescenti successi in campo nazionale, l'azienda si colloca oggi fra le realtà di riferimento nel settore della pulizia professionale. Le radici del successo, però, affondano indietro nel tempo: proprio l'esperienza ultraventennale, infatti, garantisce una sempre più sofisticata specializzazione nella puntualità e nella tempestività delle consegne distinguendosi per la competenza dei servizi offerti, l'assistenza e la formazione.

I principali clienti, dalle imprese all'Horeca

L'offerta di Clintex si rivolge principalmente a imprese di pulizia, società di ristorazione collettiva, alberghi, case di cura, ristoranti, centri benessere, villaggi turistici, settore Ho.Re.Ca., industrie alimentari e tutti quei luoghi di lavoro in cui è necessaria ed obbligatoria l'igiene delle persone e la pulizia degli ambienti. Ovviamente il lavoro dell'azienda non si esaurisce alla forniture

di prodotti e macchine, ma comprende anche assistenza, consulenza e affiancamento, a partire dai progetti e piano di pulizia.

Dal sopralluogo all'affiancamento

L'azienda si distingue per la capacità di realizzare sopralluoghi tecnici per suggerire le migliori soluzioni di pulizia ed igiene grazie alle quali costruire piani di lavoro e proporre incontri formativi per addetti alle pulizie di grandi ambienti. Oltre al tempestivo servizio di assistenza fornito da tecnici qualificati, Clintex mette a disposizione anche un ottimo servizio di distribuzione, assicurando la fornitura direttamente nei cantieri di lavoro sparsi su tutto il territorio nazionale, realizzando, in breve tempo, start-up di cantiere nel caso di avvio di nuove commesse.

Nuove sedi e acquisizioni, per servire tutta l'Italia ancora meglio!

Con un'area magazzino di 4000 mq presso la sede in provincia di Napoli e della nuova sede di Bari e delle prossime aperture previste a Catania, Milano e Roma, la Clintex è in grado

CLINTEX

di garantire consegne in brevissimo tempo. L'azienda sta attuando un progetto di crescita per linee esterne tesa all'acquisizione di aziende del settore che si concretizzerà nei prossimi anni, l'attuale situazione del mercato del cleaning, infatti, impone un rafforzamento dimensionale con una presenza in tutto il territorio nazionale. In quest'ottica, è stata recentemente acquisita la storica azienda Chitani Distribuzione, con l'obiettivo di rafforzare la presenza di Clintex in Puglia, regione ad alta vocazione turistica che sta conoscendo un trend di sviluppo importante negli ultimi anni. La concentrazione del mercato, sempre più in mano a grandi gruppi, non permette più la polverizzazione dei dealers come in passato, con la conseguenza che questo cambiamento ha determinato una contrazione dei margini facendo sì che il peso dei costi di gestione di un dealer incida – purtroppo – in maniera ancora maggiore.

[www.clintex.it]



Assistenza



Formazione



Rent



Efficienza

Arco svela a Pulire la sua nuova... identità digitale!



Avviso ai naviganti: Arco Chimica ha un nuovo volto, tutto digitale, e lo ha svelato all'ultima edizione di Pulire. Lo stand, che si presentava come un moderno spazio multimediale, accoglieva gli ospiti in un'atmosfera avveniristica ad alto impatto emotivo, a sottolineare la svolta dell'azienda verso un nuovo modello di comunicazione. Senza naturalmente dimenticare l'importanza dell'ecosostenibilità, presupposto essenziale per ogni azienda che vuole recitare un ruolo attivo e consapevole nel nuovo scenario del cleaning.

Un segnale di forte cambiamento

In fiera, l'azienda di Medolla ha lanciato un segnale di forte cambiamento, sottolineato dalle parole del direttore generale **Luca Cocconi**, che insieme al product manager **Christian Ardizzoni** ha illustrato tutte le novità: "Nell'ultimo anno, guardando al futuro, abbiamo investito molto sul piano della comunicazione del nostro marchio, con particolare attenzione a quella trasmessa in modo digitale, cercando di portarla in perfetta sintonia con i messaggi di ecosostenibilità".

Meno prodotto, più servizio e sistema

Molti e stimolanti gli impegni assunti da Arco e dal Gruppo: su tutti il progetto Tailor, con il Tailor Point, centro di formazione e showro-

om allestito da un anno nella sede aziendale, per creare innovativi sistemi "sartoriali" in grado di condurre il cliente ad apprezzare il prodotto chimico in stretta sinergia con il green ecologico. Ma la chiave sta proprio nel superamento del semplice concetto di "prodotto" a favore di

quello, più articolato e completo, di "sistema". "Dobbiamo anticipare i tempi, cambiare modo di comunicare, acquisire rapidità e progettare servizi mirati", ha detto Cocconi.

L'evoluzione della distribuzione "a formula controllata": è Aladin

E' il caso di Aladin, la vera "magica" novità di Pulire 2017, che non a caso prende il nome dal protagonista della nota novella delle Mille e una notte: un nuovo concetto di diluitore, basato su un software che permette, fra l'altro, il controllo preventivo dei consumi, la corretta programmazione degli acquisti, la diminuzione dei quantitativi di detergenti consegnati in cantiere, il controllo del rischio chimico e dell'impatto ambientale, poiché vengono contenuti al massimo i contenitori di detergente da smaltire.

Il sistema

Il sistema, che comprende tutti i prodotti Arco in forma superconcentrata (dalla linea Infinity alla 5C al prodotto Gynius), si avvale di una serie di distributori automatici di detergenti ad erogazione controllata. Si tratta innanzitutto di Aladin Pack, distributore automatico di detergente in capsule monodose, in cui l'erogazione avvie-

ne attraverso un badge Rfid in dotazione all'operatore. Aladin GT5 è invece un distributore automatico di detergente concentrato in tanica. Parliamo di macchine altamente innovative, che rispondono alla perfezione alle logiche dell'IoT e del 4.0: oggetti e dispositivi in dialogo fra loro per permettere efficienza, risparmio e rispetto dell'ambiente. Ma oltre a un sistema di diluizione, Gynius è anche una vera e propria stazione informativa, perché assicura la trasmissione di dati, schede tecniche dei prodotti, schede di sicurezza: così le imprese hanno sempre a portata di mano tutte le informazioni che servono.

Un'immagine snella e accattivante

Ma ora chiudiamo il cerchio, e torniamo da dove eravamo partiti: l'immagine. Sempre più leggera, snella e meno concentrata sul prodotto: così sono state concepite le nuove campagne pubblicitarie, con suggestioni di grande leggerezza (su tutte un magnifico colibrì) e colori naturali;



così è stato pensato il portale internet, completamente rinnovato nella grafica e nell'impostazione. Non più un sito-catalogo, ma una reale esperienza che comprende anche una pagina-blog per restare sempre in contatto con l'azienda. I prodotti proposti, che ovviamente non manca-

no, sono però inseriti all'interno, raggruppati in macrofamiglie e raggiungibili con un nuovo, pratico menu. Inoltre, e ciò non è affatto secondario in un'epoca in cui si accede alla rete soprattutto da tablet e smartphone, è realizzato secondo il principio del responsive design, cioè si adatta in modo appropriato a ogni tipo di device. "Mettendo a profitto l'esperienza maturata in questi anni, abbiamo realizzato uno strumento utile, efficiente e di vero servizio, attraverso il quale veicolare al meglio il nostro messaggio e le nostre innovative soluzioni".

[www.arcochimica.it]

Klindex Maxi Orbit, quelle oscillazioni amiche dell'uomo, dell'ambiente e... del portafoglio

16
GSA
GIUGNO
2017



Da veri specialisti nel trattamento delle superfici, i tecnici di Klindex non potevano non pensare a una soluzione innovativa a cui fare recitare, nei tre giorni di Pulire, un ruolo da protagonista. Tanto più che Maxi Orbit, l'apprezzatissima monospazzola dotata di sistema roto-orbitale (vedremo subito di che si tratta), è già stata premiata dal mercato. “Ne stiamo vendendo moltissime, e le richieste aumentano sempre di più”, commenta con grande soddisfazione **Roberto Bibiano**, responsabile marketing di Klindex, azienda che da sempre coltiva il made in Italy di qualità. Forse la ricetta vincente sta nell'ottimo rapporto qualità-prezzo. Continua Bibiano: “A un prezzo decisamente competitivo ti assicuri una soluzione efficace, affidabile e innovativa per il trattamento di ogni tipo di superfici”. O forse piace così tanto perché è davvero user friendly: facile da utilizzare, discreta ed efficace, amica dell'uomo e dell'ambiente. E del portafoglio, il che non guasta mai.

Il sistema roto-orbitale

Ma il vero fiore all'occhiello sta nel cuore della macchina, ed è il sistema roto-orbitale. E' sem-

pre Bibiano a illustrarlo: “Maxi Orbit è la monospazzola professionale, innovativa e multifunzionale che rende facile e veloce il lavoro su tutte le superfici. Le macchine della serie Maxi Orbit combinano due movimenti meccanici: orbitale e rotazionale. L'unione di questi due movimenti genera vibrazioni in grado di facilitare il lavoro di pulizia, lucidatura, deceratura, cristallizzazione, microlevigatura su marmo, cemento, pietre, parquet, cotto e gres. Grazie alla sua versatilità, è ideale anche per la pulizia di superfici delicate come moquette e tappeti. Infatti la testata oscillante si adatta a tutte le superfici e permette di lavorare agevolmente anche su pavimentazioni irregolari riducendo al minimo lo sforzo dell'operatore”.

Un capolavoro di ingegneria

Si tratta di un vero “capolavoro” di ingegneria applicata al cleaning dei pavimenti: “La combinazione del movimento orbitale e di quello rotazionale consente una pulizia rapida e senza sforzi: infatti le vibrazioni prodotte generano migliaia di vortici che portano lo sporco verso l'alto, permettendo al pad di catturarlo senza necessità di usare prodotti chimici o aspiratori: il risultato è quello di ottenere un livello di pulizia difficile da superare su ogni superficie. Gli innumerevoli accessori disponibili e le grandi ruote poggiate a terra rendono il lavoro semplice ed efficace. Sfruttando il principio roto-orbitale con oscillazioni ad alta frequenza Maxi Orbit sorprende per l'ottima stabilità e manovrabilità, anche le operazioni di cristallizzazione con lana d'acciaio risulteranno veloci, facili e senza sforzo. Il telaio robusto e compatto, il manico ergonomico con asta rinforzata, le grandi ruote, il peso ridotto e il sistema di sgancio delle componenti principali (optional), rendono la Maxi Orbit una macchina resistente ma allo stesso tempo facile da trasportare”.



Prestazioni eccellenti e grandi risparmi

Sempre grazie al suo movimento roto-orbitale la Maxi Orbit offre prestazioni eccellenti, mantenendo allo stesso tempo una grande stabilità e una facilità di manovra unica, qualità che permette l'utilizzo della macchina anche ad operatori poco esperti o non dotati di particolare forza fisica. “Tra i molti vantaggi – spiega Bibiano – c'è il risparmio economico, dovuto al minor consumo di energia elettrica e di prodotti chimici; il risparmio di tempo, perché il sistema riduce drasticamente il tempo per le operazioni garantendo una resa superiore; il risparmio di acqua, cosa che rende questa soluzione anche eco-friendly

Le specifiche tecniche

E' disponibile nei modelli 1500 e 3000 a seconda delle motorizzazioni (si parla di W): tra le caratteristiche tecniche, oltre al particolare tipo di movimento e corpo oscillante, spiccano quelle per la sicurezza e per l'ergonomia, come il particolare manico regolabile e la protezione delle mani, lo snodo del manico affidabile e robusto, la maniglia per un facile sollevamento e la massima silenziosità (appena 55 decibel). Le ruote gommate sono grandi (diametro 25 cm) per assicurare la massima stabilità e resistenza alle abrasioni e ai carichi, e facilitano ulteriormente il trasporto. Il serbatoio capiente da 18 litri è antirutto e antiacido, e l'asta in alluminio consente una lunga durata. Una vera “chicca” è la versione Sander, con aspiratore integrato.

www.klindex.it

La forza pulente a impatto zero: l'evoluzione naturale della gamma

La mission di Sutter Professional consiste, da sempre, nel coniugare lo sviluppo di formule altamente performanti nel rispetto della natura e degli individui. Per questo, nel corso degli anni, Sutter ha investito una parte significativa delle proprie risorse per creare valore ed innovazione sostenibile. Nel 2015 è nata la linea Zero ed oggi, grazie alla ricerca e ai grandi risultati ottenuti, la gamma di prodotti si è allargata, incrementando l'utilizzo di materie prime di origine vegetale, ottenute da fonti rinnovabili. Il 24 maggio nell'ambito della XXIII edizione di "Pulire", fiera internazionale della pulizia professionale, Sutter Industries S.p.A è stato decretato vincitore del "Premio Nazionale Ecolabel UE 2017", per l'innovazione ambientale introdotta nell'Ecolabel UE con la nuova linea Zero.

La linea Zero

La linea è composta da prodotti Zero e Zero Extra. I prodotti Zero non hanno pittogrammi CLP, pertanto non sono classificati pericolosi (Reg. 1272/2008/EC CLP); i prodotti



Zero Extra, per garantire gli elevati standard di pulizia richiesti in particolari applicazioni, pur essendo completamente biodegradabili e di origine vegetale*, hanno un contenuto di sostanza attiva tale da richiedere l'applicazione di alcuni pittogrammi. Il loro utilizzo, nelle condizioni d'uso, è tuttavia sicuro.

* Contiene materie prime di origine vegetale ed è completamente biodegradabile (i tensioattivi presenti nei prodotti sono facilmente, completamente e rapidamente biodegradabili in base al Reg. 648/2004/CE)



La percezione dell'utilizzatore di prodotti chimici professionali è che un prodotto di origine vegetale non abbia le stesse performance di un prodotto tradizionale. Sutter, attraverso la ricerca e la condivisione del concetto di Natural Force con i più importanti produttori mondiali di materie prime, è riuscita ad ottenere un risultato eccellente, certificato da laboratori di analisi accreditati ISO 17025.

La licenza Ecolabel (www.sutter.it/it/certificazioni) presente sulla maggior parte dei prodotti ZERO, è sinonimo di rispetto dell'ambiente ed efficacia testata nei confronti dei leader di mercato con capacità di rimozione dello sporco uguale o superiore. I prodotti che non sono Ecolabel sono invece certificati CAM. In gamma è presente anche un disinfettante naturale pronto all'uso a base di acido lattico.

La giusta soluzione per ogni ambiente

Oggi Zero e Zero Extra rappresentano nel settore Professional la linea di prodotti a base vegetale più completa, in grado di soddisfare, con efficacia e nel rispetto dell'ambiente, ogni esigenza di pulizia richiesta dal mercato. Inoltre, attraverso il codice colore, associato sia alla formula che all'etichetta, si rende ciascun prodotto della linea immediatamente identificabile per l'utilizzo in ogni area di lavoro. Sutter Professional ha creato una linea completa per garantire all'operatore professionale la possibilità di utilizzare i prodot-

Sutter
PROFESSIONAL
Hi-cleaning Solutions

ti della gamma per la pulizia di ogni tipologia di superficie ed ambiente. Grazie alle sue esclusive formulazioni in grado di coniugare efficacia, facilità di dosaggio e costo in uso sostenibile, con la nuova linea Zero è sufficiente una ridotta quantità di prodotto per ottenere elevate prestazioni. La linea Zero non è solo pulizia delle superfici ma anche disinfezione e igiene personale (pulizia mani). L'innovazione passa anche dalla praticità di utilizzo e dalla facilità di riconoscimento dei prodotti diluiti nei flaconi dedicati. Per questo sono stati adottati dei nuovi flaconi cilindrici e dei trigger più performanti con una grafica chiara e facilmente riconoscibile. Sempre più innovativi e ancora più pratici. Il kit Easy Room, inoltre, si rinnova per una identificazione migliore dei nuovi prodotti ZERO Extra e per l'utilizzo in alternativa della gamma Ecocaps. "Stay tuned" perché nei prossimi mesi altri prodotti entreranno a far parte della gamma ZERO per migliorare sempre più il lavoro e l'ambiente! ZERO, la linea che non teme confronti!

www.zero.sutterprofessional.com

“Mi inviti alla festa”?

TreColliFest a quota dieci

Familiarità, affabilità, cortesia, musica, divertimento e naturalmente, un'ottima cena. La festa di “Tre Colli”, nota azienda produttrice di spazzole industriali, è ormai un vero e proprio “Fuoripulire” che riscuote sempre più successo. Un evento-cult atteso da tutti gli amici, collaboratori e partner della famiglia Bonotto che si radunano sempre più numerosi presso la sede dell'azienda a Sommacampagna. E stavolta l'occasione è stata ancora più speciale, trattandosi della decima edizione!

Dieci candeline fra musica, buon cibo e gadget!

La sera di mercoledì 24 maggio gli invitati erano oltre 500, immersi in un'atmosfera rilassata fra canti, balli e chiacchierate con gli amici ritrovati e i colleghi di sempre. Quello di Pulire e dintorni è un universo variegato: c'è chi si frequenta regolarmente ma solo per lavoro, chi si ritrova per caso dopo molto tempo, chi lavora fianco a fianco senza conoscersi davvero, chi ha appena il tempo di un veloce saluto fra gli stand. Per tutti la festa Tre Colli è l'occasione per lasciare nell'armadio completo e cravatta e prendere fiato. Il resto ce lo han messo l'allestimento curato in ogni minimo dettaglio, i gadget brandizzati, la musica dal vivo, quella dalla consolle e la tradizionale ospitalità. L'occasione non poteva essere migliore per fare qualche domanda a **Giulia Bonotto**, socia

insieme al fratello **Gianfranco** e... una delle anime della festa!

Dieci feste, ormai un “mito”: cosa significa per voi questo traguardo?

“L'impegno e la passione che mettiamo nel portare avanti l'azienda di famiglia ci stanno dando grandi risultati. Significa che quello che ci è stato insegnato dai nostri predecessori, soprattutto da nostro padre, quindi serietà, dedizione, cura del cliente, è vivo in noi come lo è sempre stato in loro. Queste sono caratteristiche che ci hanno sempre premiato e distinto. La TreColliFest è la dimostrazione di come si può fare business anche “con il cuore”. La risposta di clienti, aspiranti clienti (che vengono da ogni parte del mondo e per nulla si perderebbero questo appuntamento) collaboratori, fornitori, amici, ci rende orgogliosi e desiderosi di fare e dare sempre del nostro meglio a tutti coloro che confidano in noi professionalmente e non. Molti Tra gli invitati dello scorso 24 maggio erano orgogliosissimi di aver partecipato a tutte e dieci le edizioni, e tra questi qualcuno di voi!”

Ma come è nato tutto?

“La prima edizione, nel 1999, è stata organizzata quasi “per scherzo”. Era abitudine invitare i maggiori clienti ad una cena durante la settimana di Pulire. Nell'ottobre 1998 Gianfranco aveva organizzato una festa simile, in piccolo, per festeggiare il battesimo di Paolo, suo primogenito. Era riuscita talmente bene che abbiamo voluto provarci anche per la Tre Colli. Alla prima edizione avranno partecipato 150-200 persone; due anni dopo, qualche cliente, pochi mesi prima di Pulire, ha cominciato a chiedere se avremmo fatto il bis... da allora, non ci viene più chiesto “fate la festa?”, ma “mi inviti alla festa?”. E' una faticaccia, che viene dimenticata quando entra il primo invitato nel piazzale. Poi, con il passare degli anni, il numero delle persone si è stabilizzato fra 500 e 550!”



Qualche aneddoto?

“Aneddoti particolari non ne ho, ma “personaggi particolari” si: abbiamo un folto gruppo di un cliente che apre sempre le danze e che trascina poi gran parte degli invitati; clienti che chiedono di invitare loro clienti perché altrimenti non potrebbero partecipare alla festa; clienti stranieri che si offrono a portare specialità dai loro paesi pur di sentirsi parte dell'organizzazione, perché la TreColliFest è aggregazione sotto ogni punto di vista: impegno nel preparare e divertimento nel godere del lavoro fatto insieme. Ora che ricordo: qualche anno fa, all'entrata, si è avvicinata una coppia, che non aveva nulla a che fare con noi, e che voleva acquistare il biglietto d'entrata pensando che si trattasse di una festa pubblica!!! Per non parlare poi dei “temporaloni” dell'ultimo minuto che ci fanno tremare le gambe e temere un flop... che ovviamente non è mai avvenuto!”

Come avete trovato Pulire?

“Pulire per noi è sempre un appuntamento interessante per poter incontrare a “casa nostra” molti dei clienti sia italiani che stranieri, e consolidare tanti rapporti che si sviluppano da tempo e che hanno sempre bisogno di essere rafforzati e rinfrescati. Ma è anche un'occasione per incontrare nuove realtà, ricevere nuove richieste, soprattutto da visitatori di mercati stranieri, che ci stanno dando ottimi risultati e grandi soddisfazioni. Il mercato italiano si sta mantenendo a buoni livelli per noi, quindi non possiamo altro che esserne contenti.”

www.trecolli.net



Lindhaus: 30 anni di ricerca e innovazione scegliendo la qualità Made in Italy



Il regalo che si è fatta Lindhaus per i suoi 30 anni di attività (1987-2017) sono due nuove macchine per la pulizia professionale presentate a Pulire, come risultato di una continua ricerca e innovazione che contraddistingue da sempre l'azienda guidata da **Michele Massaro**. Siamo nella zona industriale di Padova, nel cuore del nordest, dove si parla poco e si lavora molto. Qui è nata e si è sviluppata Lindhaus che produce e commercializza in tutto il mondo battitappeto, lavasciuga e aspirapolvere per la pulizia professionale

La qualità innanzitutto

Nel raggio di 50 km risiedono la maggioranza dei fornitori Lindhaus che rappresenta con orgoglio nel mondo il vero Made in Italy, quello che progetta, produce e assembla in Italia le centinaia di componenti che contraddistinguono ogni prodotto.

“La nostra è di fatto una produzione a km 0 - spiega Massaro - che sta alla base di una qualità certificata che contraddistingue le macchine che partono dallo stabilimento di Padova per raggiungere distributori in tutto il mondo e la filiale Lindhaus negli Stati Uniti, aperta

nel 1992 a Minneapolis, per rifornire il mercato del nord America. Utilizziamo anche una stampante 3D grazie a cui risparmiamo tempo e costi perché ci consente di verificare con immediatezza il prototipo ottenuto senza aspettare i tempi di consegna di eventuali fornitori.”

Ricerca e innovazione

Qualità che viaggia in simbiosi con la ricerca continua all'insegna dell'innovazione di prodotto come strada maestra da seguire.

“Vuol dire - continua Massaro - non accettare compromessi sulla qualità. Si tratta di un percorso che può farti perdere qualche occasione di vendita per strada, con quei grandi clienti che puntano unicamente sul prezzo, ma mai come in questo caso il tempo è galantuomo. Poi ritornano!”

Novità senza fili

“Le nuove macchine sono state concepite per essere ancora più maneggevoli, e per questo le abbiamo realizzate senza fili, dotandole di una speciale batteria agli ioni di litio compatta, potente e leggera. La batteria creata appositamente per la nuova lavasciuga LW30 Pro L-ion, per esempio, pesa solo 1,2 kg, esprime una potenza di 226 W/h. e consente di avere 800 cicli di ricarica e un'autonomia della macchina di 20-25 minuti in base al tipo di pavimento. Con un rullo di soli 30 cm. questa lavasciuga assicura una capacità operativa di 300 mq/h e una qualità della pulizia particolarmente elevata.”

Più forza meccanica e più potenza aspirante

“Altra grande novità presentata a Pulire è stata la LS 38 L-ion, una mini spazzatrice multifunzione per la pulizia di pavimenti e tappeti. L'idea alla base della progettazione è stata quella di fornire alla macchina grande forza meccanica, riducendo l'energia necessaria per l'aspirazione, in modo da ottenere un signi-

ficativo risparmio energetico e un'efficienza pulente paragonabile ai migliori aspirapolvere/battitappeto presenti sul mercato. Alla base del raggiungimento di questo risultato sta l'azione di 2 rulli contro rotanti ad alta velocità (2000 RPM) caratterizzati dalla presenza di un doppio filare di setole per ogni rullo. Tale azione genera infatti lo stesso effetto pulente che caratterizzerebbe una velocità di un solo rullo 8000 RPM. Ciò consente di spazzolare i tappeti nelle due direzioni, assicurando una pulizia più a fondo. L'autonomia della batteria è di 50 min. su pavimenti e 40 min. su tappeti”. Un altro elemento di innovazione riguarda l'aumento dell'area in cui vengono convogliati polvere e detriti. I normali aspirapolvere e battitappeto presenti sul mercato sono dotati di un tubo con un'apertura di circa 800 mm² attraverso cui viene convogliata la sporcizia catturata, mentre con la LS38 L-ion abbiamo messo a punto una bocca aspirante che si sviluppa lungo quasi tutta la larghezza del rullo per relativi 3300 mm².

Il risultato è quello di evitare che detriti di grandi dimensioni (penne, fermagli, sassolini) ostruiscano il condotto di aspirazione. Il tutto con la massima silenziosità e affidabilità, assicurata dal sistema di trazione con cinghie dentate/Poli V brevettato su scala internazionale.

[www.lindhaus.it]





20
GSA
GIUGNO
2017



Nell'edizione di Pulire di quest'anno Comac ha portato un po' di storia e un po' di novità. Un po' di storia, con la versione rinnovata della lavasciuga pavimenti C130. Di anni ne sono passati 20 dalla prima versione, così Comac ha investito sul suo restyling, per offrire ancora ai suoi clienti la qualità di un modello tanto apprezzato, a cui ha aggiunto i vantaggi di una progettazione più attuale.

Ora C130 si controlla con un comodissimo display touch, dotato di programmi di lavaggio con parametri preimpostati per facilitare l'uso. Il design funzionale la rende più ergonomica e contribuisce a proteggere la macchina e l'ambiente circostante anche in caso di urto. È stata aggiornata anche con i dispositivi più recenti per l'ottimizzazione dei consumi, come lo Stop&Go che elimina gli sprechi in caso di soste, il CDS – Comac Dosing System,

per il corretto dosaggio di acqua e detergente ed è predisposta per la dotazione del sistema CFC – Comac Fleet Care per la gestione da remoto delle flotte.

Comac ha proposto anche una macchina che si pone a metà tra la gamma di lavasciuga pavimenti e quella delle spazzatrici, che combina i due mondi in un modello altamente performante, la CSL120. In ambienti particolarmente impegnativi come siti produttivi del settore industriale, ma anche stazioni ferroviarie ed aeroporti è spesso necessaria sia l'azione spazzante per raccogliere lo sporco solido che quella lavante, per questo Comac ha pensato a CSL 120. Si tratta di un modello che unisce entrambe le azioni: il gruppo spazzante frontale raccoglie lo sporco secco, la polvere ed i piccoli rifiuti, il gruppo lavante spazzola in profondità, lasciando il pavimento perfettamente pulito in un unico passaggio. Anche per CSL 120 è stato studiato un cruscotto estremamente semplice, dotato di display touchscreen per un utilizzo intuitivo.

L'ultima novità era nell'area espositiva esterna, Pulire Outdoor, dove Comac ha presentato la più grande spazzatrice stradale della gamma, la CS6000. Un modello da 6 m³ che raccoglie



efficacemente lo sporco in ambiente urbano, come strade e parcheggi, ma anche industriale, come stabilimenti metallurgici, fonderie e cementifici. L'azione meccanica svolta dalle spazzole agisce contemporaneamente alla potente aspirazione, garantendo la raccolta totale dello sporco, di rifiuti e delle polveri più fini. Prevede l'utilizzo costante della spazzola centrale, assicurando una pulizia qualitativamente migliore perché uniforme per tutta la larghezza della spazzola. La postazione di guida, comoda e ampiamente vetrata, offre una completa visibilità in qualsiasi situazione, durante il lavoro ed in manovra.

Raccoglie anche i rifiuti voluminosi come bottiglie, rami e lattine che vengono triturati e sminuzzati da un albero rotante dotato di martelli, evitando il rischio di intasamento del condotto di aspirazione e assicurando un ottimale riempimento del cassone. Come la già nota CS140 anche CS6000 può essere dotata di una terza spazzola traslante utile per raggiungere le aree adiacenti alla macchina.

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



Pulire 2017: Fimap presenta una nuova gamma prodotti, che è anche una nuova visione del pulito professionale



22
GSA
GIUGNO
2017

La tecnologia sta trasformando il nostro modo di vivere e di lavorare. Applicare la stessa trasformazione al settore del pulito professionale può portare considerevoli vantaggi: questo è ciò che Fimap ha presentato nell'edizione di Pulire appena conclusa. Ha portato un nuovo modo di concepire il prodotto, un nuovo modo di vederlo, di pensarlo e di progettarlo. Una filosofia lanciata sui social con l'hashtag #thisisfimap e che si realizza in una nuova



gamma di lavasciuga pavimenti, composta dalle recenti Genie XS, iMx, Mxr ed MMg e dai tre nuovi modelli presentati quest'anno: le uomo a terra Genie XL e Maxima, e la uomo a bordo Magna. Vediamo quali sono i principi che questa filosofia ha ispirato e che hanno guidato la progettazione della nuova linea.

Perfezionare il design per aumentare l'affidabilità della macchina

I modelli di ultima generazione vantano un design sempre più dettagliato e curato, che non aspira al solo perfezionamento estetico. L'obiettivo è valorizzare il singolo modello e proteggerlo da danni accidentali, causa di spese impreviste e perdite di tempo. Il risultato è una gamma di macchine robuste, fatte per durare, che mantengono alto il loro valore nel tempo. Inoltre viene curata molto l'ergonomia: un design disarmonico trasmette anche una sensazione di difficoltà a chi deve interagire con la macchina, laddove un design armonico favo-

risce l'interazione, trasmette fiducia e facilità d'uso. Più lo strumento è intuitivo da usare, più l'operatore ne ha il controllo, con conseguente miglioramento del risultato.

Investire nella progettazione per potenziare le prestazioni e la sicurezza

È proprio sotto quella forma esteticamente curata ed armoniosa che si nasconde la vera forza: una progettazione che ha inserito componenti di qualità e una serie aggiuntiva di sistemi di sicurezza che tutelano la macchina, l'operatore e l'ambiente in cui viene impiegata. Per citarne qualcuno, il **sistema anticollisione**, il **tasto di chiamata di emergenza SOS** o la **telecamera posteriore**. Inoltre, ogni modello è dotato di ulteriori plus che aumentano il rendimento nella propria categoria, come: **batterie al litio**, **spazzola laterale traslante**, **comandi al volante**, **sistema di riciclo dell'acqua (FLR)**, configurazioni di lavaggio preimpostate per avere la massima potenza quando serve (**Power Mode**), o la possibilità di memorizzare veri e propri **programmi secondo le zone da pulire**.



Migliorare l'esperienza dell'utilizzatore per aumentare la qualità dell'intervento

Facilitare il lavoro dell'operatore è il primo passo per ottenere interventi efficaci. Il codice colore ad esempio identifica con il giallo le parti che necessitano di manutenzione a fine intervento: a colpo d'occhio si individuano i particolari interessati senza dimenticare niente e senza formazione. Negli ultimi anni Fimap si è impegnata a disegnare cruscotti sempre più essenziali, dalle linee pulite, arrivando a posizionare i comandi direttamente sul volante. Il passo successivo è stato il display touchscreen, con cui controllare tutta la macchina. Con il display si accede ai programmi di pulizia, ai video tutorial per l'uso e la manutenzione e alla telecamera posteriore quando prevista. I programmi di pulizia si attivano all'occorrenza nel modo più semplice: all'operatore non si chiede niente di più che premere un tasto, per limitare i consumi, eliminare gli sprechi, ridurre il rumore o aumentare la forza lavante. Incoraggiato da dispositivi che vengono in suo aiuto per qualsiasi esigenza, sarà portato ad eseguire l'intervento al meglio.

Puntare sull'efficienza, con tecnologie che ottimizzano l'impiego delle risorse
Fimap alza ancora gli standard di efficienza. Lo fa attraverso una serie di tecnologie, co-

me quelle per il risparmio energetico FES e Start&Stop, dove la prima ottimizza i consumi complessivi, la seconda interviene quando la macchina è in sosta, per bloccare automaticamente tutte le funzioni di lavaggio, per poi ripristinarle quando l'operatore riprende il lavoro. Altre tecnologie invece sono mirate a ridurre i consumi di acqua, come FSS ed Eco Mode che consentono di dosarla secondo le reali necessità eliminando gli sprechi. L'attivazione di Eco Mode riduce anche il rumore, per eseguire interventi silenziosi in ambienti sensibili. Per i modelli più grandi è ora disponibile anche un sistema di riciclo della soluzione detergente, si chiama FLR – Fimap Long Range. FLR aumenta esponenzialmente l'autonomia di lavoro e fa guadagnare tempo, consentendo con lo stesso carico di acqua e detergente di pulire più m².

Sfruttare la connettività per aumentare il controllo e prevenire gli inconvenienti

Fimap ha lanciato la **app My.Machine**, che permette al proprietario della macchina di connettersi con la propria lavasciuga pavimenti o più di una nel caso di una flotta, ed essere sempre al corrente su ciò che è davvero importante. In qualsiasi momento si può accedere, comodamente con il proprio smartphone, alle infor-



mazioni più significative: se la macchina sta svolgendo regolarmente l'intervento, la posizione e lo stato di salute. In caso di anomalia si riceve immediatamente una notifica che permette di intervenire tempestivamente. Con My.Machine si possono monitorare costantemente i dati sull'attività svolta, i metri quadrati puliti, l'impatto ambientale ed i consumi.

Realizzare una linea di accessori per personalizzare i modelli

Un altro vantaggio della nuova gamma è la possibilità di configurare la propria lavasciuga pavimenti. Grazie ai numerosi accessori disponibili si può scegliere con la massima libertà e flessibilità l'allestimento più adatto, rendendo praticamente ogni modello unico.

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





Klindex is the choice of top flooring professionals.

Floor grinders • Dust extractors • Diamond tools • Burnishing machines • Chemicals • Floor Solutions



TERZA PAGINA

PULIRE 2017 **29**
IMPRESE NELLA STORIA
25 ANNI ECOLABEL
AMIA E VOLONTARIATO

GESTIONE

INDAGINE AFIDAMPCOM **38**
ECOLABEL DETERGENZA
GALASSIA DEI SERVIZI
DATI EUROPEI PULIZIA

SCENARI

RISCHIO INFETTIVO **48**
1° TROFEO HENRY HUNGER
EUROPEAN CLEANING DAYS

TECNOLOGIE

PREMIO INNOVAZIONE **56**
ECOLABEL AWARDS

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

dall'esperienza
ICF

Linea
Ecolabel
DETERGENTI DI TUTTO
RISPETTO

Ecolabel
SOCIETÀ ITALIANA
SOCIETÀ ITALIANA

Linea Ecolabel PRODOTTI PER USO PROFESSIONALE



I.C.F. s.r.l. Industria Chimica Fine
via G.B. Benzoni, 50 - 26020 Palazzo Pignano (CR) - Italia
Tel +39.0373.982024 www.icfsrl.it - customer.service@icfsrl.it



SCOPRI I PRODOTTI
CERTIFICATI



La potenza della forza lavante unita all'efficacia dell'azione spazzante

C130 è una lavasciuga pavimenti pensata per la pulizia di ampie superfici in ambienti come aeroporti, stazioni ferroviarie, parcheggi, centri logistici e di stoccaggio, industrie e centri commerciali.

Lava e spazza contemporaneamente, per prestazioni straordinarie in un passaggio: una sola macchina per lavare in profondità e raccogliere piccoli detriti.

LE PRESTAZIONI



Potenza lavante-spazzante



Il basamento lavante traslante raggiunge lo sporco depositato a filo muro o sotto le scaffalature



Il doppio motore di aspirazione assicura un'asciugatura totale e senza tracce in un solo passaggio



In caso di sporchi pesanti e aderenti si può portare la pressione delle spazzole a disco fino a 180 Kg



La versione a batterie lavora fino a 5 ore senza fermarsi



Il display touch a colori da 7" rende l'utilizzo intuitivo e semplice



Bi-Fuel



Benzina-GPL

È disponibile anche a batteria e Diesel

Attiva il QR Code sul tuo Smart Phone e scopri C130



COMAC spa
Via Maestri del Lavoro, 13
37059 Santa Maria di Zevio - Verona - Italy
Tel. +39 045 8774222 - Fax +39 045 8750303

on line: www.comac.it  - e-mail: com@comac.it

lotti più piccoli, tracciabilità totale: *consip pensa alla “riprogettazione”*

di Simone Finotti

Basta maxilotti, gare più trasparenti, tracciabili e a misura di PMI: è il nuovo corso Consip. Per la prima volta, in un documento diramato nei giorni scorsi, la centrale d'acquisto nazionale parla di “riprogettare il metodo con cui si impostano le gare” e della messa a punto di nuovi processi e criteri. Previsto anche il “tracking di gara”, per seguire le aggiudicazioni come il viaggio di un treno o di una raccomandata postale. Impianto condiviso con Anac.



Sembra proprio che sia alle porte un “nuovo corso” per Consip. Stop ai maxilotti e riprogettazione dei bandi di gara con maggiore trasparenza delle procedure, che potranno essere seguite in tracking passo passo sul sito, per la massima tracciabilità. A ciò si agghiuverà una riorganizzazione interna in più unità specializzate.

Cambia il metodo con cui si impostano le gare

A darne l'annuncio, nei giorni scorsi e in un momento certo non tra i più semplici per la Centrale d'acquisto nazionale (le cui mega convenzioni sono finite spesso nel mirino dei due livelli della giustizia amministrativa e dell'Antitrust, con gli esiti che ben conosciamo) è stato un documento diramato dalla stessa Consip e rilanciato dalle principali agenzie e media nazionali. “Consip sta riprogettando il metodo con cui si impostano le gare, spiega il testo. Che prosegue: “Si punta a industrializzare il processo e a suddivi-

videre le gare in più lotti, per permettere a più aziende di partecipare e allo Stato di continuare ad avere risparmi”. Una frase che rappresenta davvero un grande passo in avanti, anche se, letta fra le righe, farebbe ancora pensare che si pongono come alternativi il criterio sociale (aprire alla concorrenza) e quello economico (consentire il massimo risparmio pubblico). Due obiettivi che invece, come dimostrato da autorevoli studi anche piuttosto recenti, non sono affatto alternativi, anzi.

Un progetto discusso e condiviso con Anac

Una piccolissima ombra, se così la si può definire, che non deve tuttavia far sottovalutare la portata epocale della svolta: Consip parla per la prima volta della messa a punto di nuovi processi per le gare pubbliche e della riorganizzazione della società. Le gare seguiranno nuovi criteri, una parte dei quali già attuati, per tenere conto della giurisprudenza più recente (leggi: le

sentenze di Tar e soprattutto CdS che hanno bloccato diverse mega convenzioni costringendo, di fatto, la Centrale a restare sui suoi passi), contemplando al meglio gli obiettivi di inclusione delle Pmi e dell'aggregazione della domanda. Il progetto è stato anche presentato all'Anac, l'autorità anticorruzione, con la quale c'è condivisione dell'impianto.

Nuovi criteri per la suddivisione in lotti

Alcuni criteri di qualità, relativi alla correlazione tra esigenze e requisiti tecnici, sono già stati adottati e sono operativi. Per altri il processo è in corso e, secondo Consip, potrebbe servire circa un anno perché tutto arrivi a regime. Tra le innovazioni ci sono le nuove regole per la suddivisione in lotti delle gare, ma anche la costruzione di standard documentali e di risposta e strumenti di valutazione automatica delle offerte tecniche. Il tutto con l'ausilio di sistemi informativi di supporto

a quella che viene definita “gestione intelligente del processo produttivo”.

Strumenti informativi evoluti

Alcuni criteri sono stati presi anche dalla progettazione aeronautica per migliorare l'efficienza. Il risultato di

questa “industrializzazione del processo” dovrebbe portare a “maggiore oggettività, a lotti più piccoli, a gare su prodotti e servizi più mirati alle specifiche esigenze della PA e richiederà quindi la capacità di gestire più operazioni”. Per un tipo di servizio, ad

esempio, si guarderà a diverse tipologie: per enti grandi e per enti piccoli, per amministrazioni locali e per le scuole, ciascuna caratterizzata da diverse esigenze.

Si pensa anche alla riorganizzazione

Contemporaneamente è stata varata una nuova organizzazione della Consip, seguendo i criteri accademici della cosiddetta “azienda piatta”. Di fatto sono previste più unità organizzative focalizzate su specifici business. Si accorcia la catena di comando, con l'effetto di avere una maggiore reattività e una forte attenzione alla multidisciplinarietà.

Il “tracking gare” per la massima tracciabilità

Oltre al potenziamento delle attività per la prevenzione della corruzione e di internal audit, sono arrivati anche nuovi strumenti. Come ad esempio il “tracking-gare”: la gara può essere seguita man mano nei vari step, come si fa coi treni, gli aerei, le spedizioni e le raccomandate postali. Un notevole passo verso la massima trasparenza: un tema centrale, uno snodo ineludibile per una società che gestisce rilevanti bandi pubblici. Un ulteriore auspicio è quello che anche i soggetti aggregatori effettivamente funzionanti, il cui operato non sempre si è conformato a criteri di trasparenza e *favor participationis*, si mettano in sintonia con le direttive nazionali ed europee e con le trasformazioni annunciate da Consip, che ha sempre avuto nei loro confronti un importante e innegabile ruolo-guida.

The advertisement features a smiling chef in a white uniform and hat, standing behind a counter with various cleaning products and a large blue industrial cleaning machine. The background is light blue with the PULIRE logo and the text "Grazie di della visita".

PERPULIRE

Grazie di della visita

PULIRE
THE SMART SHOW
23-25 MAY 2017
VERONA ITALY



Per molti dei 300 espositori è stata una delle più belle fiere mai fatte. Una manifestazione intelligente e dinamica che ha saputo confermarci al passo con i tempi, e ha stabilito un nuovo record di visitatori: oltre 16mila, di cui un terzo stranieri. Stand eleganti, prodotti innovativi, premi ambiti e combattuti, dialogo fra passato, presente e futuro e molti incontri su temi di attualità: lo “smart show” del cleaning professionale ha superato anche se stesso.

Elegante, efficace, dinamica. Intelligente, internazionale e affollata come non mai. Questi sono solo alcuni degli aggettivi che si attagliano alla perfezione all’edizione 2017 di Pulire, che molti espositori, fra produttori e dealer, sentiti “a caldo”, durante la manifestazione o subito dopo, sia a mente più fredda, un paio di settimane più tardi, non hanno esitato ad annoverare fra le migliori fiere mai fatte. Un risultato che fa onore all’intero settore, e premia l’impegno di Afidamp, che nei mesi scorsi, nel presentare lo “smart show” veronese versione 2.2, non aveva nascosto l’ambizione di organizzare la fiera più bella di sempre.

Crescono spazi, espositori e visitatori

Obiettivo centrato, sotto molti aspetti. Innanzitutto le presenze, che segnano un quasi +7% (per l’esattezza +6,6%: in cifre, sono passati dai 15.136 del 2015 ai 16.144 del 2017); un altro aspetto riguarda l’internazionalizza-

zione, sempre più importante in uno scenario che, anche per il nostro settore, è ormai globalizzato. Ebbene, anche da questo punto di vista Pulire 2017 ha detto la sua: è stato addirittura oltre le più rosee attese l’aumento dei visitatori esteri, con un +20,5% (sono passati da 4.034 a 4.863) che ha permesso di attestare la quota internazionale al 30,2%.

Trecento espositori, stand affollati e tanto ottimismo: “Il Pulire che volevamo”

Grande la soddisfazione di **Toni D’Andrea**, AD Afidamp Servizi: “Pulire 2017 è stata quello che volevamo: la più bella edizione di sempre. Bastava fare un giro per gli stand dei 300 espositori per respirare un clima di grande soddisfazione ed ottimismo,

la migliore ricompensa possibile per il duro lavoro portato avanti con entusiasmo da tutto lo staff di Afidamp”. La risposta c’è stata, e piena di entusiasmo: la fiera è un luogo di incontro, ma torna ad essere anche un luogo in cui si stringono affari, si fanno contatti ma anche contratti. E questo è un segnale più che positivo, per tutto l’universo del pulito professionale.

Stand sempre più eleganti

Poi l’eleganza, un aspetto da non sottovalutare nella civiltà dell’immagine in cui anche l’occhio vuole la sua parte: aggirandosi fra gli stand, si aveva la netta impressione di un settore in costante evoluzione anche culturale e di immagine. Non più gli stand casalinghi di un tempo, non più le caotiche accozzaglie di foto, colori e prodot-

29
GSA
GIUGNO
2017

Da sinistra: Maurizio Danese, Bruno Ferrarese, Toni D’Andrea, Giuseppe Riello, Andrea Miglioranzi





ti, ma immagini ben studiate, prodotti e brand ben collocati e valorizzati in spazi espositivi in cui ben poco era lasciato al caso. E questo valeva per tutti, dalla grande multinazionale al più piccolo produttore, dai grandi dealer agli espositore più di nicchia.

Successo anche per l'Outdoor, padiglione 6 riconfermato

“Pulire 2017 è stata l’edizione delle conferme e delle scoperte – prosegue D’Andrea- Il rinnovato successo di Pulire Outdoor, con uno spazio espositivo più grande e ricco, la novità del padiglione 6, confermato anche per il

2019 e, per la prima volta, la presenza di numerose delegazioni straniere provenienti da tutto il mondo, che hanno interagito con gli espositori in una serie di appuntamenti programmati che hanno portato alla nascita di nuovi rapporti commerciali. Insomma, un insieme di fattori che costituiscono la giusta premessa per aspettare con entusiasmo l’edizione 2019”.

Le fiera oltre la fiera

Pulire 2.2 è stata davvero “la fiera oltre la fiera”, con un ricchissimo panorama di eventi ed in particolare tre convegni internazionali, uno dedicato al ruo-



lo della donna come motore della modernità nel settore dei servizi e gli altri due incentrati sui temi dell’ambiente e dell’economia circolare, che hanno portato a Verona i massimi esperti su queste tematiche. Il calendario di incontri è stato ricco e interessante, proprio a partire da quello sul ruolo della donna, il 23 mattina, con la presenza della giornalista e scrittrice **Camilla Baresani**, della presidente Diversey Care **Ilham Kadri** e della responsabile del Coordinamento Donne Cisl **Liliana Ocmin**. A moderare **Chiara Lico**, giornalista Tg2. E’ stata una preziosa occasione di mettere al centro la figura femminile, preziosa e insostituibile in un settore ad alta manodopera “in rosa”: e non dobbiamo pensare solo alle operatrici delle imprese, come dimostra l’appassionante vicenda personale di Kadri, che ha saputo superare mille difficoltà e arrivare ai vertici di una multinazionale leader nel settore a livello mondiale.

Quale futuro per il pianeta?

La responsabilità del cleaning

A proposito di pianeta, si è parlato anche di questo in due appuntamenti svoltisi rispettivamente il 24 e il 25. Il mercoledì, per l’intera mattinata, si è parlato di Circular economy in sala Rossini: dalle 10.30 alle 12.30, tavola rotonda sul “Futuro della produzione, del consumo e dell’intero ciclo di vita. Una sfida per le imprese e la collettività”, un evento promosso da Afidamp/Forum Pulire e Pulire Outdoor. Fra i partecipanti il presidente del Kyoto club **Francesco Ferrante**, il presidente Amia Verona **Andrea Miglioranzi**, **Elisabetta Perrotta** Segretario Fise Assoambiente, con la moderazione di **Maurizio Melis** di Radio 24. A raccontare le loro best practices sono stati invitati **Markus Häfner**, direttore export Werner&Mertz Professional, nota per la politica di sostenibilità e la filosofia “from cradle to cradle” dei suoi prodotti (vedi il programma per raggiungere il livello Pla-



tinum nella certificazione Cradle to Cradle), e **Francesco Pasquini**, di Lucart Group, che ha parlato di Fiberpack, il progetto innovativo e sostenibile di riciclo del cartone per bevande nato dalla collaborazione con Tetra Pak. Il 25, giorno di chiusura, c'è stato spazio per una riflessione più globale su come "Progettare un nuovo modello di sviluppo per il pianeta", e su come "cambiare il paradigma di produzione e consumo per un futuro sostenibile", evento promosso da Afidamp e Forum Pulire con **Michael Braungart**, chimico e promotore del "cradle to cradle", il matematico **Roberto Vacca** ed **Emiliano Brancaccio**, docente di Economia Politica dell'Università del Sannio. Moderatore **Antonio Cianciullo**, giornalista de La Repubblica.

Confermato a Milano Forum Pulire: appuntamento a ottobre '18

Si tratta di temi che verranno ripresi ed approfonditi in occasione di Forum Pulire, che si terrà a Milano, nel mese di ottobre 2018, di nuovo presso l'Unicredit Pavilion. Senza contare i numerosi eventi conviviali e a tema che hanno vivacizzato gli stand ed intrattenuto piacevolmente i visitatori. Il tutto in un contesto sempre più digitale: infatti l'utilizzo dell'applicazione è au-

mentato rispetto all'edizione precedente, dimostrando quanto sia apprezzato il valore strategico di questo strumento. Un altro volto di una fiera intelligente.

Il luogo dell'eccellenza

Ma Pulire è anche il luogo dell'eccellenza, un incubatore di innovazione che premia l'imprenditoria di qualità e le capacità professionali. La manifestazione è stata infatti animata anche dalla decima edizione del Premio Innovazione, vinto quest'anno da Sealedair-DiverseyCare. In tutto questo, il settore non si dimentica certo del proprio glorioso passato. Anzi, lo mette in costante dialogo e relazione dinamica con il presente e il futuro non solo del settore, ma, come abbiamo visto, dell'intero pianeta. Questo il senso del premio Afidamp "Imprese nella storia", che ha premiato gli associati storici di Afidamp: Comac, Dulevo, Filmop, Vdm e Raines. E se è vero, come è vero, che la concorrenza è il presupposto e l'anima del miglioramento continuo, si spiega facilmente il successo di un premio che sbarca in Italia per la prima volta: ci riferiamo al primo "Trofeo Henry Unger", vinto dal comasco **Andrea Antonelli**, che si è aggiudicato il titolo di pulitore di vetri più veloce d'Italia. Di tutto questo parliamo nei successivi articoli di questo speciale post Pulire.

C'È SEMPRE UNA ROSSA FATTA APPOSTA PER TE.



BYTE II, PER ESEMPIO! LA NUOVA LAVAPAVIMENTI COMPATTA.

Agilità, manovrabilità e perfezione di asciugatura nella nuova lavapavimenti uomo a terra. Disponibile con le funzioni GO GREEN e AQUA SAVER per incrementare l'autonomia di lavoro a ridotto impatto ambientale.



motoscope & lavasciuga

premio agli associati storici: *afidamp apre l'album dei ricordi*

A Pulire, il 23 maggio, è stato consegnato il primo premio Afidamp "Imprese nella storia". Riconoscimenti a cinque aziende associate dall'anno di fondazione. Sono quattro produttori e un distributore: Comac, Dulevo, Filmop, Vdm e Raines. L'iniziativa, molto sentita e partecipata, non resterà isolata. Il settore vive anche della sua memoria storica, importante riconoscere la capacità di "fare team".



32
GSA
GIUGNO
2017

Fra i momenti più arricchenti ed emozionanti dell'ultimo Pulire c'è stata la consegna di un riconoscimento nuovo, ma fortemente radicato nella storia del nostro settore, e nella memoria delle aziende e delle persone che l'hanno fatto crescere. Alle 18.30 di martedì 23 maggio, subito dopo la consegna

del Premio Innovazione, quasi a gettare un ponte ideale fra il futuro e il passato, presso lo stand Afidamp sono state premiate, con il neonato Premio "Imprese nella storia", cinque aziende pioniere dell'associazione, iscritte ad Afidamp fin dall'anno di costituzione, l'ormai lontano 1981.

I premiati

Si tratta di **Comac, Dulevo, Filmop, Vdm** e, per i distributori, la **Raines**, premiati rispettivamente da **Bruno Ferrarese**, presidente AfidampFAB e da **Francesco Bertini**, presidente AfidampCOM. Il momento della partecipazione, molto bello e intenso, è



Giancarlo Ruffo di Comac



Claudio Malacco di Filmop



Stelio Pletz di Raines

stata l'occasione per fare il punto sul lungo cammino di evoluzione del nostro settore. Si è trattato di una cerimonia molto partecipata, introdotta da un video che ha ripercorso la nascita dell'associazione con immagini e documenti di quegli anni. Tanti sorrisi in sala, orgoglio, un po' nostalgia e qualche cenno di commozione nel pensare a quanta strada è stata fatta e ad alcuni protagonisti di quegli anni che purtroppo non ci sono più.

Associati senior e aziende fondatrici

“La capacità di fare squadra è qualcosa di prezioso che quindi va valorizzato. È questa la scelta che ha fatto Afidamp assegnando la qualifica onorifica di *associato senior* alle aziende che, negli anni, hanno accompagnato l'associazione sin dalla sua fondazione”, spiega **Stefania Verrienti**, direttore esecutivo di Afidamp, che -lo diciamo a microfoni spenti - è stata la vera anima dell'idea, accolta con grande e sincero entusiasmo da tutto il direttivo, a testimonianza delle profonde radici storiche in cui il settore continua a riconoscersi: “La motivazione che ha portato a istituire questo premio – riferisce il presidente dei “fab” Bruno Ferrarese – è stata la volontà di riconoscere il valore della continuità e di esprimere gratitudine nei confronti di quelle aziende che hanno creduto nell'avventura di Afidamp e che hanno avuto la capacità di saper guardare lontano. Senza queste aziende, che sono anche aziende fondatrici, la nostra associazione non esisterebbe. Afidamp è cresciuta insieme a loro e ha creato valore diventando il punto di riferimento per il nostro settore, contribuendo alla sua crescita e alla sua conoscenza da parte di realtà che ne ignoravano l'esistenza”.

Ci sarà un seguito

Continua Ferrarese: “Questo tuffo nel passato è stato istruttivo ed emozionante –momenti come questi fan-

no emergere il lato più umano del fare impresa. L'imprenditoria è fatta da persone, con i loro progetti, sogni ed il bagaglio di ricordi ed esperienze che si portano dietro. Persone che in questo caso hanno contribuito al successo del settore nel nostro paese e che, da alcuni decenni, portano benessere e posti di lavoro sul loro territorio”. Ma, a quanto pare, l'iniziativa non si fermerà certo qui: “Siamo voluti partire dall'alba della nostra associazione, nel 1981 -dice Verrienti-, ma pensiamo già a un seguito con tutte quelle aziende che, pur non rientrando fra i fondatori, hanno aderito ad Afidamp già dal 1982, anno del primo Pulire, cui potevano partecipare solo gli associati”.

Un affascinante lavoro d'archivio

E conclude: “Fra 1981 e '82 l'Associazione ha registrato un'impennata di adesioni: già alla fine del 1981 gli associati erano 29, fra cui i 5 premiati, che sono anche soci fondatori e sono rimasti fino ad oggi, dimostrando di riconoscere il prezioso valore del fa-



re team, oltre che grande continuità e lungimiranza. L'anno dopo il numero è praticamente raddoppiato: mi piace molto anche il lavoro d'archivio, che non è sempre semplice ma dà enormi soddisfazioni”.

Rosanna Pagani di VDM

33
GSA
GIUGNO
2017



un quarto di secolo di ecolabel ue: *ma è solo un punto di partenza!*

Gianluca Cesarei, del Servizio per le Certificazioni ambientali di Ispra – Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale-, fa il punto sui 25 anni di Ecolabel, celebrati a Pulire con un convegno sulla circular economy e la seconda edizione degli Ecolabel Awards 2017.



tato per l'Ecolabel ed Ecoaudit, che è l'organismo competente nazionale deputato all'applicazione del Regolamento europeo Ecolabel. Se si considera che il primo Regolamento è del marzo 1992, quest'anno fanno 25 anni di Ecolabel. Per tutto il 2017, dunque, si stanno succedendo tutta una serie di attività promozionali che la stessa Commissione europea ci ha sollecitato. In questo senso l'Italia è uno dei Paesi che hanno recepito maggiormente queste indicazioni europee. In questi giorni siamo qui a Verona con uno stand Ecolabel Ue presso lo spazio Afidamp, dove abbiamo esposto i prodotti del cleaning certificati dall'organismo competente italiano, sia detergenti che tessuto carta che tessili. Ieri eravamo a Bologna, per seguire il versante dei servizi di ricettività turistica, con Arpa e Regione Emilia Romagna. Tornando ad oggi, nell'ambito del con-

vegno sull'economia circolare intervorrà Riccardo Rifici, che collocherà l'Ecolabel Ue all'interno delle politiche europee e nazionali per il Green Public Procurement. Un tema di grande attualità".

D'altra parte i criteri Ecolabel sono sempre più conosciuti e strategici anche nelle gare d'appalto?

"C'è un legame molto stretto fra Ecolabel e Gpp, a partire dalle stesse previsioni del Codice degli Appalti. Alla luce del recente Correttivo, fra l'altro, è prevista l'obbligatorietà dei Cam al 100%, e se possiedi Ecolabel automaticamente dimostri la rispondenza a questi criteri evitando una serie di altre prove. Gli stessi bandi, del resto, possono richiedere esplicitamente l'Ecolabel. Occorre agire molto sulla leva strategica, perché la certificazione Ecolabel è per la maggior parte delle aziende una leva di marketing: per questo è fondamentale l'intervento del legislatore, con iniziative incentivanti e costanti nel tempo".

Ci sono criticità da risolvere?

"Il limite principale è che ancora l'Ecolabel non ha purtroppo un impatto preponderante sul mercato, se si considera che allo stato attuale le aziende certificate sul mercato sono circa 350, di cui 220 circa per i servizi e 130 per i prodotti. La promozione serve anche a questo".

Comunque è un marchio molto riconosciuto e apprezzato.

"Sì, consideri che in Europa ci sono circa 400 ecoetichette e tra queste l'Ecolabel è uno dei più noti e affidabili. L'Ecolabel è un marchio europeo rilasciato da un organismo terzo indipendente, ri-

Fra i festeggiamenti più attesi dell'edizione appena trascorsa di Pulire c'era quello per il 25 anni di Ecolabel Ue, il noto marchio europeo che garantisce che i prodotti, oltre ad avere prestazioni elevate, abbiano un ridotto impatto ambientale lungo l'intero ciclo di vita (cosa, quest'ultima, molto rilevante). A margine dell'incontro "Circular economy – 25 anni di Ecolabel Ue", svoltosi in Sala Rossini nella mattinata del 24 maggio, a cui ha partecipato insieme a **Riccardo Rifici**, presidente del Comitato Ecolabel Ecoaudit, abbiamo fatto il punto insieme a **Gianluca Cesarei**, che in Ispra (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) segue le attività Ecolabel del Servizio per le certificazioni ambientali. Nessuno meglio di lui, dunque, può rappresentarci più esaustivamente lo stato dell'arte di un marchio che, sebbene in questi anni abbia fatto passi da gigante, non è ancora noto e diffuso come meriterebbe.

Cosa state facendo per promuovere il marchio in occasione dei suoi 25 anni?

"Ispra, ente di ricerca pubblico, tra le sue molteplici attività svolge anche attività di supporto tecnico per il Comi-

entra nelle certificazioni Iso 14024 di tipo 1, per cui si basa su una logica “multicriteria”, ed è basato sul lifecycle assessment. Inoltre questi criteri guardano non soltanto alla tutela dell’ambiente ma anche alla salute del consumatore e dell’utilizzatore, agli aspetti sociali oltre che all’efficacia dei prodotti stessi, cosa non secondaria. Infatti l’Ecolabel richiede anche di soddisfare dei criteri di performance. E’ un marchio volontario ma estremamente credibile. Nel caso italiano, poi, la scelta dell’organismo terzo è ricaduta sull’organismo pubblico: i soldi che pagano le aziende per l’utilizzo del marchio vanno alle Tesorerie provinciali e non sempre rientrano totalmente nel sistema: a questo proposito si sta valutando la possibilità che le royalties annuali che le aziende investono rientrino nel circolo, a beneficio del marchio stesso e per incentivare il sistema. Ad oggi il Dm 413 del 1995 fa testo, ma è un provvedimento datato che necessita un aggiornamento”.

Ancora non c’è Ecolabel per servizi di pulizia.

“Se ne parla da un po’, doveva essere votato a giugno ma probabilmente si verificheranno slittamenti e si andrà in forma scritta tra giugno e luglio o, probabilmente a settembre. Siamo comunque in dirittura d’arrivo, perché ormai i criteri sono stati scritti e quanto prima i servizi di pulizia si andranno ad aggiungere ai servizi ricettivi diventando la seconda categoria di servizi certificabili Ecolabel”.

Il 24 maggio è per voi una giornata molto intensa...

“Sì, dopo questo convegno sulla circular economy, tutti allo stand Afidamp per la premiazione delle aziende certificate Ecolabel: gli Ecolabel Awards 2017,

arrivati alla seconda edizione, per premiare prodotti innovativi e campagne di promozione più innovative. Hanno partecipato diverse aziende, è stato un successo. Come sempre non mancheranno le piccole polemiche e i delusi, ma stavolta abbiamo cercato di accontentare tutti. Anche in quest’ottica, il premio è stato diviso in categorie: grandi organizzazioni, piccole e medie imprese e microimprese e si premieranno sia le iniziative di promozione e comunicazione del marchio Ecolabel UE risultate più significative dalle aziende titolari di contratto Ecolabel che i prodotti certificati Ecolabel più innovativi dal punto di vista ambientale”.

Ci può dare anticipazioni?

“Ad esempio abbiamo tra i premiati **Lu-cart**, prima azienda italiana del settore ad essere certificata, nel 1998, e **Sutter**. Ma ci saranno anche aziende più piccole. Dopo la premiazione, ci sarà un approfondimento sui nuovi criteri Ecolabel per i detersivi, che sono stati revisionati: manca poco per la loro pubblicazione in Gazzetta ufficiale europea, e a quel punto le aziende già certificate saranno chiamate a rinnovare la loro certificazione in funzione dei nuovi criteri, che diventano più stringenti con l’eliminazione di sostanze, la revisione delle soglie di diluizione, ecc. Durante la tavola rotonda si parlerà anche dei recenti Criteri Ambientali Minimi per il settore ospedaliero”.

Chi può richiedere il marchio, e cosa bisogna fare?

“Il marchio Ecolabel UE può essere richiesto per quei beni e servizi, destinati alla distribuzione, al consumo o all’uso sul mercato comunitario, che apparten-



gono a gruppi di prodotti o servizi per i quali siano stati definiti e pubblicati, sotto forma di Decisioni della Commissione Europea, i relativi criteri. Possono fare richiesta tutti gli operatori (produttori, fabbricanti, importatori, fornitori di servizi, grossisti o dettaglianti) che vogliono distinguersi sul mercato per il loro impegno nei confronti dell’ambiente. Il richiedente deve presentare formale domanda di concessione della licenza d’uso del marchio Ecolabel all’organismo competente italiano (Sezione Ecolabel del Comitato per l’Ecolabel e l’Ecoaudit) che, nello svolgimento della propria attività, si avvale del supporto tecnico del Settore Ecolabel del Servizio Val-Cer di Ispra. Le fasi in cui si articola la concessione della licenza di uso sono descritte nella “Procedura per la concessione della licenza d’uso del marchio Ecolabel Ue e per la vigilanza sul corretto uso dello stesso”.

Al centro di tutto c’è il ruolo del Comitato.

“Il Comitato è l’organismo interministeriale competente in materia di Emas ed Ecolabel. Il nuovo Comitato è di insediamento recentissimo, il 18 maggio scorso. I membri sono 14, sette per l’Ecolabel e sette per l’Emas, e provengono dai Ministeri dell’Ambiente, dello Sviluppo Economico, della Salute e dell’Economia e delle Finanze. Restano in carica tre anni e l’incarico può essere rinnovato solo una ulteriore volta”.



amia e le associazioni di volontariato *insieme per pulire verona*

Ospiti, a Pulire Outdoor, il presidente di Amia Andrea Miglioranzi e il direttore generale Maurizio Alfeo si sono confrontati sui progetti già avviati e quelli futuri con i presidenti di Legambiente Chiara Martinelli e degli Angeli del Bello Stefano Dindo. L'annuncio: Angeli del Bello e Legambiente, in collaborazione con Amia, daranno presto il via a un intervento mirato di pulizia delle Arche Scaligere, uno dei monumenti più noti e prestigiosi di Verona.

36
GSA
GIUGNO
2017

La cura e il decoro delle nostre splendide città sono un tema primario dovunque si parli di pulito professionale. Quando poi “sul tavolo” c'è un gioiello come Verona, tutto ciò acquista un senso ancora più profondo. Per questo è stato molto sentito il tema del talk show organizzato nella mattinata del 24 maggio, “Amia e le associazioni di volontariato: un'alleanza per la pulizia e la cura di Verona”. Il dibattito si è svolto all'interno della vasta area Amia a Pulire Outdoor. Ospiti nell'elegante salottino allestito nell'E-Shuttle 7400 Ledwall, con la moderazione di **Maurizio Pedrini**, si sono confrontati il presidente di Amia Spa **Andrea Miglioranzi**, il direttore generale dell'Azienda, **Maurizio Alfeo**, **Chiara Martinelli**, presidente di Legambiente Verona, e **Stefano Dindo**, presidente dell'Associazione Angeli del Bello, sorta nove mesi fa a Verona e affiliata a quella di Firenze.

Amia Verona, Legambiente e Angeli del Bello

Miglioranzi, dopo essersi complimentato con gli organizzatori per il successo della XXIII edizione di Pulire, testimoniata dal massiccio afflusso di visitatori, in netto incremento rispetto a due anni fa, ha messo in risalto il valore della fattiva collaborazione avviata da tempo con Legambiente e, più recentemente, con gli Angeli del Bello, su progetti di recupero ambientale, valorizzazione delle aree verdi e salvaguardia del decoro urbano. “Abbiamo imboccato la strada del coinvolgimento e della partecipazione attiva dei cittadini, incentivandoli non solo a segnalare necessità d'intervento, ma

ascoltando costantemente -anche tramite un'apposita app- le loro proposte e suggerimenti per migliorare i nostri servizi, con l'intento di rendere la città più bella e vivibile”.

Verona: smart, green e silent city

Il tutto nella prospettiva di una Verona sempre più green, smart city anche nella raccolta intelligente dei rifiuti, e silent city, con un progetto che prevede l'introduzione di macchinari di ultima generazione per la cura e la manutenzione del verde. “Innovative tecnologie grazie alle quali abbiamo a ridurre drasticamente l'impatto acustico sugli operatori, sulla cittadinanza e sull'ambiente”. Miglioranzi si è detto particolarmente soddisfatto degli esiti dell'indagine condotta lo scorso anno su scala nazionale da Confcommercio che, dopo aver preso in esame il capoluogo scaligero insieme ad altre cinque città italiane, ne ha decretato il primato quanto a gradimento dei cittadini per la pulizia della città.

Verona “capitale del pulito”

Il 71% dei cittadini veronesi, infatti, si è dichiarato soddisfatto dell'igiene e del decoro della propria città, distanziando importanti città come Bologna (49%), Torino (48%), Napoli (22%), Roma (9%), Palermo (7%). “L'impegno di Amia” ha concluso Miglioranzi “sarà sempre quello di garantire alla nostra bellissima Verona, anche grazie all'apporto del volontariato attivo, la massima pulizia ed igiene”. Dal canto suo, Alfeo ha sottolineato come oggi Amia Verona, con oltre 600 dipendenti, attraverso l'acquisizione dei più so-



fisticati sistemi di raccolta e trattamento dei rifiuti urbani e speciali, unita all'ampia gamma di attività, possa offrire alla cittadinanza e ai partner elevati standard di qualità: "Ci poniamo sul mercato come un'azienda dinamica ed efficiente, che dispone di operatori competenti e motivati, in grado perciò di soddisfare le richieste provenienti sia dai comuni che da realtà aziendali private".

Anche gli Angeli amano il Bello!

Presentando gli Angeli del Bello, Dindo ha spiegato come l'associazione, che ha già concluso accordi e appositi protocolli di collaborazione con Amia, Comune di Verona e Fondazione Giorgio Zanotto, intenda promuovere e coordinare progetti e azioni di volontariato volti a migliorare il decoro e la bellezza di Verona. "Il nostro principale obiettivo", ha precisato, "è quello di mettere in contatto i volontari, costruire una rete di relazioni e collaborare con altre associazioni e organizzazioni presenti sul territorio". Gli Angeli del Bello si propongono, in particolare, di ripristinare, mantenere e migliorare il decoro e la bellezza di Verona; operare nel rispetto delle norme di legge a tutela dell'ambiente, per migliorare la qualità e il decoro urbano tramite azioni volte alla riduzione del degrado, in un percorso condiviso tra cittadini, Comune, Sovrintendenza, Forze dell'Ordine, Amia e altri soggetti. In questi primi mesi di attività sono state già promosse azioni di coinvolgimento attivo dei soci per il mantenimento del verde pubblico, la ripulitura di scritte vandaliche come quella, gigantesca, presente nella chiesa romanica di Santo Stefano, la rimozione di adesivi dai cartelli stradali, la manutenzione di parchi e altro.

Grande attenzione all'educazione

"Si è inoltre deciso", ha concluso Dindo, "di dedicare una particolare attenzione al coinvolgimento delle scuole,



incluso il mondo universitario, al fine di promuovere l'educazione al senso civico partendo proprio dai giovani e giovanissimi. Per questo abbiamo già effettuato incontri con gli alunni delle scuole primarie Ippolito Nievo, in città, e Novaglie, in Valpantena". Infine Martinelli, ricordando la proficua collaborazione avviata fin dal 2013 con Amia per la salvaguardia del parco dei Bastioni di SS. Spirito, San Bernardino e San Zeno, ha espresso apprezzamento al supporto che Amia ha saputo fornire costantemente a Legambiente, su tante innovative progettualità sviluppate a Verona dall'associazione per dare ampia risonanza ai positivi concetti di miglioramento ambientale e partecipazione attiva dei cittadini, a partire dalla Campagna "Puliamo il mondo". Una partnership consolidata, tra l'altro, grazie alla convenzione siglata lo scorso da Legambiente con la Casa Circondariale di Montorio per l'utilizzo di alcuni detenuti del

carcere nella gestione del Parco delle Mura. "Stiamo lavorando con Amia e gli Angeli del Bello", ha annunciato in chiusura la presidente, "anche per un intervento mirato di pulizia delle Arche Scaligere, uno dei monumenti più noti e prestigiosi della nostra città".



i dealer del cleaning.... *visti da vicino*

Per conoscere il panorama del mercato dei dealer del cleaning professionale, niente di meglio che dare un'occhiata all'indagine AfidampCom-Cerved, presentata a Verona il 23 maggio, che qui sintetizziamo nei suoi dati essenziali. Il panorama è ancora molto polverizzato, con ampi margini di crescita ma non poche criticità da affrontare. Fatturato a segno "più" per due aziende su tre. Internet sempre più utilizzato come canale di vendita e marketing.

38
GSA
GIUGNO
2017

Come sta cambiando il ruolo dei dealer della pulizia professionale? Qual è l'andamento del mercato, e quali le tipologie dei suoi attori? Quali trend si possono delineare per il futuro?

L'indagine AfidampCom-Cerved

Per rispondere a queste domande, e fare il punto su molte altre questioni che riguardano i distributori del settore, AfidampCom, sempre sensibile ai temi del monitoraggio puntuale ed approfondito delle dinamiche settoriali e di mercato, promuove da qualche anno un'indagine sul "Mercato italiano della distribuzione nel professional cleaning". Quest'anno, per la prima volta, l'associazione dei commercianti di prodotti, macchine e sistemi per il cleaning professionale si è avvalsa della collaborazione di Cerved, e i risultati sono stati resi noti a Pulire, presso lo stand Afidamp, nel primo pomeriggio del 23 maggio. Presenti **France-**

sco Bertini, presidente AfidampCom, **Carmine Iuliano**, marketing solutions Cerved, e **Manuela Bravo**, Responsabile area prodotti e progetti Cerved.

La scelta di Cerved

"Il settore della distribuzione nel professional cleaning si dimostra ancora una volta dinamico e capace di intercettare le esigenze dei clienti, anche grazie al supporto delle nuove tecnologie – commenta Francesco Bertini, presidente di AfidampCom – Innovazione è la parola d'ordine per il futuro; un futuro che il settore vede positivamente, anche grazie ad un 2016 che ha dato buoni risultati. Abbiamo scelto Cerved Marketing Solutions per dare una marcia in più alla nostra indagine – continua Bertini – abbiamo così aumentato il numero delle aziende coinvolte e recepito nuovi elementi utili per analizzare il settore e favorire la crescita. In particolare, abbiamo riscontrato una richiesta d'aiuto delle aziende sul fronte della formazione e ci impegneremo nei prossimi mesi per offrire servizi concreti in questa direzione".

Gli obiettivi e lo scenario indagato

Fra gli altri obiettivi strategici, quello di identificare punti di forza e di debolezza del settore e inquadrare il ruolo e l'attività dell'associazione nel mercato di riferimento. "La prima cosa che abbiamo fatto – hanno detto i due rappresentanti di Cerved – è stata quella di delimitare l'universo del settore: delle 1000 aziende indicate da AfidampCom, circa 850 risultano tuttora attive. Si stima tuttavia che possano es-



serci oltre 500 aziende circa non presenti nell'universo di partenza, per un totale di circa 1350 unità. Complessivamente si può stimare che il fatturato da esse generato ammonti a circa 2 miliardi di euro".

Il campione studiato

Ora, a partire da questo universo, si è isolato un campione di circa 257 aziende alle quali è stato somministrato un questionario ad hoc. Le interviste sono state condotte al telefono in modalità B2B da intervistatori specializzati, secondo metodologia C.a.t.i., al titolare o al responsabile degli acquisti aziendale. Il periodo è stato aprile-maggio 2017. Cerved ha stimato anche il margine di errore, che si aggira intorno al 5,6%, con una probabilità del 95%.

I dati

Ma veniamo ora alla parte più interessante, che sono i dati: il primo riguarda le classi di fatturato: a fronte di oltre metà delle aziende (52,7%) dal fatturato che non supera il milione di euro, ce n'è un quarto (24,2%) che supera



i 2,5 milioni di euro, e incide sul settore per il 62% contro il 15,8% delle realtà più polverizzate. Relativamente poco rappresentata la fascia di mezzo, tra il milione e i 2,5: in tutto poco più di 1/5 del mercato, con un'incidenza anch'essa intorno al 20%. di fatturato: più nel dettaglio, le aziende con fatturato tra 1 e 1,5 milioni rappresentano il 12,7% e coprono il 9,5% del fatturato complessivo generato dai player del mercato, mentre quelle con fatturato tra 1,5 e 2,5 milioni rappresentano il 10,4% e coprono il 12,4% del fatturato complessivo generato dai player del mercato. Gli elementi dell'offerta che maggiormente impattano sono i prodotti chimici e i consumabili. A seguire macchinari, attrezzature, servizi e noleggio. Si stima che i primi generino circa 680 milioni di volume d'affari, i prodotti di consumo intorno ai 500, le macchine 350 e le attrezzature 260. I servizi di assistenza e il noleggio si aggirano fra i 120 e i 150 milioni. Se ci spostiamo sul versante delle tipologie di

clienti, notiamo il balzo dell'Ho.re.ca, che non a caso è fra le tipologie maggiormente ricercate e sviluppate dai dealer: siamo a quota 530 milioni, seguiti dai 500 delle imprese (zoccolo duro storico) e dai 370 dell'industria. Non raggiungono i 200 sanità ed enti pubblici (170). A scendere artigiani e Gdo con 120. Confermata anche la dimensione molto ridotta delle aziende: il 43,5% conta meno di 5 addetti, mentre nemmeno una su 10 ne ha oltre 20, il 27% tra 5 e 10 e oltre il 20% tra 11 e 20.

Nuovi clienti o fidelizzazione?

Quanto pesano i nuovi clienti acquisiti annualmente? Non poco ma nemmeno troppo, è la salomonica risposta: infatti parliamo mediamente del 10% sul totale. Solo per un quarto delle aziende valgono di più: mancanza di dinamismo o preoccupazione più di consolidamento e fidelizzazione che di acquisizione di nuovi clienti? La sentenza è davvero ardua... ma il dato di fatto è che i 2/3 dei clienti sono rappresentati da soggetti già fidelizzati che effettuano acquisti continuativi.

Verso il dealer "di servizio"?

Un altro fronte su cui i "com" si stanno attrezzando sempre più (e sempre meglio) è quello dei servizi: ormai quasi tutti li prevedono -quasi 9 aziende su 10-, e ben 7 aziende su 10 offrono anche servizi di manutenzione. Molto presente anche la formazione, erogata da 2 soggetti su 3 (oltre il 65%). Sulla formazione Cerved ha fatto un focus molto interessante: a preoccuparsene maggiormente sono le aziende più grandi e strutturate. In particolare, nelle realtà con oltre 20 addetti e un fatturato superiore ai 2,5 milioni c'è maggiore concentrazione sulla formazione in area

reflexx®

E SEI IN MANI SICURE!



INNOVAZIONE • QUALITÀ • SICUREZZA • COMPETITIVITÀ

reflexx®

www.reflexx.com

REFLEXX S.p.a. Via Passeri, 2 - 46019 Viadana (MN) Italy
Tel. +39 0375 758 891 - Fax +39 0375 464504 - email: contatti@reflexx.com



organizzativa e commerciale. La sicurezza, accanto a corsi di natura più tecnico-operativa, viene privilegiata dalle medie realtà (tra il milione e mezzo e i 2,5, con addetti da 11 a 20). Geograficamente, meno attive sono le aziende del sud e delle isole, oltre a quelle più piccole. Un dato che non meraviglia certo gli addetti ai lavori è la scoperta che circa il 60% delle realtà è a conduzione familiare, caratteristica che si nota soprattutto nelle aziende di dimensioni più ridotte e, a livello geografico, nel Nordovest.

La crisi ha colpito?

C'è crisi? Stando ai dati presentati, non molto: per i 2/3 delle aziende il fatturato è cresciuto nell'ultimo anno (incremento medio +10,4%), mentre per solo 1 azienda su 10 è diminuito: in media del 13%. Quasi un quarto delle aziende, inoltre, hanno messo il segno "x" sulla schedina, cioè fatturato invariato. Le previsioni registrano cifre analoghe, anche se in molti casi prevale il pessimismo o, se non altro, l'attendismo: due aziende su tre vedono rosa, con aumenti medi intorno agli 11 punti percentuali. Per l'8% ci sarà una contrazione, mediamente significativa (oltre il 17%). A prevedere lo stallo sono un terzo delle aziende. I più ottimisti, comunque, sono i big: al crescere del fatturato, infatti, cresce anche l'ottimismo per l'anno in corso, che contagia l'86% delle aziende con oltre 20 addetti.

La promozione... corre in rete

Veniamo ai mezzi di promozione: il principale resta il sito internet aziendale, precisamente per il 56,7% delle aziende, che salgono quasi al 70% fra chi fa anche noleggio di attrezzature. Circa il 30% privilegia ancora il contatto diretto, mentre tam tam e social network si attestano entrambi intorno al 22%. A seguire campagne e-mail, cataloghi, depliant, fiere e comunicazione mirata sui canali del settore, tutti tra il 9 e il 15%. I canali di vendita maggiormente utilizzati sono ancora quelli diretti e tramite agenti, rispettivamente nel 41 e nel 60% dei casi (ovviamente le cose non si escludono). Fra le aziende più grandi, quasi 9 su 10 vendono principalmente attraverso la rete di agenti, mentre il contatto-vendita diretto prevale nella metà delle aziende micro.

Pagamenti in ritardo, frammentazione, margini ridotti

Fra le criticità, i ritardi dei pagamenti levano ancora il sonno agli imprenditori: sono il 31% le aziende che se ne lamentano, ma la cifra schizza a quasi il 50% se parliamo di realtà che servono tra i 300 e i 500 clienti. Fra le altre falle, molti segnalano la riduzione dei margini (18,5%, molti nel Nord-est) e la frammentazione del mercato (17%). Restano anche i residui di un'antica guerra, quella con i produt-

tori che fanno vendita diretta: a soffrire ancora di questa concorrenza sono quasi 13 "com" su 100. Fra gli altri problemi evidenziati, oltre 1 su 10 ci mette l'assenza di credito.

I punti di forza

Dopo le criticità, i punti di forza: per il 36,5% è ancora il rapporto diretto con il cliente, dato che sale al 46 per le aziende con 100-200 clienti, a testimonianza dell'importanza che ha ancora, in Italia, la classica stretta di mano. Un'azienda su 4 mette al primo posto la competenza, e una su 5 la validità dell'offerta. Per quasi 15 aziende su 100, importante è la presenza capillare sul territorio.

Quanto pesa l'innovazione?

In tempi di veloce innovazione, vale la pena spendere qualche parola anche sulle opportunità che prodotti innovativi offrono alle aziende: oltre la metà degli intervistati vede nell'innovazione un'opportunità di crescita, dato che sale di 10 punti per chi ha da 2 a 300 clienti. Un quarto delle aziende si affida al noleggio (un terzo nel caso dei big). Meno convincenti sono le macchine e l'usato.

Il ruolo di AfidampCom

Veniamo al ruolo e alle prospettive di AfidampCom: una partita decisiva la giocherà la capacità dell'associazione di rispondere al bisogno di formazione, visto che il 16,6% lo richiede e oltre il 13% chiede informazioni più dettagliate sul mercato. Non manca chi, anche se sono pochi (nemmeno il 4%) vedrebbe bene l'associazione in un ruolo di arbitro "super partes" che garantisca la correttezza del mercato e della concorrenza. Per 1 intervistato su 10, va detto, le cose vanno bene come sono, e l'associazione sta facendo ciò che deve. Restano comunque ancora molti, quasi un quarto degli intervistati, quelli che conoscono l'associazione solo di nome.



evogen
PROFESSIONAL

evogen
PROFESSIONAL

Immergiti in una pulizia più intelligente

Evogen Professional, I prodotti per la pulizia
che utilizzano la scienza per riportarti al
controllo del tempo e del denaro.

Scopri di più

evogenprofessional.com

Per informazioni contattare Claudio Cherubini
mail: CC@GenesisBioSciences.com

Parte della famiglia di Genesis Biosciences

La nostra gamma di prodotti include:

General Purpose Biocleaner

Odour Neutraliser

Exterior Hard Surface Cleaner

eco-benign®
by genesis

tra nuovo ecolabel e codice degli appalti (corretto): *quali ricadute per il cleaning?*

Nel pomeriggio del 24 maggio scorso, presso l'area seminari Afidamp, a Pulire, una tavola rotonda promossa da Afidamp, Ispra e Punto 3 ha messo a fuoco i nuovi criteri dell'Ecolabel per la detergenza e i recenti Cam Ospedalieri. Quale scenario si profila per il cleaning professionale?

42
GSA
GIUGNO
2017

Ammettiamolo: non è sempre facile orientarsi fra gli innumerevoli cambiamenti che, a ritmo sempre più sostenuto, stanno interessando in questi ultimi anni il settore del cleaning professionale. Ben vengano, dunque, iniziative di informazione e formazione come quella organizzata da Afidamp, Ispra e Punto 3 il 24 maggio scorso, presso

l'area seminari Afidamp, per mettere a fuoco temi caldi come quelli dei nuovi criteri Ecolabel per i detergenti e i recenti Criteri Ambientali Minimi per il settore ospedaliero.

La tavola rotonda

“Nuovo Ecolabel Ue detergenti e Cam ospedalieri: quale scenario per il settore della pulizia professionale” il titolo dell'evento, moderato da **Paolo Fabbri** di Punto 3, a cui hanno partecipato **Riccardo Rifici**, del Ministero dell'Ambiente, **Raffaella Alessi**, dell'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale (Ispra), **Laura Salvatore**, della Centrale d'Acquisto Regione Veneto, e **Marco Niro**, dell'Agenzia Provinciale per la protezione dell'ambiente della Provincia di Trento.

I nuovi criteri

Una parte del dibattito seguita con particolare interesse dai presenti è stata quella relativa ai nuovi criteri Ecolabel per i detergenti, stabiliti a fine gennaio e presentati in anteprima proprio a Pulire da Raffaella Alessi: come è noto, periodicamente questi criteri vanno soggetti a revisione (in senso restrittivo), e i produttori che vogliono mantenere le registrazioni Ecolabel sono tenuti ad adeguarsi, ad esempio non utilizzando più particolari sostanze o modificando alcune fasi dei processi produttivi. E' però sempre bene iniziare con un po' di numeri: di quante aziende e prodotti stiamo parlando? Se ci limitiamo ai Gruppi Detergenza, il più alto numero di licenze lo troviamo nei detergenti multiuso/ servizi sanitari, con 22 licenze, seguite dalle 13 dei detersivi per piatti. Poi vengono le 6 licenze per i detergenti per lavastoviglie automatiche industriali o professionali, 5 per i detergenti per bucato e 1 per lavastoviglie.

Le differenze

Diciamo subito che per tutti e sei i Gruppi di Prodotto, la maggior parte dei criteri ad oggi vigenti sono ancora importanti. Non mancano però le correzioni, più o meno impattanti, come quelle sui campi di applicazione e le soglie limite applicabili alle sostanze in ingresso. Nei nuovi criteri si assiste a un'armonizzazione fra i diversi GdP (ad esempio nomi dei criteri e sostanze pericolose), e significative modifiche nella scrittura dei criteri: chimica all'inizio, packaging, idoneità all'uso



e informazioni alla fine. Importante è anche l'estensione da 4 a 6 anni del periodo di validità dei criteri, con un periodo di transizione di 18 mesi per gli Apc e di 12 per gli altri. Veniamo ora alle principali differenze: innanzitutto le soglie di misurazione più stringenti. Le sostanze specifiche vengono escluse a prescindere dalla concentrazione; gli isotiazolinoni sono ammessi alla concentrazione dello 0,0050% massimo. Nella formulazione, è richiesta la conformità ai criteri ecologici per tutte le sostanze superiori allo 0,010%, tranne per conservanti, profumi e coloranti che devono sempre essere inseriti. Cambia qualcosa anche sul fronte biodegradabilità, e vengono ri-fissati i valori di riferimento per le sostanze organiche contenute nel prodotto che non sono biodegradabili aerobicamente. Vengono inserite anche specifiche previsioni per quanto concerne l'olio di palma e le sostanze da esso derivate: le sostanze usate nei prodotti derivate dall'olio di palma o di palmisti provengono da colture che soddisfano i requisiti di un sistema di certificazione per la produzione sostenibile basato su organizzazioni composte da diverse parti interessate ad ampia partecipazione, comprese le ONG, l'industria e le amministrazioni pubbliche e che tiene conto degli impatti sull'ambiente, compresi i suoli, la biodiversità, gli stock di carbonio organico e la conservazione delle risorse naturali. Il quinto criterio prevede un elenco delle sostanze escluse o soggette a restrizione, quindi si rivedono anche le indicazioni di pericolo, ad esempio con l'aggiunta di H420 per le sostanze che danneggiano l'ozono. Per i tensioattivi, sono state eliminate le soglie delle percentuali e H411. E' prevista una deroga per la subtilisina, ed è stata invece rimossa la deroga H412 per le fragranze. Venendo all'armonizzazione, è stato aggiunto un requisito analogo ai biocidi sul bioaccumulo per i coloranti; è stato aggiunto un requisito sugli enzimi (si possono usare solo

Dai Cam ospedalieri al correttivo 56/17

Ma non si è parlato solo di nuovi criteri Ecolabel. Rifici ha toccato un altro importante argomento: i nuovi Cam Ospedalieri e soprattutto le novità introdotte dal Correttivo al Codice degli Appalti 56/2017, da molti definito praticamente un "secondo Codice", recentemente approvato ed entrato in vigore un anno dopo il 50/16. Molte sono le novità di rilievo anche a questo proposito: ad esempio i correttivi all'art. 34, ove si introduce l'obbligatorietà dei Cam al 100% a prescindere dall'importo; inoltre c'è l'obbligo di inserimento dei criteri etici sociali nelle gare d'appalto, specie in settori ad alta intensità di manodopera come pulizie e ristorazione, e la soglia massima al 30% fissata per il prezzo nelle gare aggiudicate con il criterio Oe+v. Correttivi che non sono affatto trascurabili, così come non lo saranno gli effetti che si vedranno nei prossimi mesi. Si è però tornati anche su un punto storicamente dolente, e cioè quello del controllo. Lo abbiamo detto spesso: senza un accurato controllo e verifica tutto rischia di andare in fumo. A questo proposito, dal dibattito è emersa anche l'opportunità, già in fase di presentazione dell'offerta, di essere molto chiari con le stazioni appaltanti. Per essere ancora più diretti: dealer e imprese non dovrebbero limitarsi a presentare cataloghi di prodotti, ma offerte effettivamente congrue con quanto richiesto dai Cam. Insomma c'è bisogno della massima collaborazione da parte di tutti gli operatori economici.

enzimi incapsulati in forma solida e liquidi/ semiliquidi). Toccato anche il packaging: quello con almeno l'80% di materiale riciclato non deve soddisfare tutti gli altri requisiti come quelli, a loro volta rivisti, del valore di R, il criterio sul design finalizzato al riciclo e quello del packaging take back systems. Cambiamenti anche sull'idoneità all'uso: il test viene eseguito nelle condizioni peggiori, ad esempio alla temperatura più bassa raccomandata dal produttore; il riferimento al framework per ogni GdP; possibile test alternativo se approvato preventivamente dal Gb.

I casi virtuosi, dal Trentino al Veneto

Non è mancata la presentazione di casi virtuosi, a partire da quello del Veneto, presentato da Laura Salvatore, del Gruppo di lavoro regionale sul Gpp: la Regione Veneto, sulla scorta delle indicazioni nazionali che sottolineano l'importanza dell'azione delle Regioni in tal senso, si è dotata di un piano d'azione regionale per gli acquisti verdi. Altrettanto all'avanguardia, in questa materia, è la Provincia Auto-

noma di Trento, che già dal 2010- anticipando l'obbligo introdotto nel febbraio 2016 dalla Collegato ambientale poi recepito nel Codice degli appalti ha formalizzato con una apposita delibera di giunta l'obbligo del Gpp nei propri appalti.

presentata a verona la “galassia dei servizi” atto secondo

Presso lo stand Afidamp, il 24 maggio, il presidente di Scuola Nazionale servizi Alberto Ferri e il direttore operativo SNS Vittorio Serafini hanno presentato i dati della seconda edizione della Galassia dei Servizi, che testimoniano il calo complessivo della “galassia pulizie”: a farne le spese sono soprattutto le piccole e medie imprese, schiacciate da un mercato pubblico che ricorre alla centralizzazione degli acquisti mediante aggregazione della domanda.



Vittorio Serafini



so del FM, circa il 4% del Pil nazionale): in sostanza si vede come le pulizie professionali rappresentino il 20% del settore del FM italiano.

Fra pubblico e privato

In quest’ambito, il mercato pubblico rappresenta circa il 40% del business complessivo. Il privato, con moltissimi settori coinvolti (dall’edilizia all’industria alle banche, dalla Gdo a telefonia, assicurazioni, Horeca, grandi aziende, uffici, istituti privati, ecc.) e spinto dalla crisi, cerca il contenimento dei costi, riducendo anche la frequenza dei servizi. Un discorso analogo, anche se un po’ più complesso, si può fare per il pubblico, che rappresenta la restante fetta della “torta” delle pulizie professionali (60%). L’Anac ha comunicato che nel 2014 l’importo a base d’asta per le pulizie si è aggirato sui 3 miliardi (teniamo presente che ci sono state mega convenzioni miliardarie), che si aggiungono alle proroghe dei contratti già in essere. In tutta Europa, negli ultimi anni, i governi sono stati costretti a ricorrere a strumenti di risparmio del denaro pubblico, e gli interventi in Italia sono stati pesanti, fra tagli lineari e ricorso a una forte aggregazione della domanda attraverso i soggetti abilitati a livello nazionale e locale (ad oggi

Seconda edizione, nel giro di pochi mesi, per la bellissima ricerca “La galassia dei servizi”, realizzata da Scuola Nazionale Servizi e presentata a Pulire, presso lo stand Afidamp, il 24 maggio. A scattare la fotografia sono stati il presidente e il direttore operativo di Fondazione Sns, rispettivamente **Alberto Ferri** e **Vittorio Serafini**. “La prima novità –ha detto Serafini- è che stavolta i settori non sono più 7, ma 9. Il quadro è dunque completo: Ambiente e igiene urbana, Attività culturali, Energia e manutenzione, Lavano e sterilizzazione, Logistica e trasporti, Pulizie professionali, Ristorazione collettiva, Servizi alla persona, Vigilanza”.

La crisi e la spending review hanno fatto le loro vittime

I trend messi in evidenza riguardano il periodo 2013-2015, con particolare focus sul 2015. I numeri iniziano a mostrare alcune crepe nel sistema:

e non poteva essere altrimenti, visto il calo generale dell’economia, quindi dell’indotto, che ha messo in crisi il mercato privato, unitamente alle politiche di centralizzazione/aggregazione degli acquisti e tagli lineari nel pubblico. Pensiamo soprattutto a certi settori, come quello sanitario, e alle mega gare che di fatto tagliano fuori dalla partecipazione diretta la stragrande maggioranza delle imprese.

Le pulizie professionali

Se ci concentriamo sul settore delle pulizie professionali, tenendo come riferimento l’anno 2014, non tardiamo a comprendere come l’intero sistema sia in calo, e ad essere schiacciate sono soprattutto le Piccole e medie imprese, che come è noto rappresentano il nerbo del comparto. Il fatturato complessivo, calcolato sulle imprese che fatturano oltre 100mila euro, ammonta a circa 11 milioni di euro (su un totale di circa 60milioni per il comples-

sono 32). Preoccupante è il fatto che, nonostante le raccomandazioni europee recepite nel Codice degli Appalti, la dimensione media delle gare e soprattutto dei lotti, almeno fino al 2014, abbia continuato a crescere: dal 2011 al 2014, appunto, la dimensione media dei lotti si è impennata del 33%, cosa che ha tagliato fuori buona parte delle Pmi.

Le Pmi soffrono

Il risultato, numeri alla mano, è stato quello di una compressione verso il basso dell'intero sistema: dal 2013 al 2014, ad esempio, il numero di imprese è calato sensibilmente, portandosi da 5245 a 4851, una cifra inferiore addirittura al 2012, quando sfioravano le 5200. Il dato è ancora più allarmante se prendiamo il focus 2015, che conta circa 3880 imprese: un netto calo, insomma. In proporzione cala meno il fatturato, che comunque scende dagli 11.640 milioni del 2013 agli 11 e mezzo del 2014, per poi portarsi nel 2015 intorno ai 10 miliardi. Segno meno anche per i dipendenti: nel 2013 erano 334.335, un anno dopo 332.778 e nel 2015 nemmeno 295mila. Se si ingrandisce ancora di più il dettaglio, si scopre che a soffrire maggiormente sono proprio le realtà meno strutturate: dal 2012 al '14, infatti, mentre restano sostanzialmente stabili le grandissime (una decina in tutto fatturano oltre 100 milioni) e quelle tra i 50 e i 100 (che anzi crescono da 14 a 16) e tra i 10 e i 50 (circa 130), il grande calo si segnala al di sotto della soglia dei 10 milioni, dove si collocano circa 5mila aziende. Tra il milione e i 10 c'erano nel 2012 e nel '13 circa 1325 realtà con circa 125mila dipendenti, mentre nel 2014 erano già 1275 con un numero di dipendenti inferiore alle 123mila unità.

Un settore polverizzato

Al di sotto, nell'ampia fascia 100mila euro-1 milione, il calo è ancora più consistente: da oltre 3700 a poco più



di 3400, con dipendenti in picchiata di 5mila unità fra il '13 e il '14. Nel frattempo, però, i dipendenti delle grandissime sono aumentati di circa 10mila operatori, portandosi da 41mila nel 2012 a 51mila due anni dopo, e così anche quelli delle imprese di seconda fascia (50-100 milioni di fatturato). Il numero dei dipendenti inizia a calare sensibilmente dalla fascia intermedia 10-50, con un calo di 5mila unità all'anno (da 75mila nel 2012 a 65mila nel '14). I primi dati 2015 sembrano confermare il calo del settore: crescono i big, che da 9 (2014) diventano 11, con un numero di dipendenti in lieve calo ma sostanzialmente stabile (quasi 49mila), calano lievemente (da 13 a 16) i 50-100 milioni (ma per effetto probabilmente dell'entrata di alcuni fra i top), ma la vera e propria débacle riguarda gli altri: la fascia 10-50 regge ancora ma cala a 119 unità, mentre gli 1-10 milioni crollano a 1163 con 110mila addetti e i più piccoli (100mila-milione) si attestano a 2500 circa con oltre 12mila dipendenti meno del 2014. E anche se non c'è relazione diretta fra la riduzione del numero delle imprese e il notevole calo degli occupati, senza dubbio siamo di fronte a un intero sistema in sofferenza.

C'è da riflettere...

Non sfugga il rapporto fra il numero dei top player e la stragrande maggioranza del mercato: il 3,2% delle imprese produce quasi il 58% del VdP totale del comparto. A ciò si aggiunga che oltre il 35% del mercato è sviluppato da circa 30 imprese, che producono oltre il 70% degli utili del settore, e che più alto è il valore del fatturato, maggiore sarà il rapporto utile/VdP. Questo si potrebbe spiegare con il fatto che i pochissimi grandi player che hanno accesso alla maggioranza del mercato pubblico possono garantirsi utili notevolmente superiori alla media del resto del mercato: e risulta difficile credere che ciò possa tradursi, come nelle intenzioni di chi centralizza gli acquisti mediante aggregazione della domanda, in un reale risparmio per lo Stato. Tutti dati ed evidenze che, se uniti alla crescente sofferenza delle realtà medio-piccole, devono se non altro fare riflettere.

feni fa il punto sul cleaning europeo

Pulire è stata l'occasione, per Feni, di presentare i dati del settore a livello europeo. Un comparto in crescita ma che sta cambiando i suoi modelli e paradigmi. Ecco il quadro 2016 (su dati 2014) presentato da Andreas Lill, Direttore Generale di Feni.

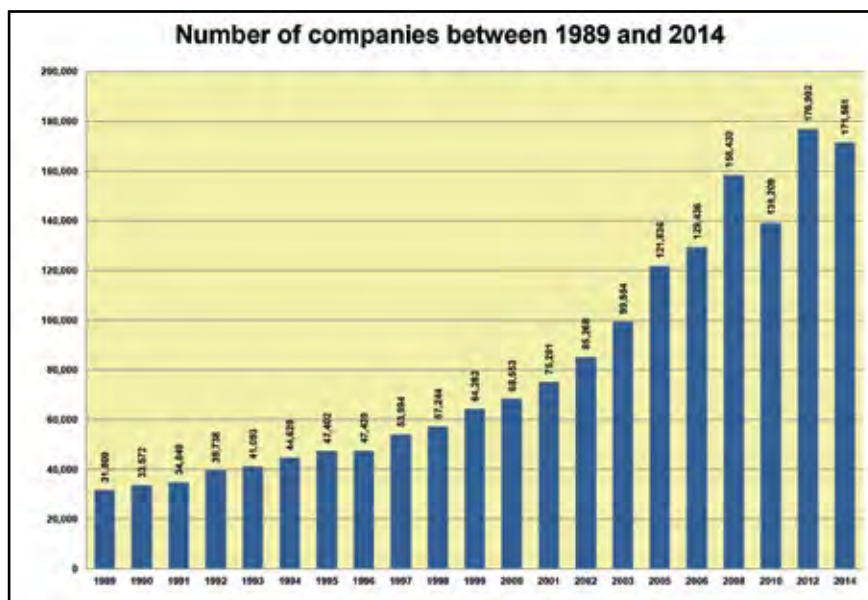
Key figures of survey 2016 (data 2014)

- Turnover: 73,9 billion €
- Market penetration: 65%
- Cleaning companies: 171.500
- Employees: 3,39 million
- Part-time work: 66%
- Average duration of work per week: 23 h
- Proportion of women: 73%

Come sempre, Pulire è anche l'occasione per fare il punto su ciò che sta succedendo oltre i confini d'Italia. Quest'anno poi è stata un'edizione particolare, visto che le presenze dall'estero, fra delegazioni e visitatori professionali, sono balzate in alto a doppia cifra, con un +20,5% (da 4.034 a 4.863), per arrivare al 30,2% sul totale (16.144, anche questo dato generale in crescita del 6,6% sui 15.136 del 2015).

L'impegno di Feni

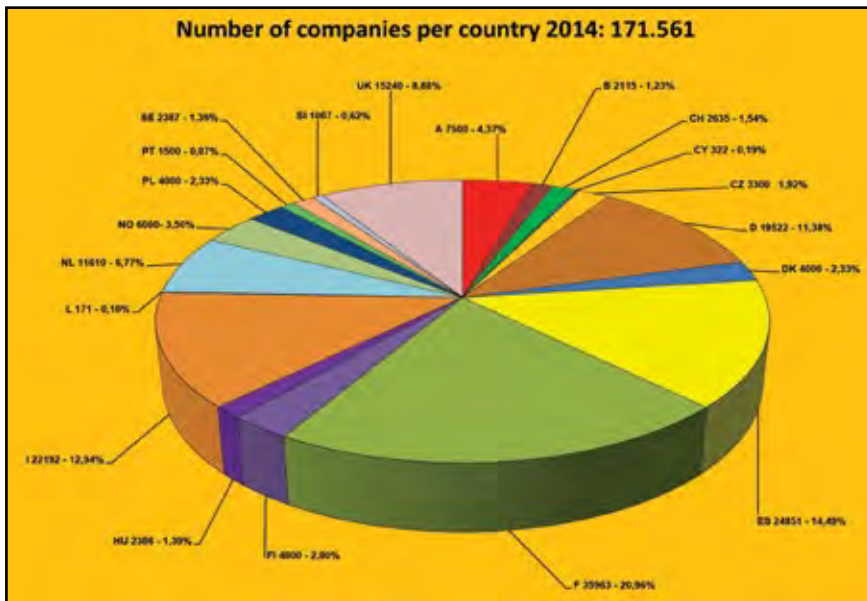
Non stupisce, dunque, che sia stato scelto il palcoscenico veronese per presentare i dati europei sul settore del cleaning professionale. Interessanti i dati presentati da **Andreas Lill**, Direttore Generale di Feni – Federazione Europea delle Imprese di Pulizia, che ha fatto il punto sul “Peso del settore in Europa”. Prima Lill ha presentato il ruolo della Feni, attiva dal 1987 (ma operativa a tutti gli effetti dal 1989), con 3 membri permanenti dello staff a Bruxelles e 17 associazioni da 16 paesi (Austria, Belgio, Cipro, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Italia (con Anip-Confindustria e Legacoop Servizi), Lussemburgo, Olanda, Norvegia, Slovenia, Spagna, Sve-



zia, Svizzera e Regno Unito. Feni è riconosciuta come la rappresentativa del settore ed è formalmente consultata dalla Commissione Europea. “Feni ha tre missioni strategiche: definire una policy professionale e tutelare gli interessi dei cleaning contractors; promuovere la professionalizzazione del settore; incrementare la conoscenza e l'immagine del settore”.

Il ruolo di una rappresentatività europea

“E' importante -ha sottolineato Lill- che vi sia una rappresentatività europea, perché ormai il 75% delle legislazioni nazionali sono definite a livello europeo, sia sotto il profilo sociale, sia sotto quello economico”. Questo ha ancora più valore nella specifica situazione del settore del cleaning, dove



l'unione fa la forza e lo scambio di conoscenze, contatti ed esperienze porta reciproco arricchimento.

Un settore "labour intensive" e molto femminile

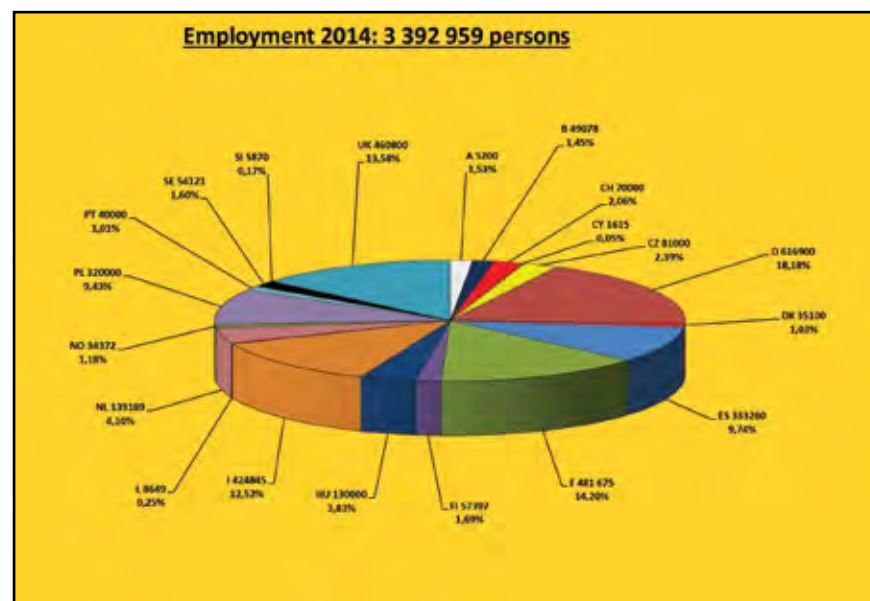
Come sappiamo, siamo di fronte a un settore molto particolare, con le sue ben note specificità: "E' un settore ad alta intensità di manodopera, con un costo del lavoro che incide fra l'80 e il 90%, una competizione basata sul prezzo e la continua rincorsa al prezzo più basso. Tutto ciò può portare a una concorrenza poco trasparente, con ricadute non positive sugli aspetti sociali. In questo senso Feni lavora intensamente con attività di lobbying, partecipando a consultazioni della Commissione europea, promuovendo il dialogo sociale a livello europeo e collaborando con altre associazioni in Europa.

I numeri del settore in Europa

Tra queste attività c'è anche quella di monitorare il peso del settore a livello europeo fin dal 1989, con questionari mirati. L'ultimo survey, elaborato nel 2016, si riferisce ai dati 2014. Ed entriamo qui nel vivo: il turnover complessivo è stato di 73,9 miliardi di euro, con una penetrazione del mercato del 65% e 171,500 imprese che im-

piegano 3,39 milioni di addetti. Ancora molto alto il part-time, che riguarda due operatori su 3 (il 66%), e la componente femminile (ancora più alta: il 73%). La durata media dell'orario di lavoro per settimana è di 23 ore. "Negli ultimi 25 anni il settore è cresciuto moltissimo, seguendo la spinta all'esternalizzazione e alla terziarizzazione dei servizi. Ciò spiega l'aumento del giro dai 12,8 miliardi agli attuali quasi 74 (crescita media del 9,5% per anno), con una penetrazione del mercato che si è impennata da 43 a 66%. E' decollato anche il numero di aziende: da 31.800 a 171.500, e il numero

degli addetti (da 1,6 a 3,4 milioni)". Una torta in cui l'Italia ha ancora un ruolo importantissimo, con l'11,35% del mercato (quarta dopo Germania, Regno Unito e Francia). Se si considerano i settori del mercato, gli uffici sono ancora tra i più importanti, ma negli ultimi 20 anni si va riducendo costantemente dal 67,6% del 1995 al 51,8% del 2014. Molto cresciuti sono i servizi speciali e collegati (sanità, scuole, trasporti pubblici, retail, servizi alla persona, servizi associati, reception, aree verdi...), che stanno crescendo costantemente e si sono portati dal 13,3% del 1995 al 31,9% del 2012 (ultimo dato disponibile). L'Italia ha un ruolo guida anche nel numero delle imprese: 22.192, cioè quasi il 13%, dietro Francia (con il 21%), Uk (8,9%), Spagna (14,5%), ma davanti alla Germania (con nemmeno 20mila imprese, l'11,38%). In Italia lavorano in questo settore, stando ai dati Feni, circa 425mila addetti, il 12,5% del totale europeo. Ci superano solo Germania, Francia e Regno Unito. Anche a livello europeo, come in Italia, prevalgono le micro-piccole e medie imprese, con meno di 10 operatori: sono il 77,15%, seguite a ruota da quelle fra i 10 e i 50 (quasi il 14,5%). 7 imprese su 10 hanno tra 50 e 500 addetti, mentre solo l'1,4% superano i 500.



anche la sanità *protagonista a pulire 2017*

Sotto i riflettori di Pulire 2017 non poteva mancare la sanità, con due convegni organizzati sui temi del rischio infettivo e della progettazione.

Nella fiera di riferimento del cleaning non potevano certo mancare approfondimenti su uno degli ambienti in cui l'igiene è imprescindibile. Sanità ed igiene sono da sempre temi indissolubilmente uniti, poiché pulire rappresenta un vero e proprio atto sanitario, in quanto importante per prevenire e scongiurare malattie.

Grande spazio al tema della sanità ospedaliera

Per questa ragione, per l'edizione appena chiusa di Pulire è stato deciso di dare grande spazio al tema dell'igiene nell'ambito sanitario e ospedaliero, con due convegni che hanno avuto luogo il 23 maggio. Il primo, dedicato al tema del rischio infettivo nelle strutture ospedaliere, ed il secondo, incentrato sulla progettazione degli edifici sanitari, concepita come elemento cruciale, da cui dipende anche la qualità igienica. A dire il vero c'è stato anche un terzo momento, nello specifico sui Cam ospedalieri, il 24, nell'ambito dei festeggiamenti per il 25esimo compleanno del marchio Ecolabel Ue (ne abbiamo già parlato in altro articolo).

Il grande interesse del pubblico

Entrambi gli eventi specificamente dedicati alla sanità sono stati moderati dal giornalista **Maurizio Pedrini**. Al convegno "Prevenzione e controllo del rischio infettivo: come tutelare la sa-

lute dei pazienti e del personale sanitario attraverso l'igiene delle superfici e dei condotti di aerazione" sono intervenuti **Beatrice Casini**, del direttivo SIMPIOS (Società Italiana Multidisciplinare per la Prevenzione delle Infezioni nelle Organizzazioni Sanitarie) e docente Università di Pisa; **Domenico De Leo**, responsabile struttura funzionale Medicina Legale Clinica/Dip. Medicina e sanità pubblica e docente Università di Verona; **Sandra Zuzzi**, presidente FARE (Federazione Economi e Provvveditori della Sanità); **Raffaele Zinno**, segretario nazionale SISMLA (Sindacato Italiano Specialisti Medicina Legale e delle Assicurazioni) e **Raffaele Caruso**, segretario generale AIISA (Associazione Italiana Igienisti Sistemi Aeraulici). L'evento, promosso da Afidamp e Federsanità, è stato introdotto dalla lettura dei saluti del direttore generale dell'associazione delle aziende sanitarie e ospedaliere, **Enzo Chilleli**.

Le Ica sotto i riflettori

Le infezioni ospedaliere, o infezioni correlate all'assistenza come adesso si preferisce dire, costituiscono una grande sfida per tutto il sistema della salute pubblica. Le difficoltà, per quanto riguarda la prevenzione e la gestione, sono numerose, perché, come è stato sottolineato nel corso del convegno, rappresentano un insieme piuttosto eterogeneo di condizioni cliniche, con un notevole impatto sui costi sanitari. Il rischio infettivo rappresenta sicuramente una grande minaccia, che però si può scongiurare e gestire attraverso molteplici strumenti, tra cui la scrupolosa cura dell'igiene. Il tema



è scottante, poiché le infezioni correlate all'assistenza sanitaria rappresentano un fenomeno in costante aumento, anche perché condizionate da una crescita dei fattori di rischio dipendenti dall'evoluzione socio-economica ed ambientale degli ultimi decenni.

Il ruolo di AIISA

Un ruolo importante, nella prevenzione del rischio, è quello di AIISA. Come ricorda il Segretario Caruso, "l'associazione, che oggi conta una settantina di imprese associate, è fin dall'inizio legata a doppio filo con le finalità di salute e sicurezza. Siamo nati nel 2004, e già nel 2006 un documento della Conferenza Stato Regioni metteva l'accento sull'importanza della corretta progettazione e gestione dei sistemi aeraulici. Un concetto ribadito, fra l'altro, anche nel 2013, quando un accordo sancito in data 7 febbraio dalla medesima Conferenza permanente



recava proprio “Procedura operativa per la valutazione e gestione dei rischi correlati all’igiene degli impianti di trattamento aria.” Oggi, inoltre, osserviamo che sono sempre di più le aziende sanitarie e gli ospedali preparati sull’argomento, e le nostre imprese stanno crescendo e si stanno strutturando. Bisogna anche tenere conto di tutte le difficoltà connesse al lavoro in ambienti complessi come gli ospedali, in cui il servizio viene svolto soprattutto il sabato, la domenica e di notte. Specie sul versante pubblico, poi, riscontriamo anche qualche criticità nei pagamenti, e questo per molte imprese può rappresentare un problema. Comunque il mercato sta crescendo: oggi la nostra attività in questo settore è davvero importante e stanno aumentando, d’altra parte, gli ospedali che sviluppano una mag-

giore sensibilità al servizio delle bonifiche aeree puntuali e professionali.”

Analizzate le novità legislative

L’incontro, inoltre, ha analizzato il fenomeno delle infezioni ospedaliere anche alla luce delle novità legislative che fanno ricadere sul medico pesanti responsabilità sul piano civile e penale. Dopo l’entrata in vigore della legge 8 marzo 2017, n. 24 recante “Disposizioni in materia di sicurezza delle cure e della persona assistita, nonché in materia di responsabilità professionale degli esercenti le professioni sanitarie”, la figura del medico è diventata infatti quella del massimo garante della sicurezza all’interno delle strutture sanitarie. I medici diventano perciò figure di riferimento anche nella tutela dell’i-

**CLEAN
STEAM
GREEN**

VAPORE: È UN ELEMENTO POTENTE
E NOI SAPPIAMO RENDERLO **PERFETTO.**

La combinazione tra elevata temperatura e la nostra tecnologia lo rende il più **efficiente, efficace, ecologico ed economico** prodotto per la pulizia industriale e non. Permettendoti di pulire e sanificare ogni tipo di ambiente e superficie **rispettando le tue esigenze produttive e anche quelle della natura.** Come ti dicevamo un prodotto **PERFETTO.**



STI Srl

Via Rosi, 3 - 36030 Fara Vicentino (VI) Italy
Tel: +39 0445.851420 - Fax: +39 0445.851022
info@stindustry.it - www.stindustry.it



50
GSA
GIUGNO
2017

igiene al fine di scongiurare il rischio infettivo, in un panorama, quello delle strutture ospedaliere, sempre più complesso ed in continuo mutamento. Come è emerso dall'evento, è sicuramente necessaria una forte sensibilizzazione di tutto il personale che opera nelle strutture, perché a volte sono semplici gesti di attenzione a fare la differenza, come il frequente lavaggio delle mani ed il corretto utilizzo dei guanti, ma sono necessari anche interventi di tipo formativo nei confronti di chi si occupa della sanificazione e del cambio della biancheria.

Attenti alle mani

Sono diversi i veicoli di infezione. I principali sono le mani, la strumentazione, la somministrazione di sostanze e farmaci, l'ambiente (arredi, mobili, pavimenti ed i condotti di aerazione), che necessitano di una verifica sistematica sul funzionamento ed un'accurata manutenzione, come ha sottolineato Raffaele Caruso di AIISA. Per controllare il rischio infettivo, è necessario quindi che gli ospedali agiscano su più fronti: attuando misure di prevenzione attraverso azioni sulle strutture, sui sistemi di aerazione e sui flussi di acqua, sulle condizioni igieniche del personale e dell'ambiente; individuando personale dedicato alla sorve-

glianza, che rispetti un preciso protocollo; formando il personale dedicato al trattamento dei pazienti, soprattutto nelle aree critiche di terapia intensiva e chirurgica, raccogliendo ed analizzando dati utili.

Architettura e igiene

“Un momento essenziale -ricorda sempre Caruso- è quello della progettazione. Anche perché, sempre parlando di condotti aereali (ma il ragionamento è facilmente estensibile all'intera struttura), in molti casi sono posizionati in luoghi poco raggiungibili, o comunque faticosi da pulire. Pensi che da poco il lavoro dei nostri professionisti ha smesso di essere valutato in metri lineari, e si è iniziato a tenere conto di elementi come l'effettiva superficie del condotto, la sua posizione e gli elementi presenti al suo interno. Tutti aspetti che si possono già valutare in fase progettuale.” In generale si può dire che le strutture, con le loro caratteristiche tecniche e morfologiche, diventano un nodo centrale quando si parla di pulizia e prevenzione. Se ne è parlato nell'evento “Igiene in Sanità, quando la progettazione fa la differenza”, organizzato da Afidamp in collaborazione con la rivista Progettare per la Sanità e il Cneto, Centro Nazionale per l'Edilizia e la Tec-

nica Ospedaliera. Il convegno, dopo i saluti dei rappresentanti della rivista e di Afidamp, rispettivamente **Margherita Carabillò** e **Stefania Verrienti**, ha visto la partecipazione di **Maurizio Mauri**, Presidente di Cneto, **Stefano Capolongo**, Direttore del Master in Pianificazione, Programmazione e Progettazione dei sistemi ospedalieri e socio-sanitari del Politecnico di Milano e dei rappresentanti dell'IRST di Meldola (FC), esempio di struttura virtuosa sotto il profilo della progettazione. “Irst di Meldola, una struttura di cura ideata per combattere il cancro che ha a cuore l'igiene”: questo il titolo dello spazio dedicato alla case history, che ha visto la partecipazione di **Mattia Altini**, Direttore sanitario IRST, Istituto Scientifico Romagnolo per lo Studio e la Cura dei Tumori; **Elena Prati**, Medico di Direzione Sanitaria IRST IRCCS; **Davide Gallegati**, Responsabile Ufficio Programmazione e Controllo di Gestione IRST; **Andrea Ragazzini**, Progettista Architettonico – Direttore Operativo Opere Edili; **Massimiliano Mazzotti**, Responsabile di Formula Servizi Soc. Coop. Passo dopo passo, i relatori hanno illustrato il percorso che ha portato al rifacimento della struttura, pensata anche per facilitare le procedure di igienizzazione.



CMS 17 BERLIN

Cleaning. Management. Services.
Salone internazionale e congresso
19-22 sett. 2017
www.cms-berlin.com
Messe Berlin

P&G EXHIBITIONS MARKETING MEDIA
Via A. Costa, 2 · 20131 Milano · Tel. 02 33402131 · Fax 02 33402130 · messeberlin@pg-mktg.it



Die Gebäudedienstleister
Bundesinnungsverband



IHO

INDUSTRIEVERBAND
HYGIENE & OBERFLÄCHENSCHUTZ
VERBAND DER ANWENDER UND ANBIETER

tutti pazzi per i window cleaners al 1° trofeo henry unger

“Che posto occupi nella classifica dei pulitori di vetri più veloci d'Italia?” è stato il claim del primo Trofeo italiano Henry Unger, organizzato a Verona nei tre giorni di Pulire dall'azienda tedesca specializzata in attrezzature per la pulizia dei vetri. Alla chiamata hanno risposto una quarantina di imprese di tutta Italia, segnalate soprattutto dai distributori Unger. Il successo è stato clamoroso.

52
GSA
GIUGNO
2017

Cosa c'è di più emozionante, per un pulitore professionista, che una gara di window cleaning vinta al fotofinish? E dire che il “magico” **Andrea Antonelli** da Rovellasca (Como), sbarcato a Verona come outsider e incoronato il 25 maggio “pulitore di vetri più veloce d'Italia” nel 1° premio Henry Unger organizzato in Italia, a Pulire non ci voleva nemmeno andare.

Campionissimi del window cleaning

“Nel settore era un semiconosciuto, tranne per i clienti locali che ne conoscevano perfettamente le doti di rapidità, professionalità e precisione. Ci è stato segnalato da un nostro distributore di Fino Mornasco, e lui si è staccato davvero di malavoglia per venire a Verona”, spiega **Francesco Favole**, l'uomo di Unger in Italia che ha fortemente voluto, e organizzato, la prima edizione tricolore del riconoscimento. “E se n'è andato via non solo con 1000 euro in prodotti Unger, riconoscimento per la vittoria della prima giornata, ma con l'ambitissimo primo tergive-



UNGER
Quality Tools for Smart Cleaning

CHE POSTO OCCUPI NELLA CLASSIFICA DEI PULITORI DI VETRI PIU' VELOCI D'ITALIA?

1° TROFEO HENRY UNGER

tro d'oro, il trofeo di vincitore assoluto, davanti a mostri sacri come i mitici fratelli **Daniele** ed **Enrico Gardoni** di La Spezia e al pluripremiato **Paolo Sforte** di Busto Arsizio”. E' stata questione di secondi: al netto delle penalità, Antonelli, pettorina n.5, ci ha messo appena 17.10 secondi per pulire le tre finestre che erano posizionate di fronte allo stand Unger, contro i 18.32 della medaglia d'argento, **Mark Henderson** dell'impresa specializzata Windowz di Molare (Alessandria) e i 18.88 del terzo, proprio il bustocco Sforte.

La competizione

Ma facciamo un passo indietro: non stiamo parlando di una disciplina olimpica, anche se le prestazioni non hanno nulla da invidiare a molte performance dei campioni dello sport. Il fatto è che a Verona erano tutti pazzi per il trofeo Hunger per il pulitore di vetri più rapido e preciso, di cui Favole

ci parla con comprensibile soddisfazione: “E' una cosa che all'estero si fa già da tempo”, spiega. “In America è ormai un classico, ed è un must anche al The Cleaning Show di Londra, di cui Unger è sponsor da sempre. Poi è arrivato anche ad Europropre Parigi, ed ho pensato che era tempo di portarlo anche in Italia, dove, diciamolo, la cultura della pulizia dei vetri non è certo al massimo”. Ora però è arrivata l'ora, i tempi sono maturi e non ci poteva essere palcoscenico più nobile che la fiera veronese Pulire 2.2. “La mia idea è stata fin da subito quella di coinvolgere i rivenditori”, dice Favole “che in questo modo hanno colto l'occasione anche per avere una leva di marketing, fare corsi, agire sul contatto e sulla fidelizzazione del cliente. Alla fine ha partecipato una quarantina di imprese, dal singolo pulitore professionista, come quello che ha vinto, Antonelli, che lavora da solo e fa pro-

prio questo di professione, all'impresa più strutturata di 40 o 50 addetti con reparti dedicati proprio alla pulizia dei vetri: sono arrivati da ogni parte d'Italia: molti dal Bergamasco, una zona storicamente molto attiva, ma anche da Piemonte, Romagna, Veneto, Lazio, Toscana, Liguria, Sicilia, Lombardia, Trentino... Si è formato un piccolo circuito di operatori-atleti (le performance stellari non fanno certo esitare ad usare questo termine). Si conoscono, si sentono di frequente si studiano e si scambiano informazioni, segreti e piccoli trucchi del mestiere: anche perché il tempo... è denaro! Ormai c'è anche un intenso tam tam sui social, con pagine facebook dedicate, informazioni e video che circolano e in certi casi sono quasi virali, foto e tempi, consigli e suggerimenti sull'equipaggiamento da utilizzare. "E' insomma avvenuto ciò che avevamo auspicato: si è formato un piccolo ma affiatatissimo club di window cleaners di ogni parte d'Italia che si scambiano informazioni e suggerimenti, anche tecnici e sui materiali. Ciò che ha colpito è stato l'entusiasmo dei partecipanti, spesso sostenuti con un tifo



da stadio, e dei visitatori-spettatori, che si sono affollati a decine intorno al campo di gara. "A un certo punto ne ho contati 150, non vedevo nemmeno la fine", ricorda Favole. Tutti a fare il tifo fin dai momenti delle prove libere, che ogni giorno duravano un'ora, per esercitarsi prima della gara. A ogni vincitore di giornata è andata una fornitura di 1000 euro di attrezzi Unger, e a tutti la maglietta ricordo e altri gadget.

La cultura del window cleaning

"L'obiettivo più importante, per noi, era trasmettere anche in Italia quella cultura e quella passione che altrove c'è e qui stenta a decollare". Molto azzeccata anche la scelta dei giudici: da un lato il direttore generale di Unger, **Torsten Deutzmann**, dall'altro il maggiore esperto italiano di pulizia dei vetri, il fondatore di Pulex e storico del cleaning **Giulio Guizzi**, che di Unger è sempre stato il primo concorrente in Italia. Un contrattare d'eccezione, insomma, per una competizione all'insegna del massimo fair play: "Abbiamo voluto fare tutto nella massima... trasparenza", dice Favole. Ed è proprio il caso di dirlo, parlando di vetri! Anche il controllo finale era impietoso. I giudici, con un apposito anello, controllavano le sbavature del lavoro e infliggevano le relative penalità di mezzo o un secondo. Il risultato è stato un finale al cardiopalmo. Una gran fatica e uno sforzo non da poco, ma ne è valsa la pena: "Un'esperienza da ripetere", conclude Favole.



ripartono gli *european cleaning days*

L'iniziativa, nata nel 2015, fa parte di una strategia congiunta fra Feni, EU-nited e Aise per promuovere il settore a livello europeo. Il portale dedicato raccoglie e pubblica tutti gli appuntamenti in agenda in Europa dedicati al cleaning professionale. Ne ha parlato a Verona Andreas Lill, di Feni. Previsti eventi in Germania, Italia, Francia, Belgio, Finlandia e in molti altri paesi europei.

54
GSA
GIUGNO
2017

Torna in questo 2017 l'appuntamento con gli European Cleaning Days, la manifestazione "diffusa" per la promozione, in Europa, della pulizia professionale (www.cleaningdays.eu). L'annuncio, e un primo bilancio degli eventi relativi al mese di maggio, è stato dato nel pomeriggio del 24 maggio, a Pulire, dal Direttore Generale di Feni **Andreas Lill**.

Un'iniziativa congiunta nata nel 2015

Sembra ieri che presentammo l'iniziativa per la prima volta: eppure ci giriamo indietro e scopriamo che era il 2015. Da allora, infatti, è attiva l'iniziativa congiunta di Feni con EU-nited cleaning e AISE, le associazioni europee dei produttori di macchine e detergenti. Tutto ruota intorno al sito www.cleaningdays.eu, che è diventato, in questi due anni, un collettore di eventi europei dedicati al cleaning professionale.

Diverse tipologie di eventi... sotto un unico "ombrello"

Fiere, manifestazioni, eventi dedicati, seminari, iniziative di formazione a cura delle associazioni di riferimento. "In pratica, quando c'è in programma qualche iniziativa sul cleaning organizzata o approvata dalle associazioni di riferimento, è possibile inserirla sul sito e mettere le date e le informazioni essenziali a disposizione di tutti gli interessati. Lo scopo è quello di fare rete, e di creare cultura e condivisione a livello europeo", ha spiegato Lill.

Il successo europeo dell'iniziativa
Da allora, gli eventi sono stati ben 35 in tutto il corso dell'anno, con la partecipazione dei principali produttori e tipo-



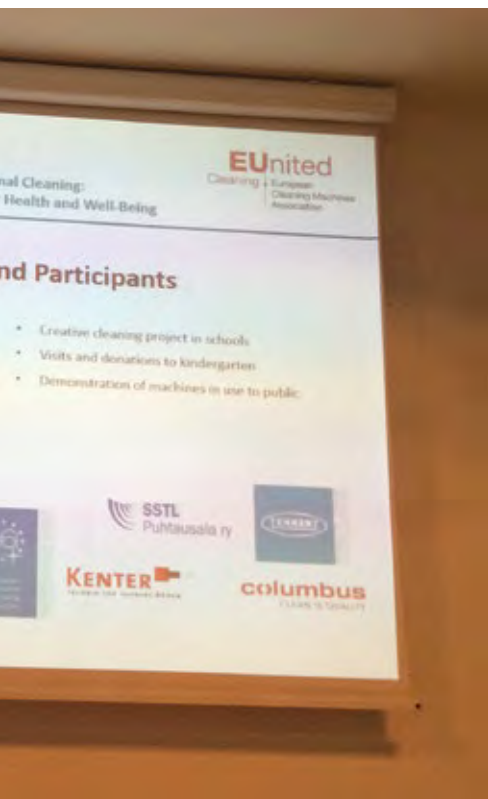
logie di eventi che andavano da attività pubbliche di pulizia a progetti di pulizia nelle scuole, da dimostrazioni delle macchine in roadshow aperti al pubblico a giornate aperte in varie aree d'Europa: in Italia (Pulire), Finlandia (Miniclean), Germania (Cms e Demopark), Danimarca (fiera del Cleaning danese), Grecia (roadshow), oltre a tante altre occasioni per promuovere il cleaning e la sua centralità per la qualità della vita di tutti: un successo che ha spinto i promotori a reintrodurre l'iniziativa a partire dal mese di maggio 2017, con lo scopo di coinvolgere il pubblico in generale per saperne di più sulla necessità di preservare la pulizia in una vasta gamma di applicazioni.

Un settore chiave per il benessere

"Siamo convinti che quello delle pulizie sia un settore-chiave per la salute e il benessere, e per questo occorre promuoverlo" ha detto Lill presentando le iniziative già in calendario: "La prima sfida è una delle più complicate: cercare di fare emergere un settore che, storicamente, non riesce ad essere attrattivo per il grande pubblico". Poi bisogna considerare che in diverse parti del mondo l'igiene è viziata da difficoltà ogget-



Andreas Lill



tive, come poca acqua o non sicura, scarsa cultura dell'igiene, cosa che in tempi di globalizzazione può causare ripercussioni anche importanti.

Le sfide igieniche del mondo globalizzato

Ora, è noto che molte infezioni siano dovute proprio a una scarsa igiene, e che le aree di grande transito come ospedali, stazioni, aeroporti eccetera siano molto rischiose in questo senso. Si capisce dunque come il primo grande beneficio del cleaning professionale sia quello di creare un mondo più sano e sicuro, il che significa consegnare prodotti specifici per le singole situazioni. E' importante anche creare opportunità di lavoro (l'aspetto occupazionale non è certo secondario nel settore), e programmi di educazione mirati.

I focus 2017

Questi i focus dell'edizione 2017, che ha già raccolto numerosi eventi nel mese di maggio, dal Nord al Sud Europa: detergenti per la pulizia e disinfezione; pulizia delle superfici e uso dell'alta pressione; sistemi per la pulizia urbana; cleaning

contractors. Le collaborazioni hanno spaziato: dai singoli cittadini a gruppi attivi di cittadinanza, fino ad arrivare a gestori di condomini e strutture, decisori pubblici e privati, enti locali e altre figure coinvolte a vario titolo.

Un mese di cleaning intensivo, da Nord a Sud

Si è partiti il 10-12 maggio con Finn-clean, a Tampere (Finlandia); nel frattempo, dal 9 al 12, nella foscoliana (e splendida) Zacinto, ci sono stati eventi pubblici di cleaning; il 17 maggio, ad Augsburg (Germania), job talk dedicato al settore, e a Cipro, fino al 26, ancora eventi dedicati. il 21 maggio, ad Atene, si sono svolte operazioni di pulizia nello splendido centro storico all'ombra dell'Acropoli, e in particolare in Aeschylu Street (a cura di Kaercher); senza dimenticare, ovviamente, la tre giorni veronese di Pulire.

Massima visibilità

Naturalmente non finisce qui, anzi, il programma è in continuo divenire. "La missione dei Cleaning days -ha detto Lill- continua ad essere quella di riunire sotto un medesimo cappello eventi eterogenei che si svolgono in diverse aree geografiche: si possono registrare eventi già esistenti, come nel caso delle fiere, oppure altri format, rodati e consolidati o nuovi, compresi eventi culturali come incontri, tavole rotonde, talks, letture nelle scuole, seminari, appuntamenti di formazione. E a tutti verrà data la massima visibilità sugli strumenti a disposizione, dal sito dedicato alla rete dei social. Il sito è un potente collettore: ordina per data, paese e tipologia e organizza tutti gli eventi fornendo links, fotografie, video, informazioni, materiali scaricabili, comunicati stampa, rassegne stampa e statistiche relative al mondo del cleaning".



LINDHAUS
QUALITY CLEANING EQUIPMENT

PROFESSIONAL LINE



LS38
L-ion
Electric
Mini
Spazzatrice
Aspirante
per pavimenti
e tappeti



LW30
L-ion
Electric
Lavasciuga
Pavimenti
Compatta
a batteria

Una gamma completa
di macchine innovative
per pavimenti e tappeti

www.lindhaus.it
Padova - ITALY
tel. +39 049 8700307
vacuum@lindhaus.it



taski swingobot 2000 vincitore assoluto: *un robot sul tetto dell'innovazione*

Tripudio di colori azzurri allo stand Afidamp nel tardo pomeriggio del 23 maggio, in occasione della premiazione dell'Innovation Award 2017, il decimo della serie: alla fine l'ha spuntata la seconda generazione di robot-lavasciuga Taski, davanti al team aziendale in grande festa, rigorosamente in "polo" celeste.

E' andato alla Diversey Care, e precisamente alla seconda generazione di robot Taski, denominata Swingobot 2000, l'edizione 2017 del Premio Innovazione, che quest'anno si è caricata di un significato tutto speciale trattandosi della decima edizione dell'ambito riconoscimento della lampadina.

Innovazione e robotica: un rapporto sempre più stretto

Un'ulteriore dimostrazione, se mai ce ne fosse ancora bisogno, che il binario dell'innovazione passa con sempre maggiore decisione attraverso la robotica intelligente. Innovazione, dunque, fa sempre più rima con automazione, a patto naturalmente che quest'ultima sia un aiuto per l'uomo e non vada a discapito della qualità. Della sicurezza e del lavoro degli operatori, che nel nostro settore resta comunque impossibile da sostituire integralmente. L'altra grande tendenza che è emersa da questo premio, e che si integra alla perfezione con la prima, è quella della super connessione, in una sorta di dinamica IoT (o 4.0, a seconda di come la si intenda) applicata al cleaning. Parliamo in

pratica di macchine che dialogano tra loro o con un server remoto in grado di registrarne spostamenti, lavori effettuati e dati nel minimo dettaglio, consentendo una gestione intelligente e razionale dei parchi-macchine.

L'innovazione dev'essere intelligente

Un concetto, quello della necessità di innovare in modo consapevole e intelligente, ribadito da tutti quelli che, in Diversey, hanno lavorato al progetto risultato vincitore, a partire da **Laurent Ryssen**, Global machines marketing director di Diversey-Sealed Air, che nella serata di martedì 23 maggio, primo giorno di fiera, ha ricevuto la clessidra dell'innovazione dalle mani di **Toni D'Andrea**, Amministratore delegato di Afidamp Servizi. Comprensibile la soddisfazione del team Diversey che, da vera squadra vincente, è accorso in massa allo stand dell'Afidamp per la premiazione, e fiero della divisa azzurra che contraddistingue la multinazionale del gruppo Sealed Air.

Soluzioni di nuova generazione

Un'azienda che da anni è impegnata sul fronte dell'innovazione "spinta", come dimostrano i riconoscimenti ricevuti in molte fiere di settore e i frequenti roadshow che, anche in Italia, permettono di toccare con mano le soluzioni innovative non solo in fatto di macchine, ma anche di detergenti, attrezzature e sistemi. Per ciò che riguarda **Swingobot 2000**, si tratta di un robot-lavasciuga di seconda generazione accuratamente studiato fin dalla fase progettuale, in grado di mi-





gliorare le performance fino al 20% rispetto alle già impressionanti prestazioni dei robot precedenti, peraltro già apprezzati dal mercato e vendutissimi. Migliorata nelle prestazioni, nel sistema di navigazione sonar e laser, nella sicurezza e nella capacità di adattarsi agli ambienti di lavoro, questa gamma di robot si muove in modo molto agile ed è capace di evitare gli ostacoli sulla pista di lavoro con ancora maggiore accuratezza. Non solo: i particolari accorgimenti tecnici permettono di ottimizzare il dosaggio riducendo notevolmente -cosa non da poco in questi tempi- i consumi di energia e acqua. Ma le migliorie tecniche partono già dalla fase costruttiva: infatti queste macchine vengono realizzate al 100% in Svizzera con sistemi produttivi che a loro volta sono orientati al 4.0, chiudendo il cerchio della razionalizzazione di processo. Un miglioramento, che, si stima, potrebbe assicurare all'azienda almeno un anno e mezzo di vantaggio competitivo rispetto ai principali concorrenti attivi nella robotica applicata al cleaning professionale.

Una giuria qualificata

E ovviamente il robot si interfaccia alla perfezione, così come le altre macchine Taski, con la piattaforma integrata IoC, Internet of Clean. Tutto questo ha fortemente colpito la giuria di esperti internazionali, compo-

sta da **Peter Hug** – Direttore Generale di EUnited, **Pedro Pey Navines** – Presidente AEFIMIL, **Patrick Mahubela** – Presidente NCCA, **Graziano Rinaldini** – Direttore Generale di Formula Servizi e dallo stesso **Toni D'Andrea**, che ha dichiarato il robot Taski vincitore assoluto dell'edizione "delle 10 candeline".

Per un cleaning connesso

Fra l'altro Swingobot 2000 non era l'unica macchina in lizza per Diversey: un'altra soluzione molto innovativa, presente fra i sei finalisti, era infatti rappresentata dagli **aspirapolveri Aero**, che dettano nuovi standard nel mondo dell'aspirazione garantendo potenze e performance da primato. Due i finalisti anche per **Kärcher**, altra azienda che ci ha abituato a fare



innovazione di qualità: anche in questo caso una delle soluzioni è all'insegna del "cleaning connesso". **Connected cleaning** infatti è un software gestionale che ha lo scopo di tenere sotto controllo il processo -dalle macchine all'azione umana, che nel cleaning è importantissima- rendendolo semplice, facile e veloce e permettendo una verifica puntuale del risultato. Tre sono gli assi portanti: sistemi, tempistiche e metodologie di problem solving. Con il Connected Cleaning è stato sviluppato un portfolio prodotti digitale in cui tutti gli elementi collaborano armoniosamente. In un primo tempo sono stati inseriti due grandi prodotti digitali su una stessa piattaforma: Kärcher Fleet e Kärcher Management: uniti in un unico software, questi programmi lavorano in totale armonia e sinergia: pulizia manuale e macchinari, luoghi e stanze da pulire, pianificazione, statistiche, assistenza: tutta l'infrastruttura è conte-

A sinistra: Taski Swingobot 2000 di Diversey Care
In alto: aspirapolvere Aero di Diversey Care



Connected Cleaning di Kärcher

nuta in un solo software. E le possibilità sono praticamente illimitate. La seconda novità della multinazionale tedesca riguarda la purificazione dell'aria, con **Air Purifier Afg 100**, che si muove in un solco già tracciato da Kärcher da tempo, ma che adesso sta esprimendo vere e proprie innovazioni. Innanzitutto il design: si tratta di una "torretta" molto bella, che si colloca con grande eleganza in tutti gli ambienti. Ma le innovazioni non sono solo estetiche: all'ingresso dell'aria, vicino allo stelo che sostiene l'apparecchio, c'è un primo filtro per le grosse impurità seguito, salendo, da un ventilatore potente e silenzioso. Ma la vera sorpresa è il "plasmagenerator" che si trova ancora più in alto,



Air Purifier Afg 100 di Kärcher

e che è capace di dare il "colpo di grazia" anche alle particelle e agli agenti patogeni di più ridotte dimensioni come virus e polveri sottili e Vocs, ossia composti organici volatili. E ce n'è anche per gli odori: appositi filtri a tre stadi rimuovono gli odori sgradevoli, per restituire un'aria purificatissima: inodore, libera da ozono e non contaminata.

Pulizie nei condotti e sistemi di filtri

Particolarmente interessante è l'apparecchiatura multifunzione **Multibot di Teinova**, capace di riunire in sé svariate applicazioni relative al mantenimento delle condizioni igieniche degli impianti aerulici, come pulizia, disinfezione, ispezione e varie altre operazioni da svolgere nei condotti. La soluzione si segnala per la sua compattezza e versatilità. Compatto e robusto è anche **Unger HydroPower Ro**, un sistema di filtri intelligente e innovativo. Con una portata d'acqua pura che arriva fino a 400 litri all'ora, può essere usato contemporaneamente da 3 utilizzatori. Ro Smartguard, un sistema elettronico evoluto di "assistenza digitale" monitora lo stato di usura dei vari componenti permettendo di programmare al meglio i lavori e la manutenzione del sistema. Le sequenze di accensione e spegnimento guidate aumentano la durata dei vari componenti del sistema, riducendo i costi in uso. La configurazione è ben concepita, i materiali d'alta qualità e la lavorazione accurata offrono l'affidabilità richiesta per una lunga durata. Il sistema di sostituzione filtri FastLock permette a qualunque operatore di sostituire prefiltra, membrane e filtro in resina in una manciata di minuti e 30 volte più rapidamente di prima.



HYDRO POWER RO SYSTEM

di Unger

Un grande successo

L'iniziativa, come ogni anno, ha avuto grande successo e questo dimostra che il sistema produttivo e di ricerca italiano risponde, nonostante i tempi difficili, positivamente agli stimoli verso la modernizzazione e il miglioramento tecnologico. Come ogni volta, non sono mancate le delusioni e anche qualche polemica, ma questo è il "sale" di ogni award, e guai se non ci fosse! Afidamp, però, getta acqua sul fuoco e ribadisce quelli che sono gli intenti più profondi del Premio: "La volontà degli organizzatori del concorso, quale esempio di azione innovativa, punta non soltanto a valorizzare le aziende selezionate, ma soprattutto a trasmettere un senso positivo a tutti gli operatori del settore". L'obiettivo, insomma, è sempre quello di promuovere la cultura della ricerca, dello sviluppo e dell'innovazione a 360 gradi, a beneficio dell'intero mondo del cleaning professionale.

58
GSA
GIUGNO
2017

Multibot di Teinova





Hygienalia
+ **PULIRE**

**CRESCI
CON NOI**

**14|15|16
NOVEMBRE 2017**

QUARTIERE FIERISTICO CASA DE CAMPO
PADIGLIONE CRISTAL · MADRID · SPAIN

www.hygienalia-pulire.com

 Hygienalia + Pulire

 @hygienalia

ecolabel awards, così il marchio ue festeggia il quarto di secolo

Consegnati a Pulire, il 24 maggio, gli Ecolabel Awards del 25esimo. Particolarmente ambito, il riconoscimento che premia le migliori campagne pubblicitarie e di marketing relative al marchio Ecolabel è andato a diverse aziende del settore, da sempre impegnate nel rispetto e nella salvaguardia dell'ambiente.

60
GSA
GIUGNO
2017

Prodotti amici dell'ambiente, sostenibili, puliti ma anche efficaci. Per certificare un prodotto Ecolabel non basta, anche se già è molto importante, non inquinare e non usare componenti e procedimenti produttivi dannosi per l'ambiente. Non basta nemmeno dimostrare di ottemperare a tutte le regole e le norme in materia di responsabilità sociale. Intendiamoci: questo è già tantissimo, magari lo facessero tutti. Ma non è sufficiente. Per fregiarsi dell'etichetta Ecolabel è importante



anche che il prodotto stesso garantisca la massima efficacia, sia performante e non perda nulla in qualità.

Premiate le campagne pubblicitarie e di marketing

Figuratevi, poi, per vincere il Premio Nazionale Ecolabel Ue, il riconoscimento promosso da Ispra con il patrocinio della Sezione Ecolabel Italia del Comitato Ecolabel e Ecoaudit. Per vincere questo premio non basta nemmeno avere a catalogo i migliori prodotti a marchio Ecolabel: bisogna saperli promuovere, e infatti il riconoscimento è stato pensato proprio per premiare le migliori campagne pubblicitarie e di marketing, relative a prodotti e servizi certificati Ecolabel Ue, che abbiano contribuito ad incrementare in maniera significativa la promozione e la conoscenza del marchio stesso. Il premio viene assegnato per 2 categorie: da un lato Produttori/ Distributori di prodotti certificati Ecolabel Ue, dall'altro Proprietari/ Gestori/ Tour operator di servizi di ricettività turistica certificati Ecolabel Ue,

e per ciascuna categoria sono istituiti riconoscimenti in base alle dimensioni dell'impresa. Le aziende possono candidarsi se negli ultimi cinque anni hanno svolto campagne pubblicitarie e di marketing relative a prodotti/servizi Ecolabel UE certificati in Italia, e che risultino ancora certificati alla data di presentazione della domanda. I punteggi vengono assegnati valutando una serie di elementi tra i quali l'impatto dei siti web, eventi a cui si è partecipato o organizzati, pubblicità sui media, brochure realizzate, sponsorizzazioni, attività di formazione/sensibilizzazione, incrementi dei volumi di vendita dei prodotti Ecolabel.

Lucart, prima azienda Ecolabel in Italia

Fatta questa premessa, veniamo all'edizione di quest'anno, particolarmente sentita perché si trattava di quella del 25esimo. I premi sono stati consegnati il 24 maggio, a Pulire, presso lo stand Afidamp, ed hanno visto protagoniste numerose aziende storiche del nostro settore. Nella sezione prodotti



Lucart



Sutter Professional

- grandi imprese, 2 gli ex aequo, Lucart e Sutter. **Lucart:** “Prima azienda in Italia -si legge nelle motivazioni ufficiali- ad aver ottenuto la certificazione Ecolabel Ue, la Lucart è riuscita a perfezionare un sistema integrato che – nell’ottica dell’applicazione di un’economia realmente circolare – recupera tutte i componenti dei contenitori in Tetra Pak. Si tratta di un risultato all’avanguardia che premia la ricerca e lo sviluppo di nuove soluzioni non solo nell’ambito produttivo ma anche in campo ambientale”.

Un progetto di packaging innovativo e sostenibile

Comprensibile la soddisfazione dell’a-

zienda toscana, che grazie al progetto Fiberpack, nato dalla collaborazione con Tetra Pak, è oggi in grado di riciclare il 100% dei componenti di un cartone per bevande, destinando il 74% delle fibre di cellulosa alla produzione di prodotti in carta riciclata, e il rimanente 26%, composto dal 22% di polietilene e dal 4% di alluminio, alla realizzazione di un materiale di recupero destinato alle industrie che producono manufatti per l’edilizia, elementi per l’arredo urbano e oggetti di uso comune. Proprio con questo materiale, Lucart ha realizzato una gamma completa di dispenser per area bagno, chiudendo così il cerchio ed unendo al concetto di sostenibilità i plus mag-

giormente richiesti dal mercato: semplicità maneggevolezza, design e affidabilità. “Abbiamo voluto portare un esempio concreto di innovazione sostenibile attraverso soluzioni che si contraddistinguono per originalità ed efficacia. Da due materie prime innovative nascono due gamme di prodotti, che unendosi in un unico sistema sono in grado di trasferire concretamente la sostenibilità del brand Lucart Professional nel business quotidiano dei clienti nel mercato Away From Home”, ha dichiarato **Francesco Pasquini**, Sales and Marketing Director della Business Unit Away From Home di Lucart, che ha portato la sua case history anche al convegno “Circular



Icefor



Interchem



Allegrini



Biocbimica

economy, il futuro della produzione, del consumo e dell'intero ciclo di vita. Una sfida per le imprese e la collettività", promosso da Afidamp sempre a Pulire.

**Sutter Professional:
"Comunicazione di pari passo
con l'innovazione di prodotto"**

L'altro ex aequo è andato a **Sutter Professional**, altra grande azienda che non ha nulla da invidiare a nessuno sotto il profilo ambientale, premiata con questa motivazione: "La ricerca applicata allo sviluppo ha dato vita a una linea estremamente completa di prodotti per uso professionale che ha affiancato l'impegno profuso da lungo tempo nell'ideazione di prodotti e formati estremamente ecocompatibili anche nell'ambito della detergenza domestica. L'investimento comunicativo va di pari passo con quello nell'innovazione delle formulazioni utilizzate, garantendo la diffusione di una solida cultura di attenzione nei confronti dell'ambiente". E per Sutter non è finita a Verona: i festeggiamenti per il 25esimo di Ecolabel, infatti, il 31 maggio si sono "trasferiti" a Bruxelles, hotel Crowne Plaza, per la conferenza europea "EU Ecolabel - Highlighting contribution to green jobs creation in the context of the 25th anniversary". E per l'Italia ha partecipato proprio la Sutter, con **Fabrizio Lavezzato**, manager Ricerca & Sviluppo e qualità,



Falpi

che ha preso parte alla coaching session di brevi presentazioni di case studies di successo.

Gli altri premiati

Proseguendo nel nobile elenco dei premiati, 2 gli ex aequo nella sezione prodotti - pmi: la magentina **Icefor**, "un'azienda con una solida esperienza alle spalle che ha saputo coniugare efficacemente l'esigenza di diversificare le proprie linee di prodotti con quella di promuovere i prodotti con l'etichetta ambientale europea, attivando anche interessanti iniziative di educazione ambientale: particolarmente efficace nell'aver valorizzato la ricorrenza del 25ennale del marchio, dimostrando



Italcbimica

sensibilità ecologica e attenzione all'evoluzione della filosofia ambientale a livello europeo". L'altra azienda premiata ex aequo è **Interchem**, che "tenendo fede all'impegno di non veicolare comunicazione ad effetto, quest'azienda si è prodigata nel realizzare materiale divulgativo e informativo serio, sintetico e comunicativamente gradevole, realizzando in maniera efficace una strategia di avvicinamento nei confronti del consumatore che passa attraverso la comprensione e la condivisione della filosofia sottesa all'Ecolabel Ue". Sempre per la sezione prodotti - pmi, premiati ex aequo Allegrini e Falpi. **Allegrini** con la seguente motivazione: "Un prodotto innovati-

vo nel packaging e nella formulazione, che si integra perfettamente con le esigenze delle strutture ricettive che si servono di questa tipologia di detersivi. Il design brevettato offre una soluzione comoda, garantendo praticità e rispetto dell'ambiente e incontrando perfettamente la filosofia Ecolabel, incentrata sulla riduzione complessiva dell'impatto ambientale". Premiato anche un produttore di attrezzature, **Falpi**, che da sempre ha il rispetto e la sostenibilità nel proprio dna aziendale: "Lo studio e l'applicazione hanno portato a coniugare la filosofia del marchio con l'avanguardia nella progettazione: il risultato è un prodotto innovativo e brevettato, in grado di ridurre l'usura e aumentare resistenza ed efficacia pulente, sempre nel rispetto della sostenibilità e nell'ottica del minor impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita". Spazio anche a un distributore nella sezione grandi imprese, **Magris**, "un'azienda che ha sposato la causa della sostenibilità am-

bientale, non solo promuovendo come distributori i prodotti a marchio Ecolabel UE ma anche realizzando proprie linee – nell'ambito della detergenza e della carta – ecocompatibili e certificate, dimostrando così di avere a cuore l'impatto ambientale dei prodotti distribuiti e non solo".

Le menzioni speciali

Da non dimenticare le menzioni speciali: a **Biochimica**, "per l'impegno profuso nella produzione e valorizzazione di linee di prodotti a basso impatto ambientale, con particolare riferimento alle formulazioni in polvere, segmento di mercato sempre più ridotto rispetto le scelte dei consumatori"; alla bolzanina **Hygan**, altro nome storico del cleaning italiano, "per l'impegno profuso nella produzione e valorizzazione di prodotti a basso impatto ambientale, con particolare riferimento alla detergenza per superfici in vetro e plexiglas con prodotti specifici privi di composti organici volatili"; e



Hygan

alla **Italchimica**, "per l'impegno profuso nella produzione e valorizzazione di prodotti a basso impatto ambientale, con particolare riferimento alla detergenza del corpo attraverso una linea di prodotti a pH fisiologico e dermatologicamente testati per una detersione delicata ed ecocompatibile".

Cleaning in silence - Pulire in silenzio

MAX 108



www.mphtcleaning.com YouTube mphtcleaning

>> MAX Line

>> **MAX 73**
3.400 m²/h
Battery/petrol



>> **MAX WIND**
7.500 m²/h
Battery/Petrol
Diesel



>> **MAX 109**
9.000 m²/h
Battery/Petrol
LPG



>> **MAX 110**
12.600 m²/h
Battery/Petrol
DIESEL/LPG



>> **MAX 170**
20.000 m²/h
Battery/Petrol
Diesel/LPG



GSA News

VISITA IL NOSTRO

GSA News www.Cleanpages.it Trova ora i migliori dealer sul territorio nazionale

ANNUARIO 2016/2017

IGIENE URBANA SANITÀ DISINFESTAZIONE INDUSTRIA & GDO HOTEL & CATERING IMPRESE & DEALERS FACILITY MANAGEMENT PMI

Home Articoli News Eventi Dal Mercato Mercoledì 28 giugno 2017

PRIMO PIANO

DISINFESTAZIONE

Lotta alle zanzare, sì ma in sicurezza

28 giugno 2017

Ma come difendersi dalle zanzare che ogni anno, con l'arrivo del caldo, si fanno più numerose? E come proteggersi al meglio e nel rispetto della nostra salute? Roberto Romi (Dipartimento Malattie Infettive, ISS) aiuta a rispondere a queste domande nell'articolo "Lotta alle zanzare, sì ma in sicurezza" pubblicato sulla newsletter dell'Istituto superiore di sanità Atlas (numero 04 - Giugno 2017)...



RISTORAZIONE

Ristorazione 4.0 tra adempimenti e disposizioni

#21 giugno Palermo
"Aula Schembri - ERSU Palermo"

NEWS

IMPRESSE & DEALERS

Coopservice: in crescita fatturato e buona occupazione

27 giugno 2017

Un 2016 nel segno della crescita per Coopservice, uno dei principali operatori italiani nella fornitura di servizi alle imprese e alle comunità. I principali indicatori economici e sociali sono positivi. Il fatturato 2016 è stato di 459 milioni di euro (+4,4%), il personale ha raggiunto le 13.718 unità (+3,3%), di...



ARTICOLI

DISINFESTAZIONE

X Simposio sulla difesa antiparassitaria: da 45 anni a tutela della sicurezza

26 giugno 2017

(Tratto da GSA n.5, maggio 2017)
Giunge quest'anno alla decima edizione il quinquennale simposio "La difesa antiparassitaria nelle industrie alimentari e la professione degli alimenti", in programma dal 20 al 22 settembre prossimi presso la...

IMPRESSE & DEALERS

Rivoluzione alla Consip: addio maxi-

FOCUS

Kiehl al vertice dell'innovazione

Kiehl, soluzioni al servizio della pulizia professionale



Panni York

exelCLEAN®

Nuovi Panni York exelCLEAN®

MAGAZINE ONLINE

www.gsaneews.it

Pietro Auletta eletto Presidente di UNIFerr

Lo scorso 15 giugno a Roma sono stati rinnovati gli organi direttivi di UNIFerr – l'Unione delle Imprese esercenti attività di pulizia e servizi integrati Ferroviari. È stato Eletto all'unanimità Presidente di UNIFerr Pietro Auletta, Presidente ed Amministratore Delegato di Dussmann Service Italia, con un incarico che avrà una durata di quattro anni.

UNIFerr è l'Associazione maggiormente rappresentativa delle imprese esercenti attività di pulizia e servizi integrati ferroviari e partecipa, in rappresentanza specifica del comparto, al Tavolo per il rinnovo del CCNL della Mobilità presso il Ministero delle Infrastrutture. L'associazione rispetta i principi e le regole di ANIP-Confindustria. Oltre al Presidente è stato eletto il nuovo Consiglio Generale dell'associazione, composto da sette membri: Pietro Auletta in qualità di Presidente (Dussmann service spa) Lorenzo Mattioli (Manitalidea spa) e Angelo Volpe (La Lucente spa) nel ruolo di Vice-presidenti, Paolo Emanuele Cardino (Vivaldi e Cardino spa) come tesoriere e Antonio



Sulpizio (Miorelli service spa), Laura Arpino (SPD srl) e Stefano Consoli (Pulitori e affini spa), quali Consiglieri; il consiglio eletto avrà una durata in carica di due anni.

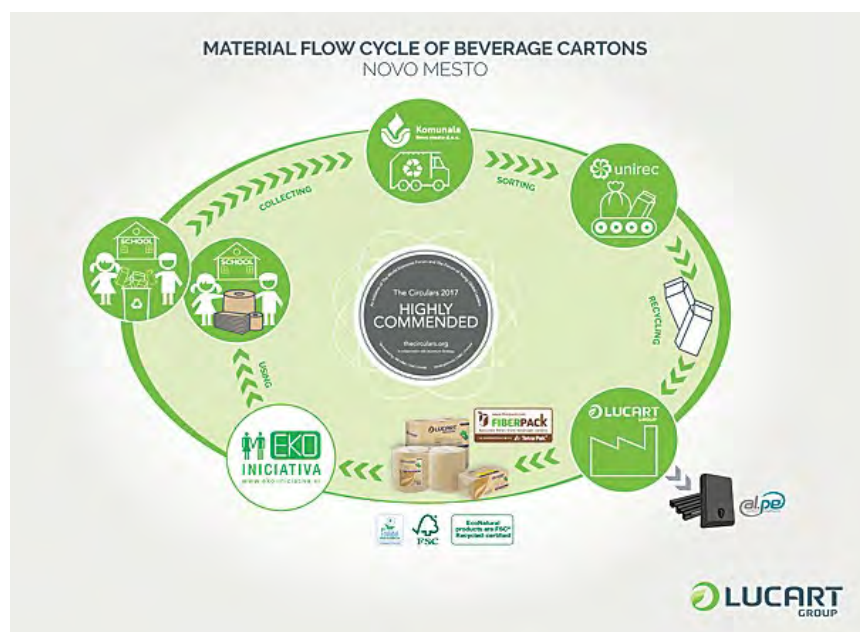
65
GSA
GIUGNO
2017

Fiberpack®, l'impegno di Lucart verso un'economia circolare

Dalla collaborazione tra Lucart e Tetra Pak®, nel 2010 è nato Fiberpack®, un progetto virtuoso e pluripremiato che rappresenta l'evoluzione della carta, coniugando sostenibilità ambientale e innovazione tecnologica. Fiberpack® è il materiale che si ottiene dal recupero delle fibre di cellulosa presenti nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Da uno solo di questi contenitori è possibile ricavare il 74% di fibre di cellulosa, oltre al 22% di polietilene e al 4% di alluminio, recuperando il 100% dei componenti.

Il progetto Fiberpack® in soli 4 anni, dal 2013 al 2016, ha portato a grandi risultati:

- oltre 2,8 miliardi di cartoni per bevande da 1 litro che, stesi uno dopo l'altro, equivalgono a una distanza pari a 16 volte il giro della Terra
 - più di 1,2 milioni gli alberi salvati grazie a questa iniziativa, un valore pari a una superficie di più di 4.200 campi da calcio
 - oltre 73.000 tonnellate di CO2e che equivalgono alle emissioni prodotte da più di 578.000 viaggi in auto Roma-Milano.
- Il punto di partenza è la raccolta differenziata: i contenitori devono essere piegati e compressi, dopo aver eliminato i residui



alimentari, e avviati poi al processo che li trasformerà da rifiuto in materia prima seconda. Previa sterilizzazione e trattamento meccanico dei cartoni raccolti, vengono quindi separate le fibre di cellulosa da tutti gli altri materiali. Le fibre recuperate attraverso questo processo sono la base per la realizzazione del Fiberpack®, il materiale con cui vengono realizzati prodotti in carta certificati EU Ecolabel e distribuiti da Lucart attraverso i marchi Lucart Professional EcoNatural e Grazie Natural.

[www.lucartgroup.com]

ANID promuove la Giornata Mondiale della sensibilizzazione alla disinfestazione

Il 6 giugno 2017 è stato dichiarato “Giornata mondiale della sensibilizzazione alla disinfestazione”, un’iniziativa promossa unitamente da CPCA, FAOPMA, NPMA e CEPA, con l’obiettivo di sensibilizzare i cittadini di tutto il mondo, sulle modalità di intervento, tramite le quali le imprese di disinfestazione offrono protezione ad alimenti, abitazioni, famiglie e ambiente, adoperandosi per la prevenzione dei rischi per la salute pubblica.

Anche ANID intende essere parte attiva di questa campagna e consiglia vivamente ai propri associati di sostenere questa azione, al fine di promuovere un’immagine positiva dell’inte-



ro settore della disinfestazione italiana nei confronti dei cittadini, delle imprese e delle istituzioni pubbliche interessate.

Per questo è stata elaborata un’immagine istituzionale personalizzata ANID, relativa alla Giornata Mondiale, con lo scopo di comunicare con forza il ruolo attivo che possiamo of-

fruire a tutti, in termini di tutela della salute umana e dell’ambiente in cui viviamo: un obiettivo perseguibile solamente se l’approccio alla disinfestazione viene perseguito con professionalità e responsabilità, valori da sempre iscritti nel dna di ANID.

[\[www.disinfestazione.org\]](http://www.disinfestazione.org)

A settembre torna a Berlino il CMS 2017

A settembre Berlino sarà, per una settimana, l’ombelico del mondo della pulizia industriale. Dal 19 al 22 settembre, CMS Berlin 2017, Salone Internazionale della Pulizia Industriale, offrirà una panoramica globale del mercato sui prodotti, sistemi e servizi dell’intero comparto. A causa della fortissima domanda di superficie espositiva da parte degli espositori nazionali ed internazionali, Messe Berlin, organizzatore della manifestazione, aprirà un nuovo padiglione nel Quartiere Fieristico di Berlino. In contemporanea a CMS 2017, il Congresso Mondiale delle Imprese di Servizi per gli Stabili WFBSC, riunirà a Berlino i top-decision makers provenienti da tutti i continenti sul tema: “Pulizia in un mondo digitale – Processi, Uomini, Tecnologie”. La location fieristica di Berlino è inoltre ubicata nel cuore del più importante mercato della tecnologia e della chimica per la pu-

lizia industriale in Europa. CMS 2017 è organizzato da Messe Berlin GmbH e sostenuto dalla BIV (Federazione Nazionale delle Imprese di Pulizia a Bonn), dalla VDMA (Associazione delle Macchine e Sistemi per la Pulizia Industriale a Francoforte) nonché dalla IHO (Associazione Industriale per l’Igiene e la Protezione delle superfici di Francoforte). Oltre ai molteplici seminari e visite guidate, create su misura

per i visitatori provenienti dai settori della sanità, dell’industria alberghiera, della ristorazione, Messe Berlin organizzerà il 21 settembre un nuovo evento sulla pulizia delle stazioni. Altra novità di questa edizione è indirizzata al tema Laundry; lavaggio dei prodotti in tessuto e la combinazione più adeguata macchine e prodotti.

[\[www.cms-berlin.com\]](http://www.cms-berlin.com)



STI, gli esperti del vapore

STI srl nasce dall'esperienza ventennale della Famiglia Passuello nel settore della pulizia a vapore, è un'azienda dinamica che grazie ad un'organizzazione rapida e flessibile sta conquistando il mercato europeo ed extra-europeo. L'azienda si propone come un partner affidabile in grado di offrire un servizio a 360 gradi ed un prodotto completo. L'altissima qualità dei prodotti è garantita da una produzione 100% made in Italy che viene eseguita presso lo stabilimento di Fara Vicentino. È leader nella realizzazione di macchine per la pulizia a vapore, nelle due linee per uso domestico

e per uso professionale. La gamma è composta da prodotti solo vapore e vapore-aspirazione, dai più semplici per l'uso domestico, ai più potenti per uso industriale, in modo da poter accontentare le esigenze di diversi tipi di utilizzatori. Tra i best-sellers della linea domestica c'è sicuramente il modello QUEENVAP che coniuga un design accattivante ad elevate prestazioni e si dimostra essere l'alleato perfetto nelle pulizie giornaliere di diversi ambienti, grazie anche all'esclusivo Filtro Vap brevettato da STI. Per quanto riguarda la linea professionale molto apprezzata è la COMBY 3500: in acciaio, completa di aspiratore integrato, caldaia a ricarica automatica e funzione detergente. Grazie al suo vapore a



180°C può eliminare in pochi secondi il 99% di batteri e con il potente motore di aspirazione riesce ad asciugare perfettamente ogni superficie.

[www.stindustry.it]

Sono davvero sicuri i guanti usati dalle imprese di servizi?

Non solo l'esposizione continua delle mani all'acqua, ma soprattutto il contatto prolungato con composti chimici più o meno aggressivi possono mettere in difficoltà la nostra pelle favorendo microlesioni e screpolature. Reflexx, all'avanguardia nell'attività di ricerca e sviluppo, ha recentemente testato, a norma EN374-3 presso laboratori accreditati CE, alcuni dei propri guanti più utilizzati dalle imprese di servizi ponendoli a contatto con 3 gruppi di elementi chimici tra i più diffusi nei detergenti per pulizia professionale di alta qualità, valutandone la resistenza chimica alla permeazione.

Gli elementi chimici utilizzati nei test sono:

- SOLVENTI (presenti nei prodotti sgrassanti, lavavetri, per spolvero e pavimenti);
- ACIDI (presenti nei prodotti disincrostanti per rimuovere la parte inorganica, calcare su tutti);
- ALCALI (presenti nei prodotti lavastoviglie e negli sgrassanti, per rimuovere la parte organica, grassi molli e carbonizzati).

Sono stati testati i guanti Reflexx 36 in vinile con spessore 0.07mm, Reflexx 40 in lattice con spessore 0.09mm, Reflexx 70 in nitrile di spessore 0.10mm e Reflexx 76 in nitrile di spessore 0.07mm. Dai test è emerso che tutti i guanti Reflexx testati hanno ottenuto livelli di protezione mai inferiori a 2 (ovvero con tempo di permeazione non inferiore a 30 minuti), come corretto per la loro funzione di DPI. Inoltre, si evidenzia una superiorità del nitrile di

maggior spessore in termini di resistenza al contatto con i detergenti acidi. In modo particolare i guanti in nitrile Reflexx 70 resistono il doppio del tempo al contatto con la maggior parte degli acidi rispetto ai guanti in vinile Reflexx 36. Per concludere, la scelta di diversi materiali dei guanti, Nitrile, Lattice o Vinile è spesso presa in considerazione dalle imprese solo in relazione al costo, ma è opportuno tenere conto, in primo luogo della tipologia di detergenti e solventi utilizzati quotidianamente al fine di proteggere nel modo corretto gli operatori.

[www.reflexx.com]



Linea Ecolabel ICF detergenti per la ristorazione collettiva e commerciale

L'esperienza trentennale nell'ambito dell'igiene degli alimenti ha permesso

ad ICF di sviluppare una linea di detergenti ecologici specifici per la pulizia degli ambienti, preparazione e somministrazione pasti.

Grazie all'innovative formulazioni, ICF è in grado di garantire:

- elevate performance di pulizia delle



superfici ed attrezzature, anche superiori ai detergenti professionali tradizionali;

- dosi d'impiego estremamente basse che consentono un notevole risparmio sui costi;

- versatilità d'impiego su tutte le tipologie di superfici ed attrezzature.

L'impiego dei prodotti ecologici ICF, oltre a garantire il massimo rispetto dell'ambiente secondo le attuali normative europee, costituisce per le aziende della ristorazione collettiva ed HO.RE.CA., una serie non indifferente di opportunità commerciali e maggiore visibilità sul mercato.

A tal proposito ICF ha studiato specifiche vetrofanie, attraverso le quali le aziende di ristorazione comunicano ai propri clienti la particolare attenzione al rispetto per l'ambiente. Messaggio questo, con importanti note distintive che mettono a proprio agio il consumatore, italiano ed estero, particolarmente attento a questa tematica.

Inoltre, nelle gare di appalto l'impiego dei prodotti ecologici consente sia notevoli miglioramenti nella qualità del servizio offerto sia di assolvere agli obblighi dei Criteri Ambientali Minimi (CAM). Linea di prodotti ecologici ICF. ICF, vista le peculiarità del mercato della ristorazione, produce specifiche linee di detergenti ecologici professionali, certificati Nordic Ecolabel ed Ecolabel UE:

- detergenti e brillantanti per lavastoviglie;
- detergenti e sgrassatori universali di superfici, pavimenti ed attrezzature;
- detergenti per la rimozione dello sporco grasso e carbonizzato da forni, brasiere, friggitrici, fuochi, cappe e filtri;
- detergenti per pulizia di banconi, espositori, porte, vetri e specchi.

[www.icf srl.it]

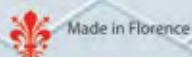
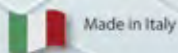


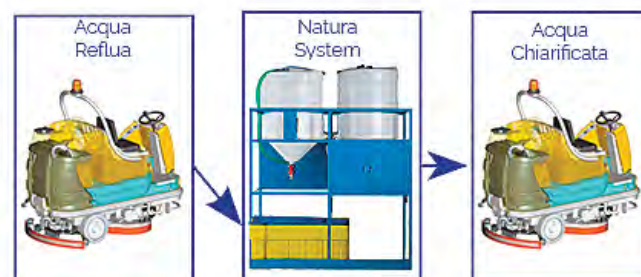
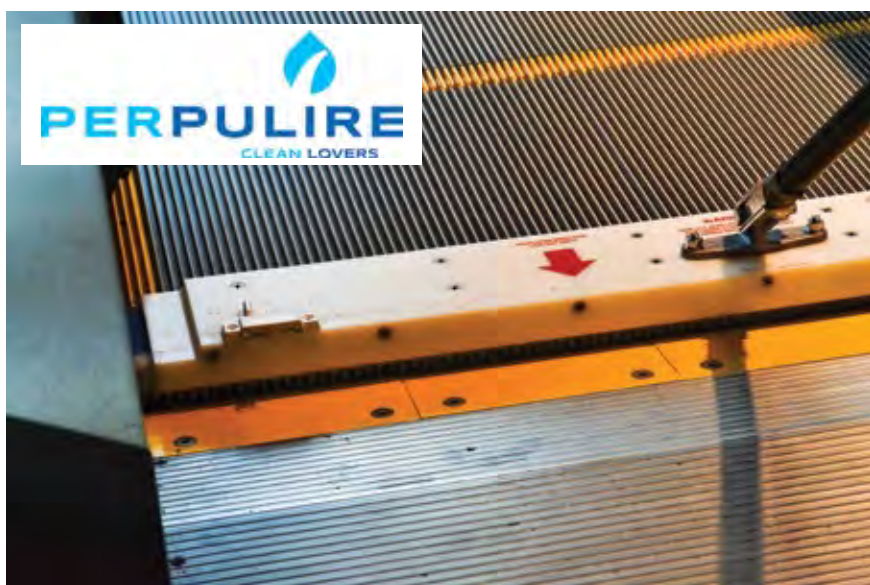
Via dei Tigli, 20 - 50010 Campi Bisenzio (FI)

Tel. +39 055 898139 - Cell. +39 327 5895500

info@4cleanpro.com

www.4cleanpro.com





una pulizia ordinaria delle scale. Con grande soddisfazione si sono festeggiati in fiera i 5 anni di vita della piattaforma WEB, la prima in grado di adattarsi alle esigenze di acquisto dei clienti di PERPULIRE garantendo efficacia, velocità e riduzione degli errori. L'unico store progettato in grado di essere utilizzato dai grandi appalti alle piccole forniture.

Il gruppo PERPULIRE ci tiene a ringraziare di cuore tutti i numerosissimi clienti che sono intervenuti allo stand in Fiera a Pulire 2017.

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

69
GSA
GIUGNO
2017

Gruppo PERPULIRE: a PULIRE 2017 grande partecipazione e molta innovazione

Il Gruppo PERPULIRE anche quest'anno è stato protagonista alla fiera di settore PULIRE 2017 che si è tenuta a fine maggio a Verona.

In fiera l'azienda ha presentato un concept innovativo "Detergenti – Macchinari – Servizi Gli ingredienti per una ricetta perfetta". Una ricetta personalizzata per ogni esigenza del cliente. All'interno dello stand di PERPULIRE, tre sono state le principali innovazioni che hanno catturato l'interesse dei numerosissimi visitatori.

Il Natura System per la chiarificazione delle acque reflue, il REN sistema per la pulizia delle scale mobili e nell'occasione della fiera si è potuto festeggiare i 5 anni di vita della piattaforma web. Il Natura System è un procedimento innovativo in grado di chiarificare l'acqua reflua derivante dai cicli di pulizia così da renderla nuovamente riutilizzabile per infiniti cicli di pulizia. Il Sistema validato dal Politecnico di Torino abbina sostenibilità ambientale, risparmio idrico e riduzione di emissioni di CO2.

REN, presentato in esclusiva nazionale, consente di pulire una scala mobile

in soli 5 minuti senza doverla disattivare. Necessita di un solo operatore, non servono alimentazioni esterne, è facile da trasportare e semplice da utilizzare e quindi l'ideale modalità per passare da una pulizia straordinaria ad

Isal cresce ancora: +20%

Grande soddisfazione in casa Isal, società del gruppo Kärcher che, nonostante il momento non facile per il mercato, continua a crescere a doppia cifra. A testimoniare le parole dell'Amministratore Delegato Giuseppe Del Duca raccolte in occasione di Pulire 2017: "Per il 2016, a fronte di un mercato – quello delle spazzatrici stradali – sostanzialmente stabile, Isal ha ottenuto un +20%. Per il 2017 ci aspettiamo un risultato generale simile, con una crescita differente tra Italia e estero: lieve in Italia, e molto più ampia all'estero. Le nostre macchine, infatti, sono da sempre molto apprezzate all'estero ed è all'estero che conseguiamo i risultati migliori in termini di vendita; Isal è un'azienda italiana che produce un tipo particolare di spazzatrici stradali adatte all'industria pesante come quella estrattiva, le acciaierie, i cementifici, industrie localizzate prevalentemente nei paesi esteri, e in particolare in Oriente ed Estremo Oriente. Da questi mercati in particolare registriamo crescita di interesse costante, con risultati di vendita altrettanto positivi." Ottimi anche i riscontri da Pulire, con un'edizione davvero andata a gonfie vele: "La fiera è andata molto bene, con un + 30% dei contatti rispetto al 2015".



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

Pulire 2.0, il battesimo Soligena



E infine anche Pulire 2.0 edizione 2017 entra in archivio. Per Soligena è stato allestito uno stand essenziale per trasmettere ai clienti i contenuti del nuovo progetto Clean&Care, una proposta esclusiva di vendita, chiara ed efficace, accompagnata da una coerenza comunicativa. Agli occhi dei visitatori chiarezza e percezione immediata sono elementi fondamentali per creare subi-

to feeling. Un esempio è stata l'esposizione delle frange Ecolabel, per la pulizia dei pavimenti, dopo aver raggiunto il primo step di 500 lavaggi. E' il risultato, parziale, del test tutt'ora in corso presso un laboratorio accreditato ISO17025, comparato con una frangia acquistata liberamente sul mercato. L'obiettivo finale del test è verificare il livello di usura a 1.000 lavaggi e al termine del test Soligena disporrà di documentazione certificata, comprovante la reale durata del ciclo di vita dei prodotti testati, che potrà essere utilizzata nelle gare d'appalto come vantaggio competitivo per le imprese di servizi di pulizia. Un altro esempio è dato dalla nuova linea di carrelli di servizio KUBI, made in Falpi, pratici e modulari per ogni dimensione di cantiere e impresa di servizio. Plastica e allumi-



nio si integrano perfettamente garantendo solidità alla struttura del carrello. Come sempre la qualità deve essere declinata attraverso i fatti; è un valore che ha contenuti intrinseci che vanno oltre la semplice valutazione del costo di un prodotto.

[www.soligena.it]

70
GSA
GIUGNO
2017

Rubino Chem: efficienza ed evoluzione a Pulire 2017

Sono queste le due parole chiave che hanno caratterizzato la partecipazione della Rubino Chem alla XXIII edizione della fiera internazionale della pulizia professionale Pulire The Smart Show Verona, dal 23 al 25 maggio 2017. L'azienda da sempre impegnata nella innovazione, ha presen-



tato per questa edizione di Pulire una nuova linea di prodotti: si chiama 'HiMiX' la nuova componente della famiglia Rubino Chem. La nuova gamma HiMiX sarà disponibile su tutto il territorio italiano da quest'anno. Si tratta di un'innovativa linea di formulati concentrati per la pulizia e la detergenza professionale e consumer. La tecnologia dei formulati concentrati, fornisce prodotti per una vasta gamma di settori, tra cui le industrie dei servizi e della pulizia professionale, trattamento dei tessuti, tra altre. Come funziona? I suoi formulati superconcentrati sono pronti per l'uso con la semplice aggiunta di acqua dolce. La ridotta quantità di risorse impiegate nella produzione degli imballaggi e la diminuzione delle risorse necessarie per la sua distribuzione (con una diminuzione del 80% nella produzione di CO2), rendono HiMiX un prodotto ecocompatibile e green. Grazie alle dimensioni dell'involucro viene garantito il raggiungimento di elevate densità di immagazzinamento nei punti di raccolta e distribuzione. Rubino Chem conclude la sua partecipazione a questa edizione con estrema soddisfazione, confermandosi impresa leader nel settore.

[www.rubinochem.it]

Kiehl, alta efficacia e forza pulente

Trattamento e manutenzione sicura su pavimenti duri ed elastici resistenza all'acqua come PVC, linoleum, gomme, marmo, granito grazie all'utilizzo dei prodotti Kiehl per la protezione e sua rimozione periodica.

Kiehl Ceradur Eco, Kiehl Copex Eco e Econa Concentrato, rappresentano una corretta e valida soluzione per garantire una manutenzione efficace in totale sicurezza per le superfici e per gli operatori, grazie alle loro formulazioni studiate nel rispetto dell'ambiente. Ceradur Eco, Copex Eco e Econa Concentrato sono prodotti contrassegnati dal doppio registro Ecolabel e Nordic Ecolabel. Ceradur Eco, cera non metallizzata ad elevata reticolazione, restando elastica impedisce la scivolosità mantenendo le caratteristiche di resistenza al pari delle protezioni me-



tallizzate. Copex Eco, decerante universale, elimina facilmente strati di polimeri e pellicole protettive come sporco e grassi. Utilizzabile anche su pietre naturali e superfici sensibili agli alcali.

Econa Concentrato rappresenta la soluzione per la pulizia ordinaria dei pavimenti protetti.



Grazie al suo alto valore di concentrazione Econa Conc, risulta essere estremamente economico, di alta efficacia, garantito da certificato ecolabel.

Kiehl, una garanzia per la manutenzioni delle vostre superfici

[www.kiehl-group.com]

Energy Saving, Ergonomy, Ecology, Easy Use. Le "4E" IMESA

IMESA S.p.A. da quasi 50 anni è l'azienda italiana leader nella produzione di macchine ed impianti di lavanderia. I prodotti IMESA utilizzano le tecnologie più avanzate, componenti di estrema qualità al fine garantire ad ogni tipologia di clientela il prodotto più robusto e rispondente alle necessità di lavaggio.

I clienti IMESA sono imprese di pulizia, case di riposo ed ospedali, alberghi e ristoranti, collegi e convitti, industrie di trasformazione alimentare, navi, lavanderie e confezioni, self service e tintorie. Tipologie apparentemente diverse tra loro, ma che in comune hanno lo stesso bisogno: avere pavimenti puliti e altissimi standard di igiene. IMESA ha studiato una lavatrice con specifici programmi in grado di lavare, igienizzare e pre-impregnare i mop, le frange ed ogni tipo di tessuto da trattare. Un progetto sviluppato in collaborazione con i principali operatori del settore cleaning, dei quali IMESA ha ascoltato le esigenze per proporre un prodotto capace di ottimizzare i consumi riducendo i costi del processo di pulizia. La lavatrice LM MOP, oltre a garantire un'ottima produttività, assicura il risparmio energetico e l'eliminazione di sprechi d'acqua e detergente. La soluzione per preimpregna-



re i MOP è contenuta in un serbatoio sotto la lavatrice e viene immessa nella vasca della lavatrice quando viene attivato il ciclo di impregnazione. La soluzione inutilizzata nel ciclo viene poi recuperata nel serbatoio per essere riutilizzata nel ciclo successivo. I mop escono dalla lavatrice già pronti all'uso per la pulizia dei pavimenti.

[www.imesa.it]

GSA

il Giornale dei Servizi Ambientali

documentato

Garantito

Attendibile

Certificato CSST

AFFIDABILE



La stampa tecnica specializzata è il mezzo più sicuro e affidabile per raggiungere target mirati di operatori del settore. Quando pianificate un investimento pubblicitario, scegliete riviste certificate per disporre così di dati garantiti ed autentici su tiratura e diffusione. Una testata certificata CSST (Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica) è il mezzo più affidabile per veicolare il vostro messaggio pubblicitario. Affidatevi quindi ad Editori che operano all'insegna della trasparenza.

Gsa, Il Giornale dei Servizi Ambientali è certificata CSST dal 1997.

Ultimi dati di certificazione:
Per il periodo 1/1/2016-31/12/2016
Tiratura media: 5517
Diffusione media: 5364
Certificato CSST n. 2016-2592 del 2/3/2017

CSST CERTIFICAZIONE
EDITORIA
SPECIALIZZATA E TECNICA

Edicom s.r.l. è associato a

A.N.E.S.
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

Itidet 40 spray profumato

Schiuma detergente
ideale per la pulizia
di vetri e specchi con
fragranza floreale

- ✓ si aggrappa alle superfici
- ✓ deterge a fondo
- ✓ si asciuga velocemente
- ✓ rilascia nell'ambiente
un gradevole profumo



ITIDET Srl

Sede Operativa
Terza Zona Artigianale Loc. Colonia Elisabetta - Lotto 20
01016 Tarquinia (VT) - Tel./Fax +39 0766 856398

Sede Legale
Corso Centocelle, 18 - 00053 Civitavecchia (RM)
segreteria@itidet.it - www.itidet.it

OIÈ ESSENZA

**FORMULATO
SUPERCONCENTRATO**

4 IN 1

**PROFUMA
DESODORIZZA
DETERGE
SPOLVERA**

Ambienti e superfici

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 - info@rubinochem.it

www.rubinochem.it



MADE IN ITALY