



ENGLISH
TEXT
INSIDE



REPORT^{MAGAZINE}

LUGLIO 2017 . N° 24
WWW.CLEANINGCOMMUNITY.NET

Cleaning
COMMUNITY

IMPRESE & DEALER



DISPENSER CUBO BAR NAPKINS



ESCLUSIVO
PORTAMENU
Patented by CARIND
EXCLUSIVE
MENU HOLDER

PERSONALIZZAZIONE
MARCHIO AZIENDALE
CUSTOMIZE WITH
COMPANY LOGO

CARIND
Arpino ITALY (UE)
www.carind.it

Tel. +39.0776.880005 - Fax +39.0776.880004
commerciale@carind.it - salesoffice@carind.it

MARCHIO UNICO NAZIONALE

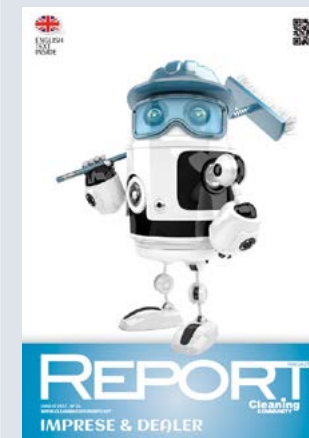


SOMMARIO/CONTENTS

- 5 Editoriale
- 6 News
- 14 **Impresa di servizi: la sfida del digitale**
Alessandro e Marco Florio
- 22 **Il mercato della distribuzione**
Giulia Sarti
- 28 **PULIRE 2.2, un'edizione da ricordare**
Giulia Sarti
- 34 **AfidampCom: considerazioni su PULIRE 2017**
Chiara Merlini
- 38 **La tecnologia secondo Kärcher**
Chiara Merlini
- 42 **Un'azienda solida. Come le sue macchine**
Chiara Merlini
- 46 **Evoluzione digitale, la via del cambiamento**
- 50 **L'efficienza si misura con la rapidità**
- 54 **Una storia all'insegna del green. Quello vero**
Chiara Merlini
- 58 **Innovare e semplificare: una filosofia aziendale**
Chiara Merlini
- 62 **PRODOTTI**
- SPOT
- 72 **I numeri del mercato**
Andrea Della Torre
- 76 **PRODOTTI**



- 5 *Point of view*
- 6 *News*
- 14 **Service companies: the digital challenge**
Alessandro and Marco Florio
- 22 **The Distribution Market**
Giulia Sarti
- 28 **PULIRE 2.2, an edition to remember**
Giulia Sarti
- 34 **AfidampCom: thoughts on PULIRE 2017**
Chiara Merlini
- 38 **The technology according to Kärcher**
Chiara Merlini
- 42 **A company you can rely on. Just like you can on its machinery**
Chiara Merlini
- 46 **Digital evolution, the way of change**
Chiara Merlini
- 50 **Efficiency can be measured fast**
Chiara Merlini
- 54 **A green history. The true one**
Chiara Merlini
- 58 **Innovation is easy: the company philosophy**
Chiara Merlini
- 62 **PRODUCTS**
- SPOT
- 72 **Market numbers**
Andrea Della Torre
- 76 **PRODUCTS**



**Cleaning
COMMUNITY** Magazine



www.cleaningcommunity.net
Clicca per ricevere gratuitamente
le nostre newsletter e i prossimi
numeri del magazine

Editore
4PUNTOZERO Srl
Via A. Ressi, 28 - Milano
Tel. +39 02 39265461 - Fax +39 02 45497579
info@4puntozero.it

Direttore responsabile
Federica Fiorellini
fiorellini@4puntozero.it

Direttore editoriale
Chiara Merlini
merlini@4puntozero.it

In redazione
**Zoe Battiston, Furio Bernardini, Michele Corsini,
Andrea Della Torre, Federica Fiorellini, Vittoria Orsenigo,
Giulia Sarti, Davide Vernich**

Progetto grafico
Roberto Cremonesi.Co Srl
info@robertocremonesi.it

Impaginazione
Lele Nanolini

Direzione commerciale e marketing
Stefano Carlin
carlin@4puntozero.it

Pubblicità e sviluppo
Luciano Dorini
dorini@4puntozero.it

Sviluppo progetti
Dorella Maiocchi
maiocchi@4puntozero.it

International Sales Manager
Giorgio Pierguidi
pierguidi@4puntozero.it

Amministrazione
Lara Papetti
amministrazione@4puntozero.it

Segreteria
Elisabetta Andreini
info@4puntozero.it

Ufficio traffico
traffico@4puntozero.it

Cleaning Community Magazine
Autorizzazione del Tribunale di Milano n. 122 dell'8 aprile 2014

4Puntozero Srl, titolare del trattamento dei dati relativi ai destinatari della presente pubblicazione, informa che le finalità del trattamento sono rivolte unicamente a consentire l'invio del presente magazine e di altre iniziative editoriali di propria edizione; la casa editrice informa altresì i destinatari dell'invio che in ogni momento essi potranno esercitare i diritti previsti dall'art. 7 del D.Lg. 196/03, chiedendo l'aggiornamento o la cancellazione dei dati.

Linea di detergenti concentrati

INFYNITÎ

Prestazioni straordinarie in pochissimo spazio



www.arcochimica.it

Una semplice monodose Infyniti permette di ottenere tutte le combinazioni possibili di prodotto tradizionale per il lavaggio manuale e meccanizzato. I differenti formati delle monodosi, 15/30/50/80/100 ml, consentono di ottenere sempre la giusta dose per taniche, flaconi, secchi e serbatoi.



CHEMICAL GROUP



CHIARA MERLINI

In questo numero di Cleaning Community Magazine, dedicato ai rivenditori e alle imprese di servizi, nella parte orientata alle macchine vi segnaliamo i dati relativi al mercato di idropulitrici, lavamoquette, macchine a vapore e presentiamo una breve rassegna di questi prodotti. Abbiamo dedicato anche uno spazio particolare all'edizione di Pulire Verona perché è proprio a queste categorie - dealer e aziende di servizi - che è destinata l'offerta dei produttori: ne proponiamo pareri, proposte e segnalazioni che abbiamo ritenuto interessanti come indicazioni di un'evoluzione ad ampio raggio.

Questa edizione si è fortemente connotata per l'innovazione digitale, calata in ogni aspetto della filiera, e per la ricerca di soluzioni sempre più sostenibili, più efficienti ed efficaci, nell'ottica di una crescita globale di un settore per molti aspetti rimasto per tanto tempo ancorato a schemi ormai obsoleti. Una marcia in più, occasioni di approfondimento e di stimolo, perché i dealer si confrontino con soluzioni integrate e innovative, ampliando l'offerta tecnologica e di servizio al cliente, e perché anche le imprese di servizi abbiano la possibilità di iniziare a ragionare in termini di industria 4.0.

In this issue of Cleaning Community Magazine, dedicated to dealers and service companies, in the machine-oriented part we point to the data on the market for high pressure cleaners, washer machines, steam machines and we present a brief review of these products. We have also devoted a special space to the Pulire Verona edition because it is for these categories - dealers and service companies - which is destined for producers to offer: we propose opinions, suggestions and reports that we considered interesting as indications of

a 'Wide-ranging evolution. This edition was strongly geared to digital innovation, down to every aspect of the industry, and to seeking more and more sustainable, efficient and effective solutions, with the goal of a global growth of a sector in many respects Time anchored to obsolete schemes. An extra drive, opportunities for deepening and stimulating, so dealers deal with integrated and innovative solutions, expanding technology and service offerings to the customer, and why service companies can also start to think in terms of Industry 4.0.





A.N.A.C.

Autorità Nazionale Anticorruzione

ANAC: SEMPLIFICAZIONE PER I PICCOLI APPALTI

Chiarimento dell'Autorità Nazionale Anticorruzione sulle procedure di assegnazione di

appalti da 150mila a 1 milione di euro. Il Ministero delle Infrastrutture e Trasporti aveva sollevato la questione chiedendo all'Anac una risposta sui dubbi intorno al correttivo appalti (DLGS 56/2017) che alzava la soglia di applicazione del massimo ribasso a 2 milioni. Raffaele Cantone, presidente Anac, ha confermato la

proposta del Mit, portando la soglia dell'utilizzo del criterio del minor prezzo anche nelle procedure da 150mila euro a 1 milione. Nei primi 5 mesi del 2017 il 73% delle gare hanno riguardato lavori - un totale di 1,2 miliardi - di importo inferiore al milione di euro.

Fonte: CasaeClima

ANAC: SIMPLIFICATION FOR SMALL DEALS

A Clarification of the National Anti-Corruption Authority on procurement procedures from 150,000 to 1 million euros. The Ministry of Infrastructure and Transport had raised the issue

by asking the ANAC to answer the doubts surrounding the current procurement (DLGS 56/2017) which raised the ceiling to 2 million. Raffaele Cantone, President Anac, confirmed Mit's proposal, bringing the threshold for the use of the lowest price

criterion even in procedures from 150 thousand euros to 1 million. In the first five months of 2017, 73% of the works involved jobs - a total of 1.2 billion - less than one million euros.

Source: CasaeClima

700 MILIONI DALL'INAIL PER L'EDILIZIA SANITARIA

La Conferenza delle Regioni il 22 giugno ha approvato un documento sui finanziamenti Inail nel campo dell'edilizia sanitaria. Ferma restando la coerenza con il DM 70, i finanziamenti andrebbero destinati alla realizzazione di nuovi immobili in sostituzione di fabbricato esistente

a elevato rischio e che non si può adeguare per la sicurezza sismica e antincendio, edifici architettonicamente superati e non adeguabili dal punto di vista funzionale; nuovi edifici per rispondere a una domanda sanitaria in bacini di utenza; nuovi immobili rilevanti per l'eccellenza dell'offerta sanitaria sotto il profilo scientifico (IRCCS).

Fonte: CasaeClima



700 MILLION FROM THE IKEA FOR HEALTHCARE

The Conference of Regions on June 22 approved a document on Inail financing in the field of healthcare. Without prejudice to the consistency with DM 70,

funding should be made for the construction of new buildings in replacement of an existing high risk building and which can not be adapted for seismic and fire safety purposes, architecturally outdated and not functionally fit buildings

; New buildings to respond to health demand in user basins; New real estate for the excellence of scientific research (IRCCS).

Source: CasaeClima

ARRIVA IN ITALIA LO SCRUM MASTER

Il termine *scrum* nel rugby significa mischia, e oggi *scrum master* rappresenta una nuova figura aziendale. Chi è? Un supervisore dell'attività digitale, non un capo, ma un tipo di coordinatore, che individua i punti deboli di un'attività, fissa riunioni giornaliere, affronta problematiche, affiancando

chi si occupa del progetto. In effetti, lo scrum master dovrebbe mettere il team di lavoro nelle condizioni di essere sempre più efficiente e performante. Molto diffusa all'estero, questa figura sta prendendo piede ora anche in Italia: attività che risulta bene remunerata, visto che lo stipendio annuale per i più esperti è intorno ai 70-80mila euro.

Fonte: Bimag

THE SCRUM MASTER ARRIVES IN ITALY

The term scrum in rugby means melee, and today scrum master represents a new corporate figure. Who is it? A digital activity supervisor, not a leader, but a kind of coordinator who

identifies the weaknesses of an activity, sets up daily meetings, tackles issues, and alongside those who care about the project. In fact, the master scrum should put the work team in the conditions of being more efficient and performing. Widespread abroad, this figure

is now also taking place in Italy: activities that are well paid, since the annual salary for the most experienced is around 70-80 thousand euros.

Source: Bimag



INQUINAMENTO = FOTOVOLTAICO MENO EFFICIENTE

Le polveri sottili sui pannelli riducono l'efficienza del 25%. Nello studio i ricercatori della Duke University (Usa) hanno dimostrato che l'inquinamento non è solo un rischio per la salute, ma riguarda anche questo tipo di industria. Più colpiti risultano i paesi che

investono maggiormente nell'energia solare, come Cina, India e alcune regione EMEA. Misurando le perdite energetiche dei pannelli nel tempo in base al grado di sporcizia si è visto che dopo la pulizia l'efficienza aumentava del 50%. La ricerca, è stata sostenuta dall'Agenzia USA per lo sviluppo internazionale.

Fonte: CasaeClima

POLLUTION = LESS EFFICIENT PHOTOVOLTAIC

Thin powders on the panels reduce efficiency by 25%. In the study, researchers at Duke University (USA) have shown that pollution is not only a health risk but also affects this

type of industry. Most affected are the countries that invest more in solar energy, such as China, India and some EMEA regions. Measuring the energy losses of the panels over time based on the degree of dirt, it was seen that after cleaning

the efficiency increased by 50%. Research, backed by the United States Agency for International Development, was published in June on Environmental Science & Technologies Letters.

Source: CasaeClima

REPORT

LAVORO E
INVECCHIAMENTO:
SE NE OCCUPANO LE
AGENZIE UE

Una prospettiva su questi due temi che considera l'intero arco della vita è stata sviluppata dalle Agenzie UE. Una nuova relazione, coordinata dall'EU-OSHA, mostra in che modo la serie di informazioni fornite dalle quattro agenzie può sostenere il processo di formulazione delle politiche su questa materia. EU-

OSHA presenta alcuni esempi di politiche basate su approcci integrati alla sicurezza e alla salute sul luogo di lavoro; *Eurofound* esamina le condizioni di lavoro per i lavoratori di tutte le età, gli esiti riguardanti la sostenibilità del lavoro e in che modo le giuste politiche possano promuovere il prolungamento della vita professionale; *Cedefop* valuta le modalità con cui l'istruzione e la formazione professionale possano essere usate a sostegno di un



invecchiamento attivo al lavoro; EIGE fornisce una prospettiva di genere sulla questione della forza lavoro che invecchia e tratta delle varie sfide che uomini e donne affrontano.

Fonte: EU-OSHA

WORK AND AGING: THEY DEAL
WITH EU AGENCIES

A perspective on these two themes that consider the whole life span was developed by the EU Agencies. A new report, co-ordinated by the EU-OSHA, shows how the information provided by the four agencies can support the process of formulating

policies on this subject. EU-OSHA presents some examples of policies based on integrated approaches to workplace safety and health; Eurofound examines the working conditions for workers of all ages, the outcomes of sustainability of work and how the right policies can promote the extension of

professional life; Cedefop assesses ways in which vocational education and training can be used to support active aging at work; EIGE provides a gender perspective on the aging workforce and addresses the various challenges facing men and women.

Source: EU-OSHA

MEF: UNA CIRCOLARE
SUI PAGAMENTI DELLE
PA

La Direttiva 2011/7/UE prevede che le Pubbliche amministrazioni paghino entro 30 o 60 giorni dal ricevimento della fattura: di recente la Commissione Europea, nella procedura d'infrazione UE per i ritardi nei pagamenti dell'Italia, ha dichiarato l'Italia inadempiente agli obblighi previsti dalla Direttiva.

Il Ministero dell'Economia e Finanze, con la circolare n. 24 del 277 giugno, ha fornito indicazioni alle Pubbliche Amministrazioni in merito ai debiti commerciali, soprattutto sul miglioramento delle procedure amministrative per rispettare le scadenze e sulla registrazione di alcune gestionali contabili nei sistemi informativi della Rgs/Sicoge e Piattaforma elettronica per i crediti commerciali (PCC).

MEF: A CIRCULAR ON PA
PAYMENTS

The 2011/7 / EU Directive requires public administrations to pay within 30 to 60 days of receipt of the invoice: the European Commission recently, in the EU infringement procedure for late

payments in Italy, declared Italy defaulting Obligations under the Directive. The Ministry of Economy and Finance, with circular no. 24 of 277 June, provided guidance to public administrations on trade payables, particularly on improving administrative

procedures to comply with the timing and registration of some accounting management systems in the Rgs / Sicoge information systems and the Electronic Trade Credits Platform (PCC).

Working Hours Employee: John Smith Site: K10

Day	Kitchen Main Floor	Main Floor Office 201	Main Floor Office 202
	In	Out	In
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			

Total Hours: _____

Manager's Signature: _____

Work	End of Work	Work period duration [min]
	03:05 PM	0:34
	03:45 PM	0:59
	11:51 AM	0:09
	01:44 PM	0:29
	02:24 PM	0:28
	01:12 PM	1:15
	11:16 AM	0:12
	11:24 AM	1:04
	11:28 AM	0:11

www.kaercher.it

KÄRCHER MANAGE

Il successo è digitale

I processi di pulizia e i turni si gestiscono e si migliorano digitalmente. Kärcher Manage è un software per programmare, monitorare ed assicurare la qualità dei servizi che vengono svolti su tutto il cantiere. I dati vengono raccolti ed analizzati in maniera scientifica e sono sempre disponibili sul portale Kärcher Manage.

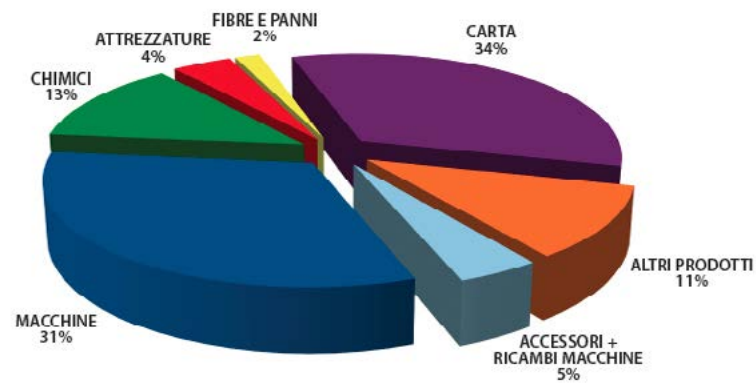
Scopri la differenza con Kärcher.



KÄRCHER

CLEANING PROFESSIONALE: I DATI AFIDAMPFAB

Una crescita totale del 2%: il 2016 è stato un anno all'insegna della stabilità (con poche eccezioni). Questo è il dato che risulta dall'indagine AfidampFAB sul fatturato dell'industria del cleaning professionale relativo all'anno scorso. Complessivamente il settore del professional cleaning nel 2016 ha registrato un fatturato di 1.644.458.287 €, segnando un lieve incremento (+2%) rispetto ai 1.608.155.604 € del 2015. Una crescita più timida rispetto all'anno precedente (era del 7 per cento), ma pur sempre una crescita, che lascia ben sperare per il prossimo futuro.



PROFESSIONAL CLEANING: AFIDAMPFAB DATA

A total growth of 2%: 2016 was a year of stability (with few exceptions). This is the result of the AfidampFAB survey on

the turnover of the professional cleaning industry last year. Overall, the professional cleaning industry in 2016 had a turnover of € 1,644,458,287, showing a slight increase (+ 2%) compared to

€ 1,608,155,604 in 2015. A more timid growth compared to the previous year (it was 7 per One hundred), but still a growth that leaves hope for the foreseeable future.



COMIECO: IL RAPPORTO ANNUALE

Comieco (Consorzio Nazionale per il Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) ha presentato il 30 Giugno a Bari il 22° Rapporto sulla raccolta di carta e cartone in Italia. Nel 2016 le tonnellate di materiale raccolto hanno superato i 3,2 milioni di tonnellate:

particolarmente virtuoso il Sud, in cui si è segnato +8,6 %, grazie anche alle risorse speciali messe a disposizione da parte del Consorzio per aumentare la raccolta differenziata di carta e cartone: oltre 10 milioni di euro, dal 2014, con il Piano per l'Italia del Sud e il Bando Anci. La media nazionale di raccolta pro capite supera i 53 kg per abitante.

COMIECO: THE ANNUAL REPORT

Comieco (National Consortium for Recovery and Recycling of Cellulose Based Packaging) presented on June 30th in Bari the 22nd Report on the Collection of

Paper and Cardboard in Italy. In 2016 tons of harvested material exceeded 3.2 million tons: the South was particularly virtuous, with +8.6%, thanks also to the special resources made available by the Consortium to increase

the differentiated collection Of paper and board: over 10 million euros, from 2014, with the Plan for Southern Italy and Bando Anci. The national average harvest per capita exceeds 53 kg per inhabitant.

RAEE: NASCE IL GRUPPO INDUSTRIALE TREE

La Centro Servizi RAEE, fondata nel 2008 da Andrea Ratti, costituisce l'operatore italiano che per primo completa la filiera che va dalla consegna a domicilio degli elettrodomestici alla raccolta, trattamento e riciclo dei rifiuti elettrici ed elettronici ("RAEE") inserendosi con un ruolo da protagonista nell'ambito della cosiddetta economia circolare. Il progetto ha visto come sponsor

finanziario il fondo di private equity anglo-americano JZ International che ha acquisito la maggioranza del capitale di CSR, e ha fornito al progetto risorse finanziarie a titolo di equity al fine di concludere un primo perimetro di fatturato di circa 25 milioni di Euro. CSR, che viene rinominata TREEE (Treatment and Recycling of Electric and Electronic Equipment), ha perfezionato la settimana scorsa l'acquisizione di diverse imprese del settore.



WEEE: THE TREE INDUSTRIAL GROUP IS BORN

The RAEE Service Center, founded in 2008 by Andrea Ratti, is the Italian operator who first completes the supply chain from domestic appliances to the collection, treatment and recycling of electrical

and electronic waste ("WEEE") by entering a Role as a protagonist in the so-called circular economy. The project saw as a financial sponsor the JZ International private equity fund, which acquired the majority of CSR's capital, and provided the project with financial resources as

equity to complete a first turnover margin of around 25 Millions of Euros. CSR, which is renamed TREEE (Treatment and Recycling of Electric and Electronic Equipment), completed the acquisition of several companies in the industry last week.

ECOMONDO 2017: FOCUS SULLA GREEN ECONOMY

Duecento convegni, oltre mille relatori: anche quest'anno Ecomondo - dal 7 al 10 novembre 2017 alla Fiera di Rimini, sotto le insegne di IEG (Italian Exhibition Group) insieme a Key Energy - offre un ampio programma di conferenze e workshop, volti a presentare le maggiori

ECOMONDO
THE GREEN TECHNOLOGIES EXPO
KEY ENERGY

7-10
NOVEMBRE 2017
RIMINI ITALY



innovazioni legate all'adozione dell'economia circolare. Il corposo calendario di appuntamenti è proposto dal Comitato Tecnico Scientifico di Ecomondo, presieduto dal professor Fabio Fava in collaborazione con associazioni,

università, istituti di ricerca, istituzioni italiane ed europee, e toccherà temi legati all'intera galassia dell'economia green (rifiuti, materie prime alternative, trattamento acque reflue, bonifiche, bioeconomia).

ECOMONDO 2017: FOCUS ON GREEN ECONOMY

Two hundred conferences, more than a thousand speakers: this year Ecomondo - from 7 to 10 November 2017 at the Rimini Fair, under the signs of IEG (Italian Exhibition Group) together with Key Energy - offers a large

program of conferences and workshops aimed at Present the major innovations related to the adoption of the circular economy. The full calendar of appointments is proposed by the Ecomondo Scientific Technical Committee, chaired by Professor Fabio Fava in collaboration with associations,

universities, research institutes, Italian and European institutions, and will cover themes related to the whole galaxy of the green economy (waste, Alternative raw materials, wastewater treatment, reclamation, bioeconomics).

REPORT

HOSTMILANO NUMERO 40: AZIENDE +11,4%

Aspettative sopra la media, grazie a numeri decisamente incoraggianti: così si profila l'edizione 2017 di HostMilano, che si terrà a Fieramilano Rho da venerdì 20 a martedì 24 ottobre. Sono infatti già 1.824 le aziende che hanno confermato la propria presenza, di cui 1.092 italiane (59,9%) e 732

estere (40,1%) da 55 Paesi. Otto le nazioni al debutto: Bielorussia, Egitto, Liechtenstein, Nuova

Zelanda, Serbia, Sud Africa, Sri Lanka, Ucraina, mentre torna il Canada dopo l'edizione 2011.

**HOSTMILANO NUMBER 40: COMPANIES + 11.4%**

Expectations above the average, thanks to decisively encouraging numbers: this is how the 2018 edition of HostMilano is going to be held in Fieramilano Rho

from Friday 20 to Tuesday 24 October. In fact, 1,824 companies have confirmed their presence, including 1,092 Italian (59.9%) and 732 foreign (40.1%) from 55 countries. Eight nations debut: Belarus, Egypt,

Liechtenstein, New Zealand, Serbia, South Africa, Sri Lanka, Ukraine, while Canada returns after the 2011 edition. Top 10 of foreign nations.

LAMBERTI È IL PRESIDENTE DI FEDERCHIMICA

Il 19 giugno L'Assemblea di Federchimica ha eletto il nuovo Presidente degli industriali chimici in Italia: Paolo Lamberti, classe 1952, Presidente e Amministratore Delegato della Lamberti S.p.A., succede a Cesare Puccioni, che ha guidato la Federazione per sei anni. Per il settore, i segnali di mercato sono incoraggianti: la stima di crescita della produzione chimica in Italia, nel primo

semestre 2017, si attesta vicina al 3%. Torna a brillare l'export (+9,5% in valore nel primo quadrimestre), particolarmente dinamico in paesi extra-europei come Cina (+34,5%) e Russia (+20,1%). "I dati delle vendite all'estero - afferma Lamberti - segnano una crescita dei valori esportati (+22% tra il 2010 e il 2016) rilevante, superiore a quella di gran parte dei concorrenti europei". Fonte: Federchimica

LAMBERTI IS THE PRESIDENT OF FEDERCHIMICA

On 19 June Federchimica's Assembly elected the new Chairman of Chemical Industries in Italy: Paolo Lamberti, 1952, President and Managing Director of Lamberti S.p.A., succeeds Cesare Puccioni,

who led the Federation for six years. For the industry, market signals are encouraging: the estimate of chemical production growth in Italy in the first half of 2017 is close to 3%. Back to shale exports (+ 9.5% in value in the first quarter), particularly dynamic in non-European

countries such as China (+ 34.5%) and Russia (+ 20.1%). "Sales figures abroad," says Lamberti, "show a growth in exported values (+ 22% between 2010 and 2016), higher than that of most European competitors." Source: Federchimica

Archetype

WHERE EVERYTHING BEGINS

La linea Archetype è costituita dalle migliori pompe a pressione professionali di Epoca.

A-Type 1.5, è provvista di un serbatoio con tacche di presa, un robusto fondello e la view stripe che permette all'operatore di controllare facilmente la quantità di prodotto all'interno del serbatoio.

Le pompe a pressione A-Type 5/10 PRO sono completamente accessoriate e rappresentano le prime pompe a pressione presenti sul mercato ad avere quattro attacchi direttamente sulla testa. Due di questi attacchi includono l'attacco al manometro (incluso nella pompa) ed un raccordo per collegare la pompa all'attacco del compressore.

Nella linea Archetype è compresa anche la gamma Foamers.



LA SFIDA del digitale

INDUSTRIA 4.0,
E-COMMERCE, WEB E
ROBOT: TEMI CALDI
CHE NESSUNA
IMPRESA DI SERVIZI
PUÒ IGNORARE

TESTO

ALESSANDRO
E MARCO FLORIO

Se ne parla tanto ma per la realtà del mondo imprese di pulizia - per la maggioranza micro e piccole - il mondo digitale è un labirinto, non un percorso chiaro e definito. Ma nessuna azienda può chiamarsi fuori, pena l'esclusione delle possibilità di lavoro e di svantaggio nei confronti della concorrenza. Per questo, iniziamo la nostra collaborazione con Cleaning Community con la volontà di parlare in maniera semplice e chiara di temi che rappresentano la realtà per chi lavora 'sul

campo' e si trova ogni giorno ad affrontare - e dover risolvere - problemi concreti, e che deve rimanere competitivo. Parliamo allora di Industria 4.0, E-commerce, Web e Robot, quattro temi molto diversi ma legati tra loro dal filo rosso dell'innovazione in salsa digitale che il settore delle pulizie professionali non può ignorare. Un futuro che avanza a grande velocità e che l'impresa di pulizie è chiamata a vivere da protagonista. Ne parliamo in modo chiaro e con consigli pratici: è un 'Manuale di sopravvivenza digitale per l'impresa di pulizia'!



SERVICE COMPANIES: THE DIGITAL CHALLENGE

4.0 INDUSTRY, THE WEB AND ROBOTS: HOT TOPICS WHICH NO COMPANY CAN IGNORE

There's a lot of talk, but in reality for the majority of micro and small companies in the cleaning industry, the digital world is a maze, not a straight, clear path. But no company can afford to stay out of it, as in doing so they risk losing work and finding themselves at a disadvantage in comparison with better prepared, more ready competitors. For this reason, we have started to collaborate with Cleaning Community so that we can speak clearly and simply about the current situation 'in the field' for those who have to face - and resolve - concrete problems at work every day if they are to be competitive. So, we are going to speak about 4.0 Industry, E-commerce, the Web and Robots, four very different topics which are linked

by the theme of innovation in the digital field and which the professional cleaning sector cannot ignore. A future which is advancing at high speed and in which cleaning companies have to play an active role. We'll speak about it clearly and give you practical advice. This is a 'Digital Survival Guide for cleaning companies'!

4.0 Industry: advantages for everybody

The name chosen is unfortunate, because the norms introduced by the MiSE (Ministry for Economic Development) to encourage investment in digital technology, do not only apply to industry, but to all companies. There are important tax benefits which should not be passed up, like

Super-depreciation and Hyper-depreciation - respectively 140% and 250% - which carry substantial tax savings when the balance sheet is being drawn up. There is also the Credit for Innovation of from 2.75% to 3.7%, the Tax Credit of 50% for research and development expenses, the Patent Box of up to 50% reduction in IRES (company income tax) and IRAP (regional company tax) from non-material income (for example patents) and for Startups and PMI (micro and small companies) (classified as innovative) up to 30% tax relief for investment in capital at risk.

PRACTICAL ADVICE

A lot of fish to fry, so for more information we refer you to the guide published by the MiSE (available in English

**INDUSTRIA 4.0:
vantaggi per tutti**

Il nome scelto è davvero infelice, perché le norme introdotte dal MiSE (Ministro dello Sviluppo Economico) per favorire gli investimenti in tecnologia digitale, non sono solo per l'industria, ma riguardano tutte le imprese. Importanti vantaggi fiscali che è bene non lasciarsi scappare, tra questi Superammortamento e Iperammortamento - rispettivamente al 140% e al 250% - che consentono un notevole risparmio fiscale in fase di redazione del bilancio. Ma anche il Credito all'Innovazione dal 2,75% al 3,57% a sostegno delle imprese che chiedono finanziamenti bancari per investimenti, il Credito d'Imposta al 50% per le spese di ricerca e sviluppo, il Patent Box fino al 50% di riduzione di IRES e IRAP da redditi immateriali (ad esempio i brevetti) e per le Startup e PMI (classificate come innovative) fino al 30% di detrazioni fiscali per investimenti in capitale di rischio.

CONSIGLI PRATICI

Tanta carne al fuoco, quindi per approfondire meglio vi rimandiamo alla guida pubblicata dal MiSE (disponibile anche in lingua inglese) consultabile a questo indirizzo www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/industria40. Poi meglio rivolgersi a un commercialista e anche a un esperto di tecnologia digitale. E soprattutto dialogare e fare rete anche con i concorrenti che potrebbero diventare ottimi alleati.

**E-COMMERCE:
nulla di nuovo, o
quasi!**

Siamo ormai abituati a comperare di tutto via internet, ma solo qualche anno fa davvero in pochi avrebbero acquistato online un paio di scarpe, per giunta senza nemmeno provarle. La tecnologia si evolve e con essa il consumatore cambia le proprie esigenze. E l'e-commerce cresce senza sosta, mentre i negozi tradizionali soffrono. Una rivoluzione che ha toccato molti settori, e a farne le spese è la catena della distribuzione, tra consumatore finale e produttore i passaggi di

“mano” sono sempre di meno, e sempre più spesso si assiste alla vendita diretta o alla vendita di prodotti inusuali come le automobili. Ad esempio Amazon e Fiat hanno da poco siglato un accordo che consente un risparmio fino al 28%. Mica male! Cosa ci dobbiamo aspettare? Facile, forse troppo, prevedere un'evoluzione del settore nella stessa direzione, più difficile prevedere quando questo assumerà una dimensione rilevante. Crediamo che oggi siano ancora poche le aziende di pulizia che acquistino online una macchina o

too) at this address: www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/industria40. Even better if you consult an accountant and also a digital technology expert. Most important of all, use your networks to exchange information. Speak to your competitors too as they could become your most important allies.

**E-COMMERCE:
Nothing new, or
nearly!**

Nowadays we are used to buying everything on internet. But just a few years ago, only a few people would have bought a pair of shoes online without even trying them on. Technology evolves and with it consumers change their needs. E-commerce is in non-stop growth with double figure percentages of increase, even during the crisis, while traditional shops are suffering. This is a revolution which many sectors have felt and which has

become the distribution chain for shopping. Face to face transactions between the final consumer and the producer are fewer and fewer and more and more often are only for direct sales or for high cost products such as cars. Amazon and Fiat have recently signed an agreement which includes savings of up to 28%. Not bad! What should we expect? It is only too easy to say that the sector will move in the same direction, but much more difficult to say when this will be enough to have a real effect. We think that there are still few cleaning companies who buy a machine or cleaning products online and we think that the Italian and even European manufacturers who sell online are even fewer. In Italy we are still attached to the concept of “area exclusivity” as if it was untouchable dogma, while for manufacturers in China, Turkey and India (to name but a few), it is meaningless. There are specialized sites for buying

directly from manufacturers at prices which are definitely worth investigating! And if you still believe in the myth that the quality is not up to scratch, we can assure you you are mistaken. Why? Because I am writing this as one who has bought machines and components without ever having seen the seller face to face, just like the person who buys shoes without ever trying them on.

PRACTICAL ADVICE

Be curious, try things, experiment and think differently. Start with buying spare parts for your machinery and progress to more important purchases. If you have a son/daughter or a niece/nephew in your company who is 20-30 years old, give them space and, more importantly, a budget to start buying and selling online.

WEB

Raise your hands all those service companies who have a website updated in 2017 and



dei prodotti di consumo e crediamo che siano ancora meno i produttori italiani e persino europei che facciano vendita online. In Italia siamo ancora legati al concetto di "esclusiva di zona" quasi come fosse un dogma di fede intoccabile che, ad esempio, al produttore in Cina, Turchia, India (solo per citarne alcuni) non interessa per nulla. Esistono siti specializzati per acquistare direttamente dal produttore a prezzi che ne vale davvero la pena! E se credete ancora al mito della presunta qualità scadente vi assicuriamo è falso.

Perché? Perché chi vi scrive ha provato ad acquistare macchine e componenti, senza aver mai visto in faccia chi le vende.

CONSIGLI PRATICI

Siate curiosi, provate, sperimentate e pensate diverso. Iniziate dalle consumabili delle vostre macchine per poi passare ad acquisti più importanti. Se in azienda avete un figlio/a o un nipote nella fascia 20/30 anni date loro spazio e soprattutto un budget per iniziare a vendere e ad acquistare online.

who regularly use facebook, linkedin, youtube, in short the social networks, for business purposes. I know we've touched a sore point, but it was deliberate because, even though there are no exact figures (or at least we couldn't find any) many cleaning companies have an online presence which is embarrassing. Other figures for online research are available and also show how more and more people, before they make any kind of choice or purchase, do some research on internet and on the device we have been using for a long time and which we all have in our pockets, the mobile phone. More than any other group, it is those under 30 who use their smartphone and social networks the most. Probably today they don't have a job or an income, but in a few years they will be the market for our companies, but only if by then we know how to speak their language.

PRACTICAL ADVICE

It is already late! We have

already lost too many opportunities. We need to hurry up, find a young person who can help to digitalize our company. Digital Excellence www.eccellenzeindigitale.it/home could help. It is a programme, in collaboration with Google and Unioncamere, to help PMI (micro and small companies) to exploit the opportunities the web offers thanks to a local digital tutor. So, now you know and you have no more excuses.

ROBOTS: will they steal our jobs?

Maybe you've never thought about it, but in a few years your job could be done by efficient automatic machines which can carry out all or nearly all, the things done by human beings. Science fiction? No! In factories, most of the work has been done by automatic machines for years and soon we will have cars, lorries, taxis and buses which move without drivers, not to mention planes and trains which, for years, have not needed pilots or drivers, but which are remotely controlled or

controlled by computer. Pilots, drivers, workers have become professional figures who check that the machines are carrying out their work or following their programme correctly. And in cleaning? There are already robot vacuum cleaners which go round the house and besides them, robots which wash the floors. Anyone who visited PULIRE, the trade fair in Verona last May, saw an automatic industrial floorwasher, or robot. There are even robots which clean windows and swimming pools.

PRACTICAL ADVICE

It is a problem, but it is also a great opportunity for changing the image of the cleaner. It's a job which even now is considered a jail sentence rather than a profession. So what's to be done? Start training yourselves and your collaborators. You will probably need technicians for managing the new machines. And remember that the one thing which makes us different from a robot, is that we are human beings, each one of us unique.



WEB

Alzino la mano quante imprese di servizi hanno un sito web, di quelli aggiornati al 2017, e quante usano con regolarità e per scopi professionali i social network? Lo so, abbiamo toccato un tasto dolente, ma non a caso, perché anche se non ci sono dati precisi (non siamo riusciti a trovarne) molti imprenditori del pulito hanno una presenza online imbarazzante. Invece altri dati, quelli delle ricerche online, non solo ci sono, ma raccontano come sempre più persone prima di fare qualsiasi scelta o acquisto si affidino a una ricerca su internet e lo strumento di gran lunga più usato sia il telefono che tutti abbiamo in tasca. Tra tutte queste persone il gruppo più interessate sono i più giovani, gli under 30, dove la diffusione dello smartphone e l'uso dei social network è al suo massimo. Che oggi probabilmente non hanno un lavoro o un reddito, ma che tra qualche anno saranno il mercato delle nostre aziende, sempre se per allora sapremo parlare la loro lingua.

CONSIGLI PRATICI

È già tardi! Di opportunità ne abbiamo perse fin troppe. Serve correre, trovarsi un/una giovane che ci aiuti a digitalizzare l'impresa. Eccellenze in Digitale www.eccellenzeindigitale.it/home potrebbe fare al caso vostro, è un programma, in collaborazione con Google e Unioncamere, per aiutare le PMI a sfruttare le opportunità del web grazie a tutor digitali territoriali. Ecco ora lo sapete, non avete più scuse.



REPORT

ROBOT: ci ruberanno il lavoro?

Forse non ci avete ancora pensato, ma tra pochi anni il vostro lavoro potrebbe essere rimpiazzato da efficienti macchine automatiche in grado di svolgere tutti o quasi i compiti di un umano. Fantascienza? No! Nelle fabbriche la maggior parte del lavoro è da anni svolto da macchine automatiche e a breve inizieranno a circolare automobili, camion, taxi e autobus senza conducente, d'altronde da anni i voli di linea e i treni non necessitano di pilota, sono guidati da remoto, o da computer. Pilota, conducenti, operai sono diventati delle figure professionali che controllano che la macchina esegua correttamente i compiti o il tragitto pianificato. E per pulire? L'aspirapolvere è già un piccolo robot che gira per casa, e al suo fianco c'è pure quello che lava i pavimenti. E chi visitato PULIRE, la fiera che si è svolta a Verona lo scorso Maggio, ha visto addirittura una lavapavimenti industriale automatica, appunto un robot. Ma ne esistono anche per pulire i vetri delle finestre e la piscina.

CONSIGLI PRATICI

Un problema certo, ma anche una grande opportunità per trasformare la figura di chi pulisce, un lavoro ancora oggi considerato una condanna piuttosto che una professione. Ma allora come fare? Iniziate dalla formazione vostra e dei vostri collaboratori, probabilmente serviranno tecnici per gestire le nuove macchine. E ricordate che l'unica cosa che ci differenzia da un robot, l'unica che ci rende diversi è che siamo umani, unici e irripetibili.



Alessandro e Marco Florio sono fratelli e imprenditori del pulito, hanno creato iDROwash www.iDROwash.it impresa di servizi e tecnologia innovativa con cui si prendono cura di edifici e città. Si definiscono "Artigiani digitali del pulito", scommettendo su innovazione, sostenibilità e digitale per il settore delle pulizie, hanno attirato l'attenzione di giornali, radio e tv, sono stati oggetto di studio in una tesi di economia internazionale dell'università di Pavia, premiati in EXPO Milano dal Governo Italiano, invitati come speaker alla Camera dei Deputati, e inseriti tra le 150 storie di eccellenza Italiana raccontate nel

libro "Sei Un Genio!" di Giampaolo Colletti www.hoepli.it/libro/sei-un-genio/9788820377243.html Vanno a caccia di storie di "Eroi del Pulito" www.iDROwash.it/eroi-del-pulito una raccolta di esperienze di vita degli operatori che puliscono tutto ciò che ci circonda e di cui nessuno parla. Il vostro lavoro, che potete raccontare scrivendo a eroidelpulito@gmail.com

Alessandro and Marco Florio are brothers and businessmen in the cleaning trade. They created iDROwash www.iDROwash.it a company for services and innovative technology which takes care of city buildings. They define themselves as "Digital cleaning craftsmen", and by supporting innovation, sustainability and digitization for the cleaning sector, they have attracted the attention of the press, radio and TV. They were the subjects of a thesis on international

economy at the university of Pavia, awarded a prize at the Milan EXPO by the Italian Government, invited to speak to the members of Parliament in the Chamber, and included in the 150 stories of Italian excellence in the book "You're a Genius!" by Giampaolo Colletti www.hoepli.it/libro/sei-un-genio/9788820377243.html They go hunting for stories for "Heroes of Cleaning" www.iDROwash.it/eroi-del-pulito a collection of life experiences from those who clean everything around us which nobody talks about. You can include your job by writing to eroidelpulito@gmail.com.

Contatti:

info@iDROwash.it
www.facebook.com/ales.florio
www.linkedin.com/in/alessandroflorio/
twitter.com/alesflorio
www.facebook.com/marco.florio
www.linkedin.com/in/marcoflorio/
twitter.com/maraco86

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

Il mercato della distribuzione

UN'INDAGINE CERVED PROMOSSA DA AFIDAMPCOM SULLA REALTÀ DELL'ATTUALE MONDO DEI DEALER

TESTO
GIULIA SARTI

L'ultima indagine AfidampCom (Associazione fornitori di soluzioni tecnologiche per la pulizia professionale) dedicata al mondo della distribuzione nel professional cleaning, si presenta in una veste rinnovata grazie al contributo di Cerved Marketing Solutions, società del gruppo Cerved specializzata in raccolta e analisi dati settoriali. L'indagine - che è stata presentata a Pulire Verona - tratta l'anno 2016, e ha come obiettivo principale quello di dare continuità all'attività di ascolto dei player di settore già promossa e portata avanti da anni da AfidampCom, per monitorare le dinamiche

settoriali e mappare eventuali macro trend in atto. Per l'analisi del 2016 sono state intervistate telefonicamente 257 aziende. Sul fronte del fatturato, circa i 2/3 delle aziende hanno riscontrato un aumento nell'ultimo anno, mediamente del 10%. 1 azienda su 10 segnala invece una diminuzione, mediamente del 13%. Sul futuro prossimo prevale l'ottimismo: quasi due aziende su tre prevedono una crescita del proprio fatturato, a fronte di un 8% che si aspetta una contrazione. A essere maggiormente fiduciose sul 2017 sono le aziende più grandi e strutturate. In generale, la crescita del settore viene associata alla crescita tecnologica: prodotti nuovi e nuove tecnologie sono infatti visti come due leve fondamentali per lo sviluppo del comparto.

Le classi di fatturato (TAB. 1)

- **Le aziende con fatturato fino a 1 milione** rappresentano il 52% e coprono il 15,8% del fatturato complessivo generato dai player del mercato.
- **Le aziende che fatturano più di 2,5 milioni** rappresentano il 24,2% e coprono il 62,3% del fatturato complessivo generato dai player del mercato.
- **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.
- **Le aziende 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.

Le categorie dell'offerta

Una quota importante di fatturato deriva dalla vendita dei prodotti chimici (TAB. 2), con un'incidenza del 34,9%, seguiti da prodotti di consumo (carta, panni) 21%; macchinari 15,9%; attrezzature 12,5%; servizi 7,1%. L'ho.re.ca. e le imprese di pulizia sono le tipologie di clienti che maggiormente impattano sul fatturato, rispettivamente con il 25,4% e con il 21,3%, seguiti da: industria con 16,8%; ospedali, cliniche e case di cura con 8,3% ed enti pubblici, con 8,3%. Sul fronte dei servizi offerti, prevalgono l'assistenza post vendita, effettuata dall'85,5% degli intervistati e l'assistenza pre-vendita, offerta dall'81,8% delle aziende. A seguire manutenzione (69,3%); formazione (55,1%); noleggio (52,1%). In generale, i servizi di assistenza sono comunemente presenti nell'offerta e 7 aziende su 10 offrono anche servizi di manutenzione.

Fotografia del settore

Il settore si conferma rappresentato da micro e piccole imprese. Infatti, quasi la metà delle aziende conta meno di 5 dipendenti (TAB. 3) e solo il 10% ha più di 20 addetti. Si tratta, nel 60% dei casi, di aziende a conduzione familiare; caratteristica che si riscontra in misura maggiore tra le realtà più piccole e tra quelle del Nord Ovest.



THE DISTRIBUTION MARKET

CERVED RESEARCH ON BEHALF OF AFIDAMP ON THE CURRENT SITUATION AMONG DEALERS



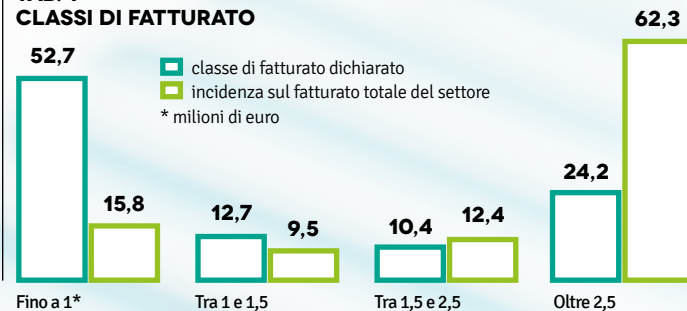
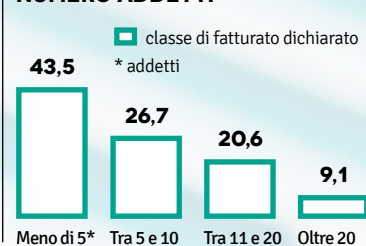
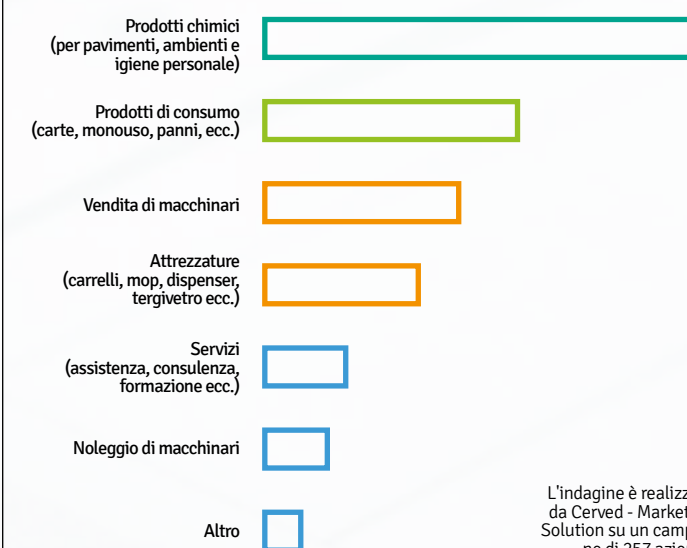
The latest research from AfidampCom (the Association of suppliers of technological solutions for professional cleaning) into the world of distribution in professional cleaning, has a new look thanks to the contribution of Cerved Marketing Solutions, a company in the Cerved group specialized in collecting and analyzing data for the sector. The research, which was presented at Pulire in Verona, concerns the year 2016 and its main objective was to continue AfidampCom's policy, in

place for several years, of listening to the players in the sector, in order to monitor the sector dynamics and chart any macro trends happening. 257 companies were interviewed by phone for the 2016 analysis. About 2/3 of the companies had had an increase in turnover in the last year, of about 10% on average. However, 1 in 10 had had a decrease, on average of 13%. Optimism prevails for the near future. Nearly one in three companies are predicting an increase in turnover, as compared to the 8% who foresee a drop. Those who

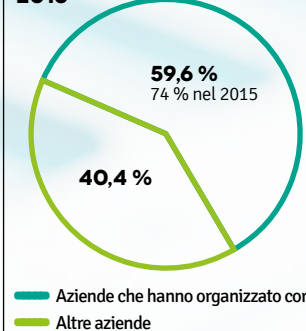
are more optimistic about 2017 are the larger, more structured companies. In general, growth in the sector is linked to technological growth. New products and new technology are seen as fundamental to development.

Turnover categories

- Companies with a turnover of up to 1 million comprise 52% and cover 15.8% of the total turnover generated by players in the market.
- Companies with a turnover of more than 2.5 million comprise 24.2% and cover

TAB. 1
CLASSI DI FATTURATOTAB. 3
NUMERO ADDETTITAB. 2
SUDDIVISIONE
DEL FATTURATO

L'indagine è realizzata da Cerved - Marketing Solution su un campione di 257 aziende

TAB. 4
CORSI DI FORMAZIONE
2016

Buone notizie sul fronte della clientela:

mediamente i nuovi clienti, acquisiti annualmente, pesano per il 10% sul totale.

Un'azienda su quattro supera la quota del 10%. I 2/3 del parco clienti globale resta comunque costituiti da clienti fidelizzati che effettuano acquisti continuativi.

L'unico elemento poco incoraggiante dell'indagine riguarda **la formazione, effettuata nel 2016 da circa il 60% delle aziende (TAB. 4).**

Si tratta di un dato in sensibile calo rispetto al 2015 in cui si era impegnato con iniziative formative il 74% delle imprese. È un dato dovuto probabilmente ad alcune criticità organizzative e non a una poca attenzione sul tema. Ciò si deduce dal fatto che l'organizzazione di corsi di formazione risulti al primo posto tra le richieste che i distributori rivolgono ad AfidampCom.

Novità anche sul fronte delle nuove tecnologie; comincia infatti a prendere piede la vendita attraverso internet con canali di e-commerce dedicati, per il 14% degli intervistati. La vendita attraverso agenti e quella diretta sono ancora i canali maggiormente utilizzati, rispettivamente dal 60% e dal 41,5%. Inoltre, anche se il sito internet aziendale continua a essere il principale mezzo di promozione, restano fortemente impattanti il contatto diretto attraverso figure commerciali, il passaparola e i social network. Il rapporto diretto con il cliente resta comunque il maggior punto



62.3% of the total turnover generated by players in the market.

- Companies with a turnover between 1 and 1.5 million comprise 12.7% and cover 9.5% of the total turnover generated by players in the market.
- Companies with a turnover between 1 and 2.5 million comprise 10.4% and cover 12.4% of the total turnover generated by players in the market.

Categories of offers

A good share of the turnover came from chemical products at

34.9%, then consumable products (paper, cloths) 21%, machinery 15.9%, equipment 12.5%, services 7.1%. The hospitality industry and cleaning companies are the clients with major impact on turnover, with respectively, 25.4% and 21.3%, followed by: industry at 16.8%, hospitals, clinics and nursing homes at 8.3% and public bodies at 8.3%. With regard to the services offered, after sales service was offered by 85.5% of those interviewed and pre-sales service by 81.8% of the companies. These were followed by maintenance, (69.3%), training (55.1%) and

rentals (52.1%). In general, assistance was commonly on offer and 7 out of 10 companies also offer maintenance services.

Overview of the sector

The sector largely consists of micro and small companies. Almost half of the companies have less than 5 employees and only 10% have more than 20. In 60% of cases, they are family run businesses, a characteristic which is most common among the smaller companies and those in the North West. Good news on the customer front.

On average, new clients account for 10% of the total every year. One company in four exceeds this number. However 2/3 of the global client numbers are made up of regular customers and repeat orders. The only less encouraging element of the research was training, carried out by about 60% of the companies. A notable drop in comparison with 2015 when 74% of companies had training activities. The drop is probably due to some organizational problems rather than to neglect of the subject. We can deduce this from the fact that the organization

of training courses is the number one request made by distributors to AfidampCom. News on the new technology front too. Online selling is taking hold through specialized e-commerce sites for 14% of those interviewed. Direct sales and sales through agents are still the main methods used, respectively 60% and 41.5%. Even though company websites continue to be the main advertising tool, direct contact by representatives, word of mouth and social networks still have a strong impact. A direct relationship with the client is still the sector





di forza del settore, seguito dall'elevata specializzazione e dalla varietà dell'offerta. Sul fronte delle criticità, le aziende segnalano ancora una volta il prevalere dell'annoso problema dei ritardi dei pagamenti. *"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 a 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".*

strong point, followed by a high level of specialization and the variety of offers. *With regard to problems, companies again highlight that late payment is still the worst.* *"The professional cleaning distribution sector has once more shown itself to be able to meet the needs of clients, also with the help of new technology",* comments Francesco Bertini, chairman of AfidampCom, *"Innovation is the key word for the future. A future which seems bright for the sector, given the good results in 2016."*



centralcarta

*A family company,
passionate
about tissue*

MEDICAL



HORECA



RESTROOMS



INDUSTRY



We respect the environment:



Centralcarta s.r.l.
Via XXV Aprile, 9/13 - Badia Pozzeveri 55011 Altopascio (LU)
email: info@centralcarta.it - www.centralcarta.it

Industria Cartaria Fenili S.p.A.
Via Sottomonte 2/4 - Coselli (LU) - C.F./P.I. 02104220468
email: info@icfenili.com

Pulire 2.2

un'edizione da ricordare

GRANDE SUCCESSO PER LA
23^{MA} FIERA INTERNAZIONALE
DELLA PULIZIA
PROFESSIONALE
DI VERONA

PULIRE 2.2



TESTO

GIULIA SARTI

L'evento clou del cleaning professionale non ha tradito le attese: la più importante manifestazione di quest'anno che si è svolta a Verona dal 23 al 25 maggio, ha riscosso unanime consenso e soddisfazione per il numero e la qualità dei visitatori, e per l'intensa partecipazione internazionale. *"Pulire 2017 è stata quello che volevamo: la più bella edizione di sempre"* soddisfazione nelle parole di Toni D'Andrea, Amministratore Delegato di Afidamp Servizi, quando vengono analizzati i numeri definitivi della manifestazione, che ne confermano il successo globale e l'importanza tra le maggiori fiere del settore di tutto il mondo.

16.144 visitatori, 30% esteri (di cui 71% provenienti dall'Europa, 20% dall'Asia, 5% dall'America, 3% dall'Africa, 1% dall'Oceania) e 70% italiani (di cui 72% provenienti dal Nord Italia, 14% dal Centro e 14% Sud e isole). Andando ad analizzare le percentuali relative ai visitatori italiani del Sud Italia, è certamente degno di nota il dato di presenze dalla regione Sicilia, 27%, è prima solo la Campania con 28%. Non era mai avvenuto. Il dato è sorprendente quanto atteso: la Fiera Pulire Mediterraneo, organizzata a Catania lo scorso novembre, è stata in tal senso un'opportunità di grande visibilità per Afidamp e dunque per Pulire 2017 di Verona.

Parlano i numeri

Le aziende espositrici sono state 283 e 17 i



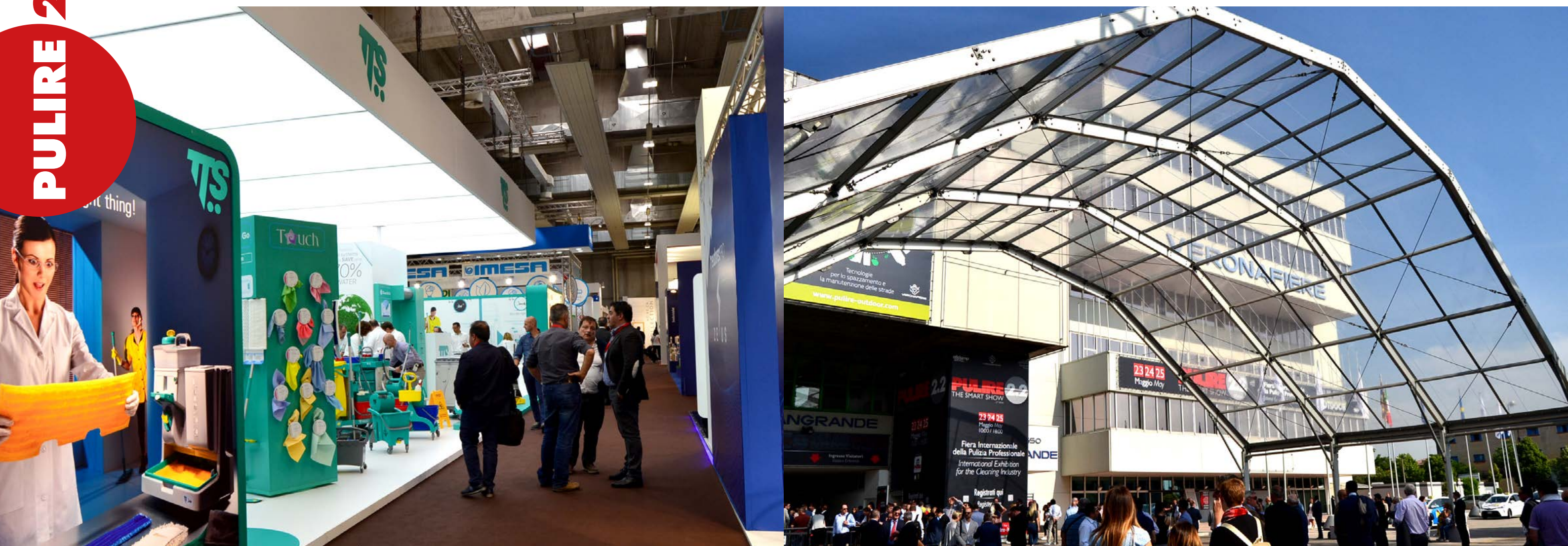
PULIRE 2.2, AN EDITION TO REMEMBER

THE 23RD INTERNATIONAL PROFESSIONAL CLEANING TRADE FAIR IN VERONA WAS A GREAT SUCCESS

This key event in professional cleaning did not disappoint. The most important show of this year was held in Verona from 23 to 25 May. It was a resounding success in terms of numbers and quality of visitors and for the high level of international participation. "Pulire 2017 was exactly what we wanted: the best edition yet" Toni D'Andrea, the Managing Director of Afidamp Services, expresses his satisfaction.

When the final figures for the fair are analyzed, they confirm its global success as one of the major fairs in the sector in the world. 16,144 visitors, 30% from abroad (of which 71% came from Europe, 20% from Asia, 5% from America, 3% from Africa and 1% from Oceania) and 70% from Italy (of which 72% came from North Italy, 14% from Central Italy and 14% from the south and islands). If we analyze the percentage of Italian visitors from the





marchi rappresentati. Degli espositori, gli italiani rappresentavano il 78%, mentre del restante 22% il 61% proveniva dall'Europa, il 34% dall'Asia e il 5% dall'America. 16.820,75 metri quadrati è stata la superficie espositiva netta totale occupata. 18 gli appuntamenti, tra convegni e workshop che si sono svolti intorno a temi fra cui scegliere.

Il tema dell'ecosostenibilità

Ambiente ed ecosostenibilità sono stati al centro di questa edizione della fiera, che ha dedicato ampi spazi di approfondimento

all'Ecolabel europeo, in occasione dei suoi 25 anni. Gli Ecolabel Awards sono nati per celebrare il successo ottenuto da aziende italiane che hanno certificato i propri prodotti e i propri servizi, a cui viene riconosciuto anche il merito di contribuire a diffondere una cultura della sostenibilità ambientale e della ecocompatibilità.

Leggi di più:
goo.gl/sYs88i

Focus Sanità

Sanità e igiene, temi indissolubilmente uniti, poiché pulire rappresenta un vero e proprio atto

sanitario e come tale in grado di scongiurare malattie. Per questo, per l'edizione 2017 di PULIRE è stato deciso di dare grande spazio al tema dell'igiene nell'ambito sanitario e ospedaliero, con due convegni, uno dedicato al tema del rischio infettivo nelle strutture ospedaliere e l'altro incentrato sulla progettazione degli edifici sanitari, concepita come elemento cruciale, da cui dipende anche la qualità igienica.

Leggi di più:
goo.gl/r7gTUh

Premiazioni ed emozioni

Momenti di intensa partecipazione, con "Imprese nella storia", la prima edizione del premio che Afidamp ha voluto istituire assegnando la qualifica onorifica di "associato senior" alle aziende che, negli anni, hanno accompagnato l'associazione sin dalla sua fondazione. La capacità di fare squadra è qualcosa di prezioso, che quindi va valorizzato. Per questo, sono state premiate, per i fabbricanti, le aziende: Comac, Dulevo, Filmop, Vdm e per i distributori la Raines, rispettivamente da

South of Italy, it is worth noting that 27% came from the region of Sicily. Campania was the only region with more than that at 28%. This has never happened before. The figure is surprising, but explicable: the Pulire Mediterraneo Fair organized in Catania last November was an opportunity for Afidamp to make an impact and therefore also Pulire 2017 in Verona.

The numbers speak for themselves

283 companies were exhibitors and 17 brands were represented.

78% of exhibitors were Italian. Of the remaining 22%, 61% came from Europe, 34% from Asia and 5% from America. 16,820.75 square metres was the net total occupied exhibition space. There were 18 events, meetings and workshops, on different themes for participants to choose.

The theme of eco-sustainability

The environment and sustainability were at the heart of this edition of the fair. Ample space was given to Ecolabel Europe as it celebrated its 25th anniversary. The Ecolabel Awards, created

to honour the success of Italian companies which have certified their products and services, were granted. Also in recognition of their contribution to promoting awareness of environmental sustainability and eco-compatibility.

More information:
goo.gl/sYs88i

Focus on Health

Health and hygiene, two inextricably linked topics as cleanliness is a health measure which can even prevent illness. For this reason, it was decided to give a lot of space at PULIRE 2017 to the topic of hygiene in the health services

REPORT

Bruno Ferrarese, presidente AfidampFAB e da Francesco Bertini, Presidente AfidampCom.

E a proposito di Premi, molto sentito e partecipato, come da 10 anni a questa parte, a Pulire, il Premio Innovazione, quest'anno assegnato a Sealedair-DiverseyCare con Taski Swingobot 2000. Pulire 2017 è stata, infine, l'edizione delle conferme e delle scoperte: il rinnovato successo di Pulire Outdoor dedicato alle tecnologie per lo spazzamento e la manutenzione delle strade, con uno spazio espositivo più grande e ricco e la novità del padiglione 6, confermato anche per il 2019.

Leggi di più:

goo.gl/WvzQv6
goo.gl/wysnQR

and hospitals. There were two conferences, one on the theme of the risk of infection in hospitals, and the other centred on the planning of health service buildings which is a crucial contribution to the quality of hygiene.

More information:
goo.gl/r7gTUh

Awards and emotions

"Companies in our history" was a highly emotional moment, when Afidamp, for the first time, granted the honour of "senior associate" to companies which have been with the association throughout the years since its foundation. Team-building is a precious skill. For their factory workers, Comac, Dulevo, Filmop and Vdm were given awards and for distribution, Raines. The awards were given, respectively, by Bruno Ferrarese, chairman of

AfidampFAB and Francesco Bertini, chairman of AfidampCom.

The Afidamp "Companies in our history" award

Speaking of awards, one which has been much appreciated at Pulire for ten years now, is the Innovation Award which this year was given to Sealedair-DiverseyCare with Taski Swingobot 2000. Finally, Pulire 2017 was an edition of discovery and affirmation. The renewed success of Pulire Outdoor, dedicated to technology for street cleaning and maintenance meant a bigger exhibition space and the latest developments in pavilion 6 guaranteed space for 2019 too.

More information:
goo.gl/WvzQv6
goo.gl/wysnQR



Passa a una gestione più intelligente delle tue aree bagno



qualità costante
maggiore efficienza



Tork EasyCube™ utilizza dispositivi connessi, un'app user-friendly e statistiche intelligenti per trasformare la gestione delle aree bagno. Le informazioni disponibili in tempo reale indirizzano la pulizia laddove necessaria, liberando gli addetti dai compiti superflui e facendoli concentrare sul lavoro essenziale. Le statistiche permettono di ottimizzare le operazioni, con un ulteriore risparmio di tempo e risorse.

Avrai la certezza che zone critiche come le aree bagno saranno sempre pulite, fresche e pronte ad accogliere i visitatori. Il risultato è un'ospitalità sempre migliore, approvvigionamenti molto più efficaci e addetti alla pulizia più motivati.

Per conoscere meglio Tork EasyCube™, visita il sito www.tork.it/easycube

www.tork.it
+39 0331 443896
tork.info@essity.com



AfidampCom: considerazioni su Pulire 2017

FRANCESCO BERTINI,
PRESIDENTE E VIRNA RE,
VICEPRESIDENTE,
COMMENTANO LA
MANIFESTAZIONE

PULIRE 2.2



TESTO

CHIARA MERLINI

PULIRE è la fiera italiana in cui i produttori presentano e mettono in evidenza le loro novità, la loro gamma prodotti offrendola a un mercato sempre più competitivo. E distributori, imprese di servizi, facility manager, utenti finali sono gli interlocutori privilegiati, i visitatori - italiani ed esteri - che determinano la differenza e il successo di una manifestazione. Quest'anno una presenza stimolante e curata da parte degli espositori e un flusso continuo di visitatori

qualificati hanno 'fatto la differenza': ne parliamo con i rappresentanti di AfidampCom. Un incontro proprio alla chiusura della fiera, nello stand Afidamp, quello con Francesco Bertini e Virna Re, per qualche considerazione a caldo su queste intense tre giornate in un'edizione, che - dai segnali che abbiamo colto - sembra essere stata più vivace e partecipata delle precedenti.

Quali sono, allora, le vostre considerazioni sull'andamento di PULIRE 2.2?

Bertini - Il dato numerico che abbiamo avuto è molto positivo: fino a ieri sera, i

visitatori della fiera erano aumentati di oltre il 15% rispetto a due anni fa. Come mia impressione personale, ho visto una fiera viva, ho visto gli espositori partecipi, che sprizzavano gioia da tutti i pori. E poi si respirava un'aria generale di competenza e cordialità.

Re - Inoltre, mi ha colpito la qualità degli stand, anche dal punto di vista estetico. Questo significa credere e impegnarsi per avere - oltre che una produzione qualitativamente importante - un'immagine che rappresenta professionalità e attenzione. Un'alta qualità della comunicazione. Un altro dato: il padiglione 6, l'ultimo che incontrano i visitatori, negli anni passati era piuttosto disertato dai visitatori, mentre quest'anno è stato affollato per tutta la durata della fiera. Grande affluenza e molti stranieri, in particolare dall'Africa,

AFIDAMPCOM: THOUGHTS ON PULIRE 2017

FRANCESCO BERTINI,
CHAIRMAN AND VIRNA RE, VICE-CHAIRMAN,
TALK ABOUT THE FAIR



intense three days of this edition which, from what we had seen, was more lively and better attended than previous ones.

PULIRE is the Italian fair at which manufacturers present their latest products and the range of products they are offering to an ever more competitive market. Distributors, service companies, facility managers and final customers are the honoured participants as well as visitors from Italy and abroad who all make or break the fair.

This year, the attendance was exciting, everyone was well looked after by the exhibitors and the non-stop flow of visitors 'made the difference'. We're going to talk about it with representatives of AfidampCom. Our meeting with Francesco Bertini and Virna Re took place at the closing of the fair at the AfidampCom stand to get their immediate thoughts on the

So, how do you think PULIRE 2.2 went?

Bertini - the numbers we have seen are very positive. Up until yesterday evening, the visitors had increased by 15% in comparison with two years ago. My personal impression was of a fair full of life, with committed exhibitors whose stands exuded joy. The place itself was both technical and cosy at the same time. I didn't see a



dall'Asia - forse sono il numero maggiore - dagli USA, dai paesi arabi (Dubai, Qatar) e dai nostri vicini di Malta.

Questo è un dato importante anche perché uno dei temi cruciali in passato era la presenza internazionale... Due anni fa gli espositori non erano così soddisfatti. E cosa dite dal punto di vista dei distributori, di cui voi siete rappresentanti?

Bertini - Il distributore era qui presente come espositore in quanto esclusivista (quindi come produttore). Pensando al dealer come classicamente rappresentato, non sono così convinto che questa fiera sia rappresentativa per la sua partecipazione. A

mio parere, questa è la fiera di chi produce. È cresciuta e cresce anche per questo, le multinazionali devono tornare tutte a essere presenti, e in quest'ultima edizione ce ne sono state tante. Aspettiamo quelle che mancano alla prossima edizione... Parlando con gli espositori non ho sentito nell'ultima giornata neanche una voce critica nei confronti della fiera e questo significa che la scelta effettuata è stata vincente.

Quanta attenzione c'è per l'utente finale, focus di questa edizione, come per esempio la sanità?

Bertini - Sono convinto che questa sia la fiera del cliente finale, come lo è del rivenditore: si viene qui per imparare, per conoscere bene, per argomentare

meglio con i nostri clienti e i nostri fornitori.

Re - Come rappresentati dei distributori ci siamo rivolti soprattutto al cliente finale. Perché, non nascondiamocelo, il cliente finale non è protetto in una scatola ermetica, è informato e confronta le diverse offerte. Se devo approfondire le mie spiegazioni, questo torna a tutto vantaggio della filiera. Ho incontrato tante imprese, chi si occupa di pulizie e fa anche manutenzione, giardinaggio. Anche se qui non trovano tutte le risposte, Pulire è sempre un'occasione di incontro. Mi permetto di dissentire un poco dall'opinione che questa debba rimanere solamente una fiera dei produttori: c'è lo spazio e

l'occasione per le reti dei dealer, non per il singolo rivenditore. Questo non vale per le grandi organizzazioni, che nei prossimi anni potrebbero pensare di essere presenti in fiera.

Re - Anche perché è il ruolo della fiera, i dealer hanno bisogno di incontrare in fiera i propri clienti, per essere considerati un punto di riferimento. Chiaramente, non sarà l'occasione per fare un elenco dea proprio catalogo, ma l'innovazione troverà comunque sempre spazio.

Questo non sarà visto come una competizione con i produttori?

Re - Ma non è essere in concorrenza con chi produce, ma una partnership. Noi siamo

rivenditori e quindi questa è la nostra visione! La nostra proposta è di una selezione di un certo tipo di sistemi, una proposta alla clientela finale.

Bertini - Il dealer offre un servizio, il produttore mette sul mercato il prodotto, la materia prima della filiera.

Tornando a questa edizione di Pulire, ci sono state altre novità?

Bertini - Un'altra cosa importante, parte di un processo che era già iniziato in questa fiera, oggi a Pulire sono finalmente presenti i produttori di carta in maniera importante e i produttori di laundry, il famoso mondo di 'Detergo'... Ciò che rappresentava le finalità perseguite dalle precedenti edizioni di Pulire

(che in sintesi erano queste) forse si sono manifestate pienamente solo oggi e ciò che era il nostro obiettivo per questa fiera - la presenza dell'utilizzatore finale (ad esempio il mondo della sanità, dell'Ho.re.ca e così via) avrà l'occasione di manifestarsi ancora più compiutamente nel prossimo futuro.

La conclusione condivisa quindi è che è sempre più importante cogliere i segnali del mercato e avere un panorama più completo dell'offerta: una partecipazione più ampia significa che il settore cresce e aumenta anche la qualificazione professionale dell'intera filiera.

single bored expression.
Re - In addition, I was struck by the quality of the stands from an aesthetic point of view. This means believing and committing to, as well as high quality products, an image which represents professionalism and care and a high level of communication. Something else, pavilion 6, the last one to be visited, was rather neglected in past years, while this year it was crowded for the whole length of the fair. A good flow of people, including a lot of foreigners, particularly from Africa, Asia - maybe the greatest

number - the USA, Arab countries (Dubai, Qatar) and from our neighbor Malta.

That's an important point, given that two years ago exhibitors were not happy with the international presence. What do you think from the distributors' point of view, as you represent them?

Bertini - The distributors exhibiting here were exclusive ones, so it was like they were manufacturers. If we think of the classic image of a dealer, I'm not convinced that this

fair is representative with regard to the participation of distributors. In my opinion, this is a fair for manufacturers. It grew and is still growing as this. The multinationals must all be present again and this year there have been a lot. Let's expect the rest of them for the next edition. Speaking to the exhibitors on the last day, I didn't hear a single criticism of the fair and this means we made winning choices.

How much attention is paid to the final customer, who was the focus of this edition, for example the

health service?

Bertini - I am sure this is the fair for the final customer, as well as the retailer. They come here to learn, to have more information so that they can discuss things better with their clients and suppliers.

Re - As representatives of distributors, we were mainly concerned with the final customer. However, let's not forget, the final customer does not come in an airtight box, they are informed about what's on offer. If I have to dig deeper, this is all to our advantage. I met

a lot of companies, those involved in cleaning and also maintenance and gardening, who, even if they didn't find what they were looking for, used the occasion to make contacts, especially with the final customers. Allow me to disagree a little with the opinion that this is a fair for manufacturers, it's also time and space for dealer networks, not for the single retailer. But this is not the same for the large organizations which could think about coming to Pulire in the future.

Re - This is also the purpose of a fair. Dealers

need to meet their clients at a fair to become a point of reference. Obviously, it's not an occasion for presenting your catalogue, but innovation will always find a space.

Won't this be seen as a competition by the manufacturers?

Re - It's not about being in competition with producers, but about partnership. We are retailers, so it's our vision! Our proposal is that of making a selection of a certain type of system, a proposal for the final customer.

Bertini - Dealers offer a service, manufacturers put a product on the market. The raw material of the industry.

Any other news from this edition of Pulire

Bertini - Another important thing which had already started at this fair, is that today at last, paper manufacturers have been here in force, there have never been so many before. Also washing products producers, the famous 'Detergo' world... The aims of previous editions of Pulire have maybe only at last been

fully realized now and the objective of this fair - to have final customers here (for example health, hospitality etc.) will have other opportunities of being realized in the near future.

So, the overall conclusion is that it is important to carry on and have a more complete picture of what's on offer. An ever-increasing participation means that the sector is growing and that professionalism throughout the industry is growing.



La tecnologia secondo Kärcher

NON SOLO EVOLUZIONE TECNICA MA INNOVAZIONE NELL'INTERA GESTIONE DELLE OPERAZIONI DI PULIZIA: COSÌ L'AZIENDA TEDESCA DECLINA IL TERMINE

PULIRE 2.2

SCRUBBER;
SCRUBBER DRIER
LAVAPAVIMENTI &
LAVASCIUGA



TESTO

CHIARA MERLINI

Non solo progettare in modo innovativo, ma rispondere alle necessità del cliente aiutandolo a risolvere i suoi problemi utilizzando al meglio la tecnologia ora disponibile: questa è l'impostazione di Kärcher. Non è più sufficiente fornire macchine e prodotti di alta qualità, ma andare oltre, intervenendo

direttamente sulla gestione del lavoro. Giovanni Probo, amministratore delegato di Kärcher Italia, ci chiarisce il concetto.

Il vostro claim a Pulire 2017 è "Se hai un obiettivo, ti aiutiamo a raggiungerlo": cosa intende Kärcher?

Probo - È un cambiamento di approccio al mondo delle pulizie. Che in realtà è un processo e ha un obiettivo da raggiungere: rispondere alla specifica esigenze del cliente. Obiettivo che può essere di vario tipo: difensivo - avere il miglior risultato con la minore spesa - oppure più complesso, e che per le imprese di servizi va molto oltre, e comprende la gestione del personale, rendere facili e quasi piacevoli le

THE TECHNOLOGY ACCORDING TO KÄRCHER

NOT ONLY TECHNICAL EVOLUTION BUT INNOVATION IN THE ENTIRE MANAGEMENT OF CLEANING OPERATIONS: SO THE GERMAN COMPANY DECLINES THE TERM

Not only a innovative design, but to respond to customer needs by helping you solve your problems using the best technology now available - this is Kärcher's approach. It is no longer sufficient to provide high quality machines and products, but to go further, working directly on work management. Giovanni Probo, CEO of Kärcher Italia, clarifies the concept.

2017 is "If you have a goal, we help you to reach it": what does Kärcher mean?

"It's a change of approach to the cleaning world. That is actually a process and has a goal to reach: to meet the specific needs of the customer. A goal that can be of a different kind: defensive - having the best result with the least expense - or more complex, and that for service companies goes much further, and includes

Your claim to Pulire





operazioni di pulizia. Noi analizziamo le necessità del cliente in questo senso e cerchiamo di presentargli una proposta complessiva in grado di soddisfare le sue esigenze. Si va al di là della vendita di un prodotto: abbiamo l'esperienza per aiutare il cliente a risolvere complessivamente le sue esigenze di cleaning professionale. E non si tratta solo di ciò che riguarda la pulizia delle superfici dure, ampliamo la nostra proposta anche al trattamento dell'aria (è proprio uno dei prodotti finalisti al Premio Innovazione)".

Un concetto che merita di essere spiegato nel dettaglio...

Probo - Stiamo ampliando

tutte le applicazioni che possono essere comprese nel concetto di pulizia e che vanno al di là di quello che conosciamo tradizionalmente. Inoltre, vogliamo rendere l'intervento di pulizia semplice, ergonomico e quindi con un risultato garantito. Sembra la formula ideale, ma studiandola con attenzione siamo riusciti ad assommare diversi aspetti e fasi che portano a questo risultato. Non operiamo solo con l'hardware - inteso come macchina o prodotto chimico - ma lavoriamo anche sull'impostazione delle operazioni di pulizia. Offriamo il controllo delle operazioni all'interno del sito e ci assicuriamo che questo controllo sia facile e

immediato (il just in time). Per farlo ci avvaliamo di tecnologie software, di controlli a distanza, della possibilità di far dialogare i diversi aspetti nell'ambito delle pulizie: se ho più macchine, più attrezzature, più tecnologia all'interno del mio sito tutto ciò deve essere connesso (IoT, Internet of Things)) per ottenere il miglior risultato la miglior efficacia nel sito stesso, per la mia necessità e il mio obiettivo".

Kärcher e l'Industria 4.0, quindi, argomento che riguarda l'altro sistema finalista al Premio Innovazione?

Probo - Infatti, noi crediamo molto in questo. La nostra storia inizia come

produttori, il nostro sangue è quello di un produttore: ci piace ancora realizzare le macchine, toccarle con mano... Il mondo però sta viaggiando a velocità e modalità diverse e la capacità del gruppo, dal mio punto di vista, è stata quella di acquisire competenze in tutti gli aspetti in cui il mercato sta cambiando. E quindi il supporto tecnologico diventa fondamentale: supporto non inteso non solo come l'immissione sul mercato della macchina migliore, ma anche della migliore modalità di utilizzare tutto ciò che abbiamo a disposizione".

Secondo quindi le necessità del cliente...

Probo - La nostra caratteristica è proprio quella di saper analizzare la situazione. Molti bravi produttori di macchine riescono a offrire anche prezzi più competitivi: ma la nostra capacità è quella di svolgere un esame approfondito e completo delle necessità del cliente e quindi di dare una soluzione ad hoc. Riusciamo a fare questo grazie alla nostra competenza nei vari rami del settore, dalle macchine ai prodotti chimici... Inoltre, le aziende che sfruttano questo supporto e sostegno possono godere anche dei vantaggi di carattere fiscale, come il superammortamento e l'iperammortamento.

staff management, making cleaning operations easy and enjoyable. We analyze the customer's needs and try to present him with a comprehensive proposal that can satisfy his needs. You go beyond selling a product: we have the experience to help the customer solve his professional cleaning needs altogether. And it's not just about cleaning hard surfaces, we also expand our proposal for air treatment (it's just one of the finalists in the Innovation Award). "

A concept that deserves to be explained in detail

...
"We are expanding all the applications that can be included in the concept of cleaning and that go beyond what we know traditionally. In addition, we want to make the cleaning operation simple, ergonomic and therefore with a guaranteed result. It looks like the ideal formula, but studying it carefully we have been able to sum up different aspects and phases that lead to this result. We

do not only work with hardware - as a machine or a chemical product - but we also work on setting up cleaning operations. We offer control of operations within the site and we ensure that this control is easy and straightforward (just in time). To do this, we use software technologies, remote controls, the ability to talk about different aspects of cleaning: if I have more machines, more equipment, more technology within my site, all this must be connected (IoT, Internet of Things))

to get the best result in the site, for my own need and my goal. "

Kärcher and Industry 4.0, therefore, the topic of the other finalist system at the Innovation Award?

"In fact, we really believe in this. Our story starts as a producer, our blood is that of a producer: we still like to make the machines, touch them with their hands ... But the world is traveling at different speeds and modes and the ability of the group from my point of view

is Was to acquire skills in all aspects where the market is changing. And so technological support becomes fundamental: support is not meant not just as the best car market, but also the best way to use everything we have."

According to the needs of the client ...

"Our characteristic is just to know how to analyze the situation. Many good machine manufacturers are also able to offer more competitive prices: but our ability is to conduct

a thorough and complete examination of the needs and hence to provide an ad hoc solution. We can do this thanks to our expertise in the various branches of the industry, from machines to chemicals ... In addition, companies that leverage this support and support can also benefit from tax advantages such as over-amortization and over-amortization. "



Un'azienda solida. Come le sue macchine

DAL 1988 ISAL SI DEDICA ALLA PRODUZIONE DI SPAZZATRICI. UNA CRESCITA COSTANTE, CONTINUATA E AUMENTATA CON LA SUA INTEGRAZIONE NEL GRUPPO KÄRCHER

PULIRE 2.2



TESTO

CHIARA MERLINI

Un'anzianità quasi trentennale, quella dell'azienda emiliana, che dal 2014 è nel Gruppo Kärcher e per l'azienda tedesca rappresenta un centro di sviluppo per le spazzatrici heavy-duty, industriali e stradali. Anni intensi, che hanno visto Isal crescere in fretta da quella data: +37% in termini di fatturato, e un incremento della produzione, con

l'inserimento entro l'anno di tre nuovi modelli (la nuova 110 presentata a Pulire, alla fine del 2017 arriverà la nuova 120 e la versione stage 3° della Isal 6000). Del mercato e delle novità parliamo con Giuseppe Del Duca, amministratore delegato di Isal, e con Daniele Bonini, direttore commerciale.

Cominciamo a parlare proprio dell'azienda, piccola ma affidabile, che prosegue nel suo

A COMPANY YOU CAN RELY ON. JUST LIKE YOU CAN ON ITS MACHINERY



ISAL HAS BEEN PRODUCING SWEEPERS SINCE 1988. ITS STEADY GROWTH HAS BEEN REINFORCED BY ITS AMALGAMATION WITH THE KÄRCHER GROUP

Almost 30 years, that is the age of the Emilian company, which since 2014 is in the Kärcher Group and for the German company, is a development center for heavy-duty sweepers, industrial and road sweepers. Intense years, which saw Isal grow fast from that date: + 37% in terms of turnover, and an increase in production, with the inclusion of three

new models by the year (the new 110 presented at Pulire at the end In 2017 will come the new 120 and stage 3 of the Isal 6000). About market and new innovation we talk to Giuseppe Del Duca, Managing Director of Isal, and with Daniele Bonini, Sales Manager.

Let's start talking about the company, small but reliable, which continues



percorso di crescita. Ci vuole parlare di questi dati positivi?

Del Duca - Isal è cresciuta molto negli ultimi tre anni a seguito dell'acquisizione da parte di Kärcher, sia per ragioni legate all'appartenenza al Gruppo ma anche per la qualità riconosciuta del nostro prodotto, nei mercati dove vendiamo direttamente con i nostri dealer. Finora una storia molto positiva, che ha registrato un notevole incremento di fatturato e di dimensioni: circa il 50% in più (ora lo stabilimento produttivo copre 3.200 metri quadrati e i magazzini altri 2.400) dal momento dell'acquisizione. Questo grazie alla strategia commerciale, alla solidità del gruppo ma anche e soprattutto per la gamma prodotti che continuiamo a

sviluppare e, quindi, anche qui a Pulire presentiamo qualche novità.

Avere mantenuto il brand Isal è anche un segnale di una forte caratterizzazione dell'azienda...

Del Duca - È necessario tener conto che Isal è un marchio davvero molto conosciuto per i prodotti heavy-duty: il fatto di trovarci qui in fiera, all'interno della cornice del grande stand Kärcher testimonia che il marchio è riconosciuto importante anche per il Gruppo.

A proposito di novità, ci parla della nuova 110?

Bonini - In occasione di Pulire 2017 abbiamo pensato di presentare qualche new entry. Una di queste è proprio la 110, si può dire una sorta di revival di un

modello già presente nella gamma Isal di qualche anno fa: visto il successo della macchina, abbiamo voluto riprendere questo numero 'fortunato.' Dal punto di vista tecnico si tratta di una macchina semplice, che risponde alle esigenze di un mercato estremamente ampio, perché è una macchina di piccole-medie dimensioni, molto adatta alla pulizia, specialmente negli ambienti interni.



In quale direzione va l'innovazione, per Isal?

Bonini - Gli ultimi modelli sono molto più attenti dell'ergonomia, quindi c'è molto riguardo per il comfort dell'operatore, che è il nostro miglior 'amico': se è soddisfatto l'operatore, la macchina ha svolto bene il

suo compito! È molto sentita anche l'esigenza di produrre rispettando l'ambiente: siamo davvero molto attenti all'aspetto 'green'. In questa direzione va anche il modello 160, presentato in fiera, sia per la dotazione di filtri speciali per la riduzione delle emissioni delle polveri nell'ambiente, sia per la riduzione dell'inquinamento acustico, che nel caso della spazzatrice è notevole. Isal, insieme a Kärcher, sta impegnando molto per andare incontro all'esigenza di riduzione delle emissioni sonore.

In quali aree geografiche l'azienda trova i mercati più significativi?

Bonini - Non dimentichiamo mai l'Italia, che rimane un riferimento, anche perché il mercato nazionale ci ha sempre dato

tante soddisfazioni. Però è altrettanto evidente che stiamo guardando ai mercati emergenti, quelli una volta poco interessanti ma che ora - anche se lentamente - si stanno modernizzando e hanno quindi l'esigenza di adattarsi a ben definiti standard di pulizia (che sono quelli europei). Ecco allora l'attenzione al Medio Oriente, ma anche al lontano Oriente: oggi posso dire che Isal viene individuata come la società 'esperta' della spazzatrice, perché da tanti anni ci siamo concentrati solo su questa produzione. È questa la nostra caratteristica, veniamo facilmente identificati: e che la nostra esperienza venga così largamente riconosciuta ci rende davvero orgogliosi.

in its growth path. Do you want to talk about these positive data?

Del Duca - Isal has grown a lot in the last three years following the acquisition by Kärcher, both for reasons related to the Group membership but also for the recognized quality of our product, in markets where we sell directly to our dealers. So far a very positive story, which has seen a significant increase in turnover and size: about 50% more (now the production plant covers 3,200 square meters and the other 2,400 stores) since the acquisition. This is thanks to the commercial

strategy, to the solidity of the group, but also and above all to the range of products we continue to develop and therefore also here in Pulire we present some novelties.

Keeping the Isal brand is also a sign of a strong characterization of the company ...

Del Duca - It is important to note that Isal is a very well-known brand for heavy-duty products: the fact that we are here at the fair, within the framework of the large stand, Kärcher testifies that the brand is also recognized for the Group.

What's new about the new 110?

Bonini - On the occasion of Clean 2017, we thought to present some new entry. One of these is the 110th, a kind of revival of a model already present in the Isal range of a few years ago: we saw the success of the machine, we wanted to get this lucky number again. From a technical point of view Of a simple machine that responds to the needs of an extremely large market because it is a small to medium size machine, very suitable for cleaning, especially in the interior.



In what direction is innovation, for Isal?

Bonini - The latest models are much more attentive to ergonomics, so there is a lot of attention to the operator's comfort, which is our best friend: if the operator is satisfied, the machine has done its job well ! There is also a strong sense of the need to produce respecting the environment: we are really very attentive to the 'green' aspect. In this direction is also the model 160, presented at the fair, both for the provision of special filters for the reduction of dust emissions in the environment, both

for the reduction of noise pollution and in the case of the sweeper is remarkable. Isal, along with Kärcher, is working hard to meet the need to reduce sound emissions.

In what geographical areas does the company find the most significant markets?

Bonini - We never forget Italy, which remains a reference, also because the domestic market has always given us so much satisfaction. However, it is equally evident that we are looking at emerging markets, those that are not very interesting, but now

- albeit slowly - they are modernizing and therefore need to adapt to well-defined cleaning standards (which are European ones). Here is the attention to the Middle East, but also to the Far East: Today I can say that Isal is identified as the 'expert' of the sweeper, because for so many years we have focused only on this production. This is our characteristic, in which we are easily identified: and our experience is so widely acknowledged that we are really proud of our work and products.



Evoluzione digitale, la via del cambiamento

2.2

PULIRE

PER ARCO UNA
PARTECIPAZIONE
ALL'INSEGNA
DELL' INNOVAZIONE
E DELLA
SOSTENIBILITÀ



TESTO

LA REDAZIONE

ARCO intende cambiare il passo alla propria comunicazione, perché, come osserva Luca Cocconi, direttore generale dell'azienda modenese: *"Rappresenta il mezzo fondamentale per poterci presentare al cliente"*. È stata una partecipazione all'insegna della comunicazione

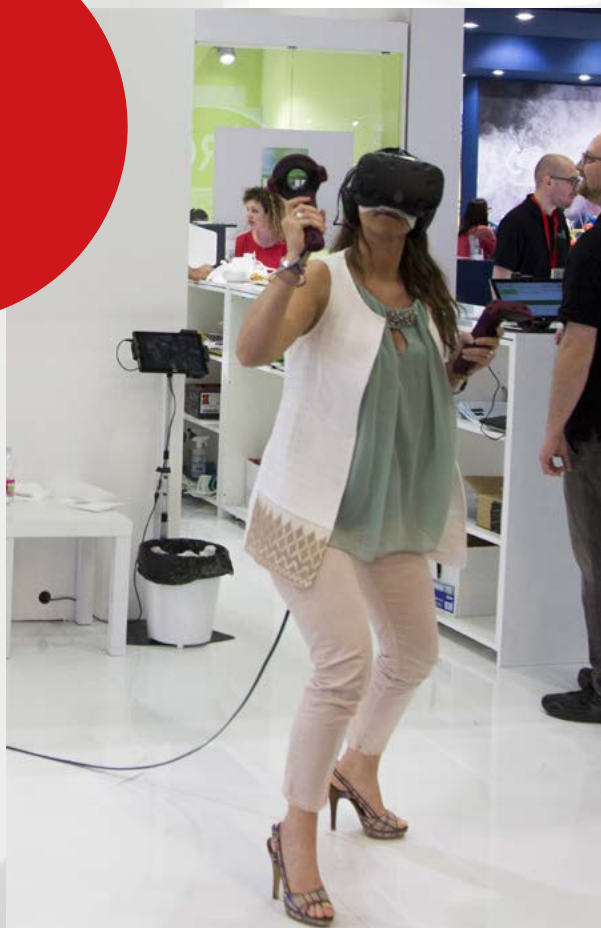
digitale, quella di ARCO Chimica, che si è presentata con una veste innovativa, votata alla multimedialità e all'immagine virtuale, che l'hanno messa in luce nel contesto fieristico. Una connotazione di indubbio impatto emotivo, frutto di una forte volontà di cambiamento, che ha valorizzato tutte le proposte e le novità lanciate a Verona, suscitando vivo interesse. A partire dal nuovo sito internet, realizzato dallo studio Web2life con una grafica completamente rinnovata e accattivante, ispirata alla sostenibilità ambientale, ovvero alla mission produttiva e imprenditoriale che anima da sempre l'industria di Medolla. Concepito come *responsive design*, in grado cioè di funzionare

DIGITAL EVOLUTION, THE WAY OF CHANGE FOR ARCO, INNOVATION AND SUSTAINABILITY



ARCO intends to change the dynamyc of its communication, because, as noted by Luca Cocconi, general manager of the Modena company: "It represents the fundamental means to present us to the customer". It has been a part of digital communication, the one of ARCO Chemistry, which has been presented with an innovative outlook, devoted to multimedia and the virtual image, which have been highlighted in the exhibition context. A connotation of

undoubtedly emotional impact, the result of a strong will to change, which has highlighted all the proposals and novelties launched in Verona, generating intense interest. Starting from the new web site, I realized the Web2life studio with a completely refurbished and captivating graphics, inspired by environmental sustainability, or the productive and entrepreneurial mission that has always been the industry of Medolla. Designed as design



in modo appropriato, oltre che da Pc, anche da Tablet e smartphone, per essere facilmente visualizzato dai dispositivi mobili, attraverso i quali oggi oltre il 70 degli italiani si connette alla Rete. Un concetto ben spiegato dai due creatori, Paolo Sandrini e Giuseppe Dani, ideatori rispettivamente della parte tecnica e di quella grafica, che hanno presentato il nuovo sito insieme a Luca Cocconi. Oltre all'elegante design, il nuovo sito internet presenta le produzioni ARCO inserite all'interno di macrofamiglie, in modo da poter disporre facilmente dell'intera gamma.

Un sistema... 'magico'

Si chiama Aladin il nuovo sistema per la detergenza professionale, caratterizzato da un potente e innovativo software, che permette - su base mensile - il calcolo della detergenza e l'assegnazione del relativo quantitativo di prodotto per operatore. Veicolato su una piattaforma **sms-based**, Aladin consente il controllo remoto dei consumi, offrendo la possibilità di modificare dall'ufficio il quantitativo dei consumi assegnati per operatore. Concede inoltre sia la modifica delle concentrazioni assegnate, sia l'inserimento di nuovi operatori. A supporto di Aladin, ecco due nuovi distributori automatici di detergenti: Aladin Pack,

che eroga detergente concentrato in capsule monodose, attraverso un badge RFID in dotazione all'operatore, e Aladin GT5, che eroga detergente concentrato in tanica. Entrambe le macchine consentono il calcolo preventivo del consumo dei detergenti per singolo operatore, erogando il prezioso prodotto concentrato in forma controllata (monodose o dosaggio impostato), controllandone il consumo tramite l'ausilio di una piattaforma web o di un cellulare via sms. Aladin Pack e Aladin GT5 riducono notevolmente l'impatto ambientale, calcolando l'effettivo beneficio ecologico attraverso uno specifico software.

Esperienza e innovazione

A proposito di Aladin, le osservazioni di Cocconi: *"Questo sistema abbraccia il mondo del superconcentrato, che ha bisogno di essere misurato, controllato e usato in modo adeguato. Aladin però va oltre, perché rappresenta uno strumento di controllo e gestione all'interno del cantiere. Infatti, oltre alla diluizione del prodotto detergente, è in grado di registrare l'ingresso e l'uscita del dipendente, gestire le schede tecniche e quelle della sicurezza e coordinare i piani di lavoro, mettendo in condizione l'impresa di controllare 24 ore su 24 l'esecuzione del lavoro".* Aladin rappresenta per l'azienda la chiusura di un cerchio iniziato sette

anni fa, il punto d'arrivo di un lavoro portato avanti *"arricchendolo giorno dopo giorno, di esperienza e innovazione"* sottolinea Cocconi.

ARCO ha scelto di portare in fiera esclusivamente le novità, per farle toccare con mano agli ospiti. E se PULIRE è stato il palcoscenico delle novità, le produzioni del passato sono state mostrate in modo virtuale, attraverso le suggestive immagini che scorrevano sui monitor e nell'allestimento di schermi ledwall a cubi. Non solo, spazio anche al gioco: *"Abbiamo puntato sul virtuale anche con il gioco proposto ai visitatori dello stand, che ha destato interesse e ha molto divertito chi l'ha provato".*

responsive, able to function properly, as well as from PCs, even from Tablets and smartphones, which can to be easily viewed by those mobile devices, through which over 70 of the Italians connect to the Network. This is a concept well explained by Paolo Sandrini and Giuseppe Dani, creators of the technical part and graphic design respectively, who presented the new site together with Luca Cocconi. In addition to its sleek design, the new website features ARCO productions inside macrofamilies so you

can easily access the entire range.

A system ... 'magico'

Aladin is called the new professional detergent system, featuring a powerful and innovative software that allows - on a monthly basis - the calculation of detergency and the allocation of the relative product quantity per operator. Delivered on a sms-based platform, Aladin allows remote control consumption by offering the ability to modify the amount of power consumed per

operator by the office. It also grants both the modification of assigned concentrations and the insertion of new operators. Aladin also supports two new automatic detergent dispensers: Aladin Pack, which delivers concentrate detergent in single-dose capsules, through an RFID badge supplied to the operator, and Aladin GT5, which delivers concentrated concentrate detergent. Both machines allow a predefined calculation of single-operator detergent consumption by delivering the precious concentrate product in controlled form

(single dose or dosage set), controlling its consumption by a web platform or mobile phone by sms. Aladin Pack and Aladin GT5 greatly reduce the environmental impact by calculating the actual ecological benefit through a specific software.

Experience and innovation

About Aladin, Luca Cocconi's comments: "This system embraces the superconcentrate world, which needs to be measured, controlled and used appropriately. But Aladin goes further

because it is a control and management tool within the yard. In addition to the dilution of the detergent product, it is able to record the entry and exit of the employee, manage the technical and safety data sheets, and coordinate the work plans, enabling the company to monitor 24 hours 24 the execution of the work". Aladin represents for the company the end of a circle that began seven years ago, the point of arrival of a work carried on "enriching it - as Cocconi points out - day after day, experience and innovation."

ARCO has chosen to bring the new products exclusively to the show, to make them touch the guests with their hands. And if CLEAN has been the stage for novelties, past productions have been shown virtually through the impressive images that flowed on the monitors and in the design of cubic ledwall screens. Not only the game, but also the game: "We also focused on the virtual game with the game offered to the visitors to the stand, which has attracted interest and has a lot of fun to try it.



L'efficienza si misura con la rapidità

IN LUOGHI CON GRANDE AFFLUSSO DI FOLLA LA GESTIONE DELLE AREE BAGNO È COMPLESSA. DA TORK ARRIVA UN NUOVO SISTEMA CHE OFFRE UNA SOLUZIONE AL PROBLEMA

PULIRE 2.2



TESTO

CHIARA MERLINI

Nel segno dell'innovazione si parla ora di sistemi più che di singoli prodotti, un approccio coordinato e con una visione d'insieme che porta a risultati migliori in termini di efficacia e di efficienza globale. Abbiamo incontrato Riccardo May, senior product manager di Tork, che ha illustrato il nuovo sistema per

l'asciugatura delle mani, studiato per le aree ad alto traffico.

Grande novità Tork in questa edizione di Pulire, frutto di impegno e sensibilità nel risolvere problemi legati all'igiene in luoghi molto affollati: vediamola da vicino...

May - Abbiamo presentato a Pulire in anteprima europea Tork PeakServe, un nuovo sistema per asciugamani a erogazione continua. È un sistema unico in tutto il mercato europeo, perché unisce i vantaggi degli asciugamani a rotolo - quindi una grande capacità - ai vantaggi dell'erogazione controllata di tutti i sistemi principali e quindi è perfettamente adattabile a tutti quelli che sono gli ambienti ad alto traffico e i

EFFICIENCY CAN BE MEASURED FAST

IN PLACES WHERE A LOT OF PEOPLE PASS THROUGH, MANAGING TOILET AREAS IS COMPLICATED. TORK HAS A NEW SYSTEM TO SOLVE THE PROBLEM



In the sign of innovation, we now talk about systems rather than individual products, a coordinated approach and a vision that leads to better results in terms of effectiveness and overall efficiency. We met Riccardo May, senior product manager at Tork, who illustrated the new hand drying system, designed for high traffic areas.

edition of Clean, the fruit of commitment and sensibility in solving hygiene problems in very crowded places: let's see it closely ...

"We have introduced Tork PeakServe, a new system for continuous towels, to be cleaned at European premiere. It is a unique system across the European market because it combines the benefits of roller towels - therefore a great capacity - to the benefits of controlled

Great news Tork in this



luoghi di grande affluenza (aeroporti, stazioni, centri commerciali o poli fieristici).

Una novità nel segno dell'igiene che risolve molti problemi per le toilette in luoghi molto frequentati...

May - Per lanciare PeakServe abbiamo condotto uno studio in cui abbiamo intervistato 3.000 persone tra Nordamerica ed Europa e abbiamo chiesto la percezione della loro ultima esperienza nell'area bagno in questi luoghi ad alto traffico. Il 71% degli intervistati ha risposto di avere avuto un'esperienza negativa (e il 42% sostiene che un'esperienza negativa in bagno ha un effetto negativo sull'esperienza

complessiva dell'evento). La prima preoccupazione - a proposito della partecipazione a grandi manifestazioni - è risultata quella di trovare bagni sporchi e sovraffollati, un fattore che precede altri motivi di disagio o ansia in queste occasioni, come per esempio il forte traffico e le lunghe code.

Quando si tratta di grandi eventi, tutte le esperienze vissute nell'occasione hanno un impatto globale...

May - Anche perché viviamo nell'epoca digitale in cui le persone non vedono l'ora di condividere le proprie esperienze positive ma soprattutto negative: non si tratta più

del passaparola tra amici, colleghi e familiari ma parliamo di tripadvisor, facebook, booking... Tutti i social media rendono l'esperienza globale, diffusa ad ampio raggio in tutto il mondo, e di conseguenza chi gestisce questi luoghi ad alto traffico deve concentrare il proprio impegno non solo nel fornire un servizio essenziale, ma nel rendere veramente unica l'esperienza e renderla memorabile. Ciò che la gente trova nell'area bagno, se pure può sembrare solo un particolare, ha in realtà un grande impatto che - se negativo - può influenzare l'esperienza legata all'intero evento.

Anche il fattore tempo rientra tra i problemi delle aree bagno ad alto traffico. Qual è la soluzione offerta da PeakServe?

May - Una delle caratteristiche principali e uniche di PeakServe è che ogni risma è dotata di un velcro all'inizio e alla fine, in modo che, effettuando la ricarica che avviene dal basso - e questa è una novità rispetto a tutti gli altri sistemi asciugamani - si crea un flusso continuo di carta che non si interrompe mai. Di conseguenza, l'operatore che deve organizzare il proprio turno per andare a effettuare la pulizia dei bagni può ricaricare il dispenser in qualsiasi momento, ottimizzando il suo tempo, con aumento

dell'efficienza del servizio. Immaginate di essere a una partita di calcio con 50.000 spettatori, e manca un minuto all'intervallo di metà tempo: i bagni saranno presto affollati. Un sistema a getto d'aria richiede almeno 10 secondi per asciugare le mani, ma Tork PeakServe può servire gli ospiti in soli 3 secondi: nella gestione di ampi gruppi di persone, un tempo di servizio così ridotto fa la differenza. Considerando poi che un singolo dispenser contiene fino a 2.132 asciugamani, che può servire oltre 1.000 ospiti tra una ricarica e l'altra... i numeri risultano davvero vincenti!

delivery of all main systems and is therefore perfectly adaptable to all those that are high traffic environments And places of great affluence (airports, stations, shopping malls or fairgrounds) “

A novelty in the hygiene sign that addresses many problems for toilets in very busy places ...

“To launch PeakServe, we conducted a study in which we interviewed 3,000 people between North America and Europe and asked for the perception of their last experience in

the bathroom area in these high traffic locations. 71% of respondents answered that they had a negative experience (and 42% claim that a negative bathroom experience has a negative effect on overall experience during the event). The first concern - about participation in major events - was to find dirty and overcrowded baths, a factor that precedes other causes of discomfort or anxiety on these occasions, such as strong traffic and long queues. “

When it comes to big events, all the experiences on the occasion have a global impact ...

“Also because we live in the digital age where people are looking forward to sharing their own positive experiences, but especially negative: it is no longer the word of mouth between friends, colleagues and family but we talk about tripadvisor, facebook, booking, ... All Social media make global experience, widely spread throughout the world, and consequently those who run these high

traffic locations must concentrate their efforts not only in providing essential service, but in making truly unique experience Make it memorable. What people find in the bathroom area, if it may seem just a particular one, actually has a big impact and - if negative - it can affect the experience of the whole event. “

The time factor is also among the problems of high traffic bath areas. What is the solution offered by PeakServe?

“One of PeakServe's main

and unique features is that every stack has a velcro at the beginning and end, so that by charging down from the bottom - and this is a new addition to all the other towel systems - You create a continuous flow of paper that never stops. As a result, the operator who needs to organize his / her turn to go to the toilet cleaning can reload the dispenser at any time, optimizing his time, with increased efficiency. Imagine being at a football match with 50,000 spectators, and misses one minute at mid-time

intervals: the bathrooms will soon be crowded. An air jet system requires at least 10 seconds to dry your hands, but Tork PeakServe can serve guests in just 3 seconds: in handling large groups of people, such a reduced service time makes the difference. Considering that a single dispenser contains up to 2,132 towels, which can serve over 1,000 guests between recharging ... the numbers are really winning! “



Una storia all'insegna del green. Quello vero

PER I.C.E.FOR L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE È STORIA DI VECCHIA DATA. E PULIRE NE È STATA TESTIMONE

PULIRE 2.2



VIDEO

TESTO

CHIARA MERLINI

Un'azienda che da sempre guarda all'innovazione tecnologica, che investe molto in Ricerca & Sviluppo, e privilegia materie prime ecocompatibili e ad alta resa: questa è I.C.E.FOR, che in fiera si è presentata con uno stand elegante all'insegna del green. "Green" a Pulire significa Ecolabel, marchio di qualità

ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel UE) che contraddistingue prodotti e servizi che, pur garantendo elevati standard prestazionali, sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Di questo - e si capirà presto perché - parliamo con Sergio Antoniuzzi, presidente e fondatore di I.C.E.FOR e Daniela Antoniuzzi, vicepresidente.

A GREEN HISTORY. THE TRUE ONE

FOR I.C.E.FOR, ATTENTION TO THE ENVIRONMENT IS AN OLD-FASHIONED STORY. AND PULIRE HAS WITNESSED IT



A company that always looks at technological innovation, that heavily invests in research and development, and privileges eco-friendly and high-yield raw materials: this is ICEFOR, which at the fair has presented itself with an elegant stand featuring green. Green means the Ecolabel, (Ecolabel EU) marking products and services that, while providing high performance standards, are characterized by a low environmental impact throughout the life cycle.

About that - and we will soon understand why - we talk with Sergio Antoniuzzi, president and founder of I.C.E.FOR and Daniela Antoniuzzi, vice president.

Important celebrations, this year at Pulire: the 40 years of the company is a significant milestone, the delivery to I.C.E.FOR of an official recognition... on the occasion of the 25th anniversary of the brand European... Daniela Antoniuzzi - We have obtained the



Celebrazioni importanti, quest'anno a Pulire: i 40 anni dell'azienda, un traguardo significativo, la consegna a I.C.E.FOR di un riconoscimento ufficiale per l'impegno dell'Azienda sul versante dell'Ecolabel, in occasione del 25° anniversario del marchio europeo...

Daniela Antoniuzzi -

Abbiamo ottenuto il premio nazionale Ecolabel 2017 per la sezione prodotti a piccole e medie imprese. E la motivazione è stata: *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 dei 25 anni del marchio dimostrando sensibilità ecologica e attenzione all'evoluzione della filosofia ambientale a livello europeo.

Un bel riconoscimento, finalmente. Cosa ne pensa il presidente I.C.E.FOR?

Sergio Antoniuzzi - È indubbiamente una soddisfazione. Durante la consegna del premio, un concorrente, un amico che si trovava di fianco a me nel complimentarsi ha commentato: *"Ma tu sei abituato a ricevere questi premi! Perché sei l'unico*

che è stato premiato dal Ministero dell'ambiente". È vero, ho avuto i riconoscimenti dalle mani di due ministri, sempre per i prodotti Ecolabel o per le certificazioni ambientali che la mia azienda - come prima azienda nel settore - ha ottenuto e sviluppato. Voglio sottolineare che in realtà I.C.E.FOR già nel 1985 produceva detergenti a formula ecologica, esenti da tutte quelle sostanze, previste dalla legge e dalle normative, ma che tuttavia avevano un impatto ambientale, e risultavano pericolose per l'ecosistema. Noi realizzavamo i prodotti con questa filosofia già allora, e non si parlava di Ecolabel...

L'Ecolabel rappresenta la garanzia di qualità ecologica...

Sergio Antoniuzzi - Vorrei aggiungere che quando si parla di ecologia, oggi, l'unico prodotto riconosciuto ecologico è solo il prodotto Ecolabel. Perché per ottenere l'etichetta con la margherita le aziende devono seguire criteri ben precisi, formulare prodotti privi di sostanze che impattano sull'ambiente. In commercio si trovano molti prodotti 'ecofurbi', che si dicono ecologici ma non è vero. Ci auguriamo che il comitato Ecolabel faccia campagne di comunicazione su cosa rappresenta davvero il marchio ecologico. Il mercato deve avere una vera evoluzione green,

e il consumatore deve avere informazioni chiare e precise: solo in questo modo si può parlare di reale attenzione all'ambiente. All'insegna della margherita.



I.C.E.FOR ha commissionato a giovani allievi dell'Accademia di Brera la creazione di un grande manifesto, realizzato durante la fiera: un omaggio alla natura, alla vita e alla donna.

I.C.E.FOR has commissioned young students at the Accademia di Brera to create a large poster made during the fair: a tribute to nature, life and women.

Ecolabel 2017 national prize for the section for small and medium-sized businesses. And the motivation was: A firm with a solid background experience that has been able to effectively combine the need to diversify its product lines with that of promoting products with the European environmental label, also activating interesting environmental education initiatives. Particularly effective in enhancing the

25-year anniversary of the brand, demonstrating ecological sensitivity and attention to the evolution of environmental philosophy at European level.

A fine acknowledgment, finally. What does the President of ICEFOR think about it?

Sergio Antoniuzzi - It is undoubtedly a satisfaction. During the award ceremony, a competitor, a friend

who was standing next to me in commending commented, "But you're used to receiving these awards! Because you're the only one that has been awarded the Ministry of the Environment. " True, I have received two prizes at the hands of two ministers, always for Ecolabel products or for environmental certifications that my company - as the first company in the industry - has got and developed.

I want to point out that in fact I.C.E.FOR already produced ecologically clean detergents in 1985, exempt from all those substances, provided by law and regulations, but which however had an environmental impact and were dangerous to the ecosystem. We made the products with this philosophy already then, and there was no Ecolabel ...

The Ecolabel represents the guarantee of ecological quality ...

Sergio Antoniuzzi - I would like to add that when it comes to ecology, today the only ecologically recognized product is just the Ecolabel product. Because in order to get the label with daisy companies need to follow very precise criteria, formulating products that do not have substances that impact on the environment. There are

many 'ecofurbi' products on the market, which are said to be ecological but they are not. We hope that the Ecolabel Committee will make communication campaigns about what the eco-label truly represents. The market needs to have a real green evolution, and the consumer has to have clear and precise information - only in this way can we talk about real attention to the environment. With the daisy.



Innovare e semplificare: una filosofia aziendale

ITALCHIMICA CREDE NELLA CHIAREZZA, SIA NELLA RICERCA DI NUOVI PRODOTTI SIA NELLA LORO FACILITÀ D'USO. E A PULIRE LO HA MESSO IN EVIDENZA

PULIRE 2.2



TESTO

CHIARA MERLINI

Uno spazio espositivo ampio, un forte impatto visivo: così Italchimica si è presentata a Pulire 2.2. Una imponente 'vetrina' delle novità, quelle di cui parliamo con Luca Pattarello, responsabile R & D, e Alessandro Mistri responsabile Marketing e Comunicazione.

A proposito di novità, appunto, quanto è importante il settore Ricerca e Sviluppo per l'azienda?

Pattarello - Innovare è un punto cardine per Italchimica. C'è una continua ricerca di trovare delle soluzioni vincenti, che devono risolvere i problemi dell'utilizzatore e rendergli la vita il più facile possibile. Negli ultimi anni ci siamo molto impegnati

INNOVATION IS EASY: THE COMPANY PHILOSOPHY

ITALCHIMICA BELIEVES IN CLARITY, BOTH IN RESEARCH INTO NEW PRODUCTS AND IN THEIR EASE OF USE. THIS WAS CLEARLY SHOWN AT PULIRE.

A large exhibition space, a strong visual impact: so Italchimica presented at Pulire 2.2. An impressive showcase of the novelties, the ones we talk about with Luca Pattarello, R & D manager, and Alessandro Mistri, Marketing and Communications Manager.

About the novelty, precisely, how important is the R & D area for the company?

Pattarello - Innovating

is a cornerstone of Italchimica. There is a constant attention for finding winning solutions that must solve the user's problems and make life as easy as possible. Over the last few years we are very committed to developing an Ecolabel line with low environmental impact, and each year we launch new products to make it more complete. During this edition of the fair we received a special mention from Ecolabel; Has been recognized





per sviluppare una linea Ecolabel, quindi a basso impatto ambientale, e ogni anno lanciamo nuovi prodotti per renderla sempre più completa. Durante questa edizione della fiera abbiamo ricevuto una menzione speciale da parte di Ecolabel; è stato così riconosciuto per il nostro impegno per l'ambiente e per diffondere questo marchio.

Parliamo allora di nuovi prodotti e sistemi...

Pattarello - L'ultimo nato è Dosy System, un sistema di dosaggio focalizzato sulla riduzione dell'impatto ambientale, che segue la direzione dei prodotti concentrati: infatti, cerchiamo di ottimizzare

il più possibile la filiera a livello di trasporti, di stoccaggio e così via. Nel caso specifico si tratta di nove prodotti concentrati che possono essere utilizzati come 'camerette' standard chiamate 'giusta dose': l'utilizzatore prende il prodotto concentrato, vi colloca sopra la cameretta e quindi dosa in modo preciso la quantità necessaria di prodotto per poi andare a creare il pronto all'uso. Nel caso del sistema, si tratta di una apparecchiatura che permette l'introduzione del prodotto concentrato all'interno, viene inserito un pescante e con un pulsante si determina la dose, standard e univoca per tutti i prodotti. Da sottolineare che tutti i prodotti non

necessitano di utilizzo di dispositivi di protezione individuali: l'unica fase in cui ne è richiesto l'uso è durante l'introduzione della bottiglia nel diluitor.

Focalizzandosi sui prodotti concentrati, c'è attenzione anche ad altri settori?

Pattarello - A questo proposito ecco il Sistema Quantum, per prodotti concentrati per la lavanderia industriale. Il prodotto è stato concentrato fino a 4-5 volte, così da permettere una riduzione estrema dei dosaggi, dello stoccaggio e della fatica del personale che opera il cambio tanica. Per il settore della pulizia automatica delle stoviglie un sistema concentrato è

Trilogy. Fermo restando il concetto base di una concentrazione spinta, cosa abbiamo fatto di più? Storicamente le linee professionali sono dedicate ad acque dolci, medie o dure: con tre prodotti copriamo tutte le necessità, creando direttamente con la nostra centralina dei cicli ad hoc, in base alle diverse necessità del nostro cliente.

Sempre nell'ottica di semplificare le operazioni e facilitare la vita all'operatore. Questa è anche la linea seguita dal settore Marketing e Comunicazione di Italchimica?

Mistri - L'azienda ha da sempre una particolare attenzione alla facilità

di comprensione del prodotto e quindi allo studio dell'etichetta, che è fondamentale: l'utilizzatore finale del prodotto deve capire immediatamente cosa sta usando, in che ambiente dovrà utilizzarlo. Il sistema Dosy, oltre a non richiedere l'uso di DPI, è la prima linea di detergenti completamente CAM (Criteri Ambientali Minimi). Anche in questo caso abbiamo aiutato il cliente finale cercando di ottimizzare il magazzino, riducendo lo spazio necessario, grazie al doppio utilizzo di un unico prodotto. Perché l'obiettivo di tutta l'azienda è di tutti i reparti è, appunto, ottimizzazione, chiarezza, pulizia e innovazione.

for our commitment to the environment and to spread this brand.

We are talking about new products and systems ...

Pattarello - The last born is Dosy System, a dosing system focused on reducing environmental impact, following the direction of concentrated products: in fact, we try to maximize the supply chain at transport, storage and so on. Street. In the specific case, these are nine concentrated products that can be

used as 'standard sized' rooms called the 'right dose': the user takes the concentrated product, puts it over the bedroom and then precisely supplies the required amount of product. Go get ready to use. In the case of the system, this is an equipment that allows the introduction of the concentrated product inside, a fishfinder is inserted and a button determines the dose, standard and unique for all products. It must be emphasized that all

products do not require the use of individual protection devices: the only phase in which it is required is during the introduction of the bottle into the dilution.

Focussing on concentrated products, are there other sectors too?

Pattarello - Here is the Quantum System for concentrate products for industrial laundry. The product was concentrated up to 4-5 times so as to allow an extreme

reduction of the dosage, storage and fatigue of the tank staff.

For the automatic cleaning of a tableware a concentrated system is Trilogy. Notwithstanding the basic concept of a thrust concentration, what did we do more? Historically, professional lines are dedicated to soft, medium or hard water: with three products we cover all the needs, creating directly with our ad hoc cycle control unit, according to the different needs of our customer.

Always with the aim of simplifying operations and facilitating the life of the operator. Is this also the line followed by Italchimica's Marketing and Communication Industry?

Mistri - The company has always been paying particular attention to the ease of understanding and therefore the label study, which is fundamental: the end user of the product must immediately understand what he is using, in which environment he will use

it. The Dosy system, in addition to not having to use DPI, is the first full line of CAM cleaners (Minimum Environmental Criteria). Again, we have helped the end customer to optimize the inventory, reducing the space needed, thanks to the dual use of a single product. Because the goal of the entire company and all departments is, precisely, optimization, clarity, cleanliness and innovation.





www.klindex.it

KLINDEX

MAXI ORBIT è una macchina innovativa e multifunzionale che rende facile e veloce il lavoro su tutte le superfici. Adatta per trattamenti come lucidatura, deceratura, cristallizzazione, microlevigatura su marmo, cemento, pietre, parquet, cotto e gres, Maxi Orbit è ideale anche per la pulizia di superfici delicate come moquette e tappeti. 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.

Maxi Orbit is an innovative and multifunctional machine that makes working on all surfaces easy and fast. Suitable for treatments such as polishing, decontamination, crystallization, marble, cement, stone, parquet, terracotta and stoneware microfiber, Maxi Orbit is also ideal for cleaning delicate surfaces such as carpets and carpets. The oscillating head fits all surfaces and allows easy working on irregular flooring, minimizing operator fatigue.



www.centralcarta.it

CENTRALCARTA

La tecnologia Centralcarta permette di produrre articoli professionali con il perfetto connubio fra qualità, funzionalità e immagine. L'azienda toscana propone una vasta gamma di prodotti per il settore Away-From-Home e Consumer con propri marchi. I packaging **CLASSEUR** del settore Away-from-Home hanno una grafica chiara e professionale, con tutte le informazioni necessarie per l'identificazione e l'utilizzo del prodotto. Tutti i prodotti rispettano le certificazioni più importanti come ECOLABEL, Alimentarità, CE, FSC e PEFC.

Centralcarta technology allows you to produce professional items with the perfect blend of quality, functionality and image. Centralcarta supplies a wide range of products for the Away-From-Home and Consumer sectors under its own brands. The Classeur packaging for the Away-From-Home sector has clear, professional graphics with all the information necessary for the identification and use of the product. All our products meet the requirements of the main certification

ARCOCHIMICA

L'Azienda di Medolla (MO) produce direttamente tutta la gamma dei prodotti per la pulizia professionale nello stabilimento di Medolla (MO) attraverso una serie di linee produttive ad alto valore tecnologico. **INFYNITÏ EIS** è un prodotto manutentore - in Caps - per vetri e arredi dalla profumazione floreale.

The company produces the entire range of products for professional cleaning in Medolla (Italy) plant, which is equipped with highly technological production lines. INFYNITÏ EIS is a Multipurpose cleaner - Caps - Flower scent



www.arcochimica.it

CARIND

Il nuovo dispenser **CUBO BAR NAPKINS** è disponibile nei colori cromo, bianco, marrone, nero e rosso. È dotato di "one by one system", che permette il risparmio del prodotto assicurando maggiore igiene. Il nuovo e colorato dispenser funziona con Bar Napkins, il tovagliolo intercalato 2 veli (11x21), in pura cellulosa con un'elevata capacità assorbente, morbidi e resistenti.

The new CUBO BAR NAPKINS dispenser is available in chrome, white, brown, black and red colors. It is equipped with a "one by one system", which allows for product savings, ensuring greater hygiene. The new and colored dispenser works with Bar Napkins, the 2 velvet interlaced towel (11x21), in pure cellulose with a high absorbent, soft and resistant capacity.



www.carindtissue.com

BETTARI

L'azienda chimica bresciana produce detergenti professionali dal 1963. **SOLID HD** è un detergente solido per lavastoviglie studiato per acque medie e dure, in una dose concentrata fornisce un ottimo potere pulente, riducendo i costi di utilizzo.

The Brescia chemical company produces professional detergents since 1963. SOLID HD is a solid dishwasher designed for medium-hard waters, provides in a concentrated dose a great cleaning power, reducing the costs of use.



www.bettari.it



www.diverseysolutions.com

SEALED AIR DIVERSEY CARE

SURE è una la gamma completa di prodotti per la pulizia a base vegetale, 100% biodegradabile, studiata per fornire perfetti risultati di pulizia nel rispetto della sicurezza delle persone e dell'ambiente. Con componenti sicuri per l'ambiente e ottenuti da fonti rinnovabili, i prodotti SURE soddisfano tutte le esigenze giornaliere di pulizia di cucine, di superfici e di igiene personale. Le soluzioni SURE forniscono i risultati di pulizia necessari per proteggere la salute e il benessere di ospiti e di personale. Gli ingredienti vegetali contenuti nei prodotti SURE sono tipicamente derivati dai sottoprodotti dell'industria agro-alimentare, originati da barbabietola da zucchero, mais, crusca, grano e cocco. I prodotti sono privi di coloranti artificiali, profumi, quaternari di ammonio, cloro, fosfati, composti ossidanti, e sono formulati per raggiungere la minor classificazione di pericolo e per essere utilizzati senza guanti e occhiali protettivi.

SURE is a comprehensive offering of plant-based, 100% biodegradable cleaning products designed to deliver superior professional results while being safe for people and kind to the environment. With environmentally-friendly ingredients from renewable resources, SURE products meet all your daily requirements for kitchens, facilities and personal care. For Safe and Sustainable Cleaning SURE cleaning solutions deliver the cleaning performance you need to protect the health and well-being of your guests and employees, while enhancing your brand reputation. The plant-based ingredients contained in SURE products are typically derived from by-products of the agro-food industry, originating from sugar beet, maize, straw bran, wheat bran and coconut. The products contain no artificial dyes, perfumes, quats, chlorine, phosphates or oxide compounds, and are formulated to achieve the lowest hazard classification without the need for gloves and goggles during cleaning.



SERIE PAWNEE

GENERATORI
DI VAPORE
CON GRUPPO
ASPIRANTE



PRODUZIONE, VENDITA E ASSISTENZA DI ATTREZZATURE
PER LA PULIZIA PROFESSIONALE E INDUSTRIALE



OLYMPIA



ATLANTIS



MUSTANG



OZOSANY
GENERATORE PROFESSIONALE
DI OZONO

I.C.E.FOR

AMINOSEPT 10 è un disinfettante liquido concentrato per superfici e attrezzature ad azione battericida e levuricida ad ampio spettro d'azione. È particolarmente indicato per aree food e per l'industria alimentare nell'ambito dell'autocontrollo alimentare per i piani di sanificazione (HACCP). Adatto per l'area Sanità (ospedali, case di cura, studi medici) e in generale per l'igiene pubblica, il suo principio attivo è compatibile con tutte le durezza dell'acqua. È disponibile in flacone da litro, in tanica da 5 litri e in busta eco-pack.

AMINOSEPT 10 is a concentrate liquid disinfectant for surfaces and equipment with a wide range of bactericidal and levuricidal action. IS Particularly suitable for food and food industries in the field of food self-control for sanitation plans (HACCP). Suitable for the Healthcare Area (hospitals, nursing homes, medical doctors) and generally for public hygiene, its active ingredient is compatible with all water hardness. It is available in a liter bottle, in a 5 liter canister and in an eco-pack.



www.iceforprofessional.com



LAVORWASH

DYNAMIC è una lavasciuga robusta, affidabile, molto agile e accessibile che offre massima efficacia nel mantenere il pavimento pulito e asciutto. Solo un pulsante e si è pronti a lavorare: scorrevolezza, manovrabilità in aree congestionate e pulizia con entrambi i bordi della spazzola anche in angoli difficili da raggiungere. Inoltre, riduce i fermi macchina improduttivi grazie all'interruzione automatica dell'erogazione soluzione, arresto spazzola e auto stop riempimento acqua.

www.lavorhyper.com



EPOCA

Le pompe a pressione **ARCHETYPE** sono le migliori pompe a pressione di Epoca. Vengono principalmente impiegate nei settori della pulizia professionale, dell'automotive e nell'edilizia. La linea Archetype è costituita da pompe a pressione di varie capacità (1,5; 5 e 10 litri) disponibili con guarnizioni in VITON e in EPDM.

www.epocaspa.com



4 CLEANPRO

MIRA è una lavasciuga agile e piccola abbastanza per essere trasportata anche con un'utilitaria. Ha telaio in acciaio inox (410 mm di larghezza di lavoro), serbatoio da 3 litri con capacità di pulizia di 100 m2 (funzione "eco"). Le batterie al litio permettono 1 ora di autonomia per circa 800 m². Grazie al suo timone snodato permette di accedere sotto i tavoli, mobili scaffali etc.

www.4cleanpro.com

Lavorwash is providing a solid, reliable, very agile and accessible machine to keep your floor clean and dry. Only one switch and you are ready to work: flow across narrow path or congested area with best visibility and cleaning hard to reach edges on both sides of the brush. Forget squeegee corners or turns nightmares with compact and neckless driving wheel. Reduce unproductive break with automatic solution cut-off, brush (dis)connection and water stop filling.

Archetype sprayers are Epoca's top sprayers for industrial cleaning, automotive and building field. Archetype line includes sprayers in different capacities (1.5, 5 and 10 liters) and with different seals (Viton and EPDM).

MIRA is an agile and small washer enough to be transported even with a utility. It has a stainless steel frame (410 mm working width), a 3 liter tank with a cleaning capacity of 100 m2 ("eco" function). Lithium batteries allow 1 hour of autonomy for about 800 m2. Thanks to its hinged handle, it is possible to access under tables, cabinet shelves, etc.

BBA BIOTECH

Uno speciale "degrassatore" biologico **BIO DEGRASS** è pensato per mantenere liberi da intasamenti e incrostazioni ogni tipo di tubazioni, sifoni, pozzetti e neutralizzare istantaneamente i cattivi odori. Si tratta di una miscela in forma liquida di spore batteriche del genere *Bacillus*, enzimi cellulari ed estratti naturali che neutralizzano i cattivi odori. Il prodotto viene dosato direttamente a valle del sifone del lavello o vasca lavapiatti, con un sistema automatico temporizzato, pratico e sicuro (DOSABIODEGRASS).

HAGLEITNER

La filosofia dell'azienda è quella di realizzare prodotti concentrati eccellenti riducendo al minimo il costoso trasporto dell'acqua nel rispetto dell'ambiente. **INTEGRAL 2GO** realizza questa filosofia. Sicuro: un sistema chiuso protegge dal contatto con le sostanze chimiche. Potente: una cartuccia concentrata da 2,6 l eroga fino 1.300 l di soluzione pronta all'uso. Semplice: comandi touch screen e display intuitivi. Preciso: precisione di dosaggio garantita grazie all'innovativa pompa dosatrice magnetica indipendentemente da pressione dell'acqua, viscosità e temperatura. Pratico: i prodotti concentrati riducono gli ingombri di stoccaggio e i volumi di trasporto.

A special biological "degreaser" BIO DEGRASS is created to maintain free of clogs and encrustations all kind of pipes, syphons, wells and neutralize instantly bad smells. It is a blend in liquid form of bacterial spores of Bacillus type, cellular enzymes and natural extracts that neutralize bad smells. The product is dosed automatically downstream from the sink's syphon or dishwasher tank, with a practical and safe automatic time-released system (DOSABIODEGRASS).

HAGLEITNER philosophy is producing concentrated detergents to the highest quality standards, minimizing the costly water transport and therefore preserving the environment. Integral 2GO is the realization of this philosophy. Ready 2GO Safe : A physical contact with the concentrate is impossible thanks to a locked system. Efficient : One 2.6 l multiFILL cartridge of concentrated detergent provides up to 1,300 l ready-to-use solution. Simple : touch screen controls and intuitive display. Precise : exact dosing ensured independent of water pressure, viscosity and temperature thanks to the ingenious magnetic dosing pump. Space-saving : the concentrated products will save you a lot of storage room and minimize the transport volumes.



www.bbabiotech.com



www.hagleitner.com

RCM



www.rcm.it

Due le novità di spicco: **BYTE I** e **BYTE II** le nuove piccole lavapavimenti uomo a terra. BYTE I è la lavapavimenti con larghezza di pulizia di 460 mm, per svolgere rapidamente lavori di manutenzione di aree medio piccole; disponibile nelle versioni standard, a cavo o a trazione. BYTE II replica agilità, manovrabilità e perfezione di asciugatura della più piccola BYTE I ma con larghezza di pulizia fino a 610 mm. Disponibili nelle versioni a due spazzole (larghezza pulizia 610 mm) oppure a una spazzola (larghezza di pulizia 530 mm) con e senza trazione elettronica. L'aggancio automatico delle spazzole e il comando unico di avviamento aspirazione e spazzole aumentano la facilità di utilizzo della macchina. La versione a trazione con GO GREEN e AQUA SAVER garantisce una funzionalità ottimale ed ecologica.

Two of the top innovations: BYTE I and BYTE II are the new small ground floor washers. BYTE I is the scrubbing brush with a cleaning width of 460 mm to quickly maintain small mid-maintenance work; Available in standard, cable or traction versions. BYTE II replicates agility, maneuverability and drying perfection of the smallest BYTE I but with a cleaning width of up to 610 mm. Available in two brushes (width 610 mm) or brush (530 mm width) with or without electronic traction. Automatic brush attachment and single-start suction and brush control increase the ease of use of the machine. The traction version with GO GREEN and AQUA SAVER guarantees optimal and eco-friendly functionality.

TMB



www.tmbvacuum.com

Novità pensate per l'impresa. Si aggiunge all'offerta di aspirapolveri la gamma **TEAM LINE**, caratterizzata da un design tutto nuovo, particolarmente ergonomico e compatto che accoglie una testata a 3 motori. Sono dotati di sistema Shift & Clean, che consente di pulire il filtro senza aprire la macchina, sfruttando il flusso dell'aria aspirata. L'assoluta novità è l'introduzione di una linea di carrelli per la pulizia manuale. Sono robusti, eleganti ed ergonomici. Sono disponibili in diverse versioni, dotati di ruote pivotanti, maniglia centrale o laterale, a un secchio o due e personalizzabili secondo le esigenze.

New developments for companies. The wide selection of vacuum cleaners has been extended with the addition of the TEAM LINE range, which is characterized by a particularly ergonomic and compact all-new design that incorporates a 3-motor head. These machines are equipped with the Shift & Clean system, which enables the filter to be cleaned without opening the machine, using the flow of vacuumed air. In addition, TMB has introduced a brand new range of trolleys for manual cleaning. These are robust, elegant and ergonomic. They are available in different versions, come equipped with castor wheels, a central or lateral handle, and either one or two buckets, and can be customised according to specific needs.



Klindex is the choice of top flooring professionals.

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

www.klindex.com | info@klindex.it



PROFESSIONISTI DEL PULITO

LAVOR HYPER

offre una gamma di prodotti altamente professionali che presentano soluzioni studiate ad hoc per le esigenze di un settore estremamente specializzato. Idropulitrici, generatori di vapore, aspiratori, monospazzole, lavasciuga pavimenti e spazzatrici progettate e realizzate per soddisfare le necessità degli operatori professionali.

www.lavorhyper.com

LAVOR  **HYPER**

LAVORWASH S.p.A.

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

E-mail: info@lavorpro.com - WebSite: www.lavorhyper.com



Guarda i video sul nostro canale
www.youtube.com/LAVORPRO

IDROPULITRICI
HIGH PRESSURE MACHINES
MACCHINE
A VAPORE
STEAM MACHINES
LAVAMOQUETTE
CARPET CLEANERS

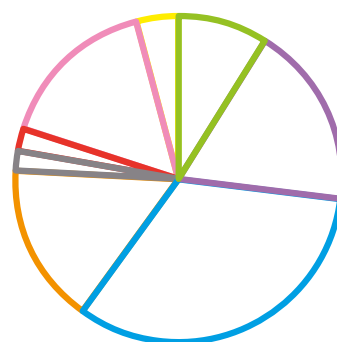
Numeri dal mercato

IDROPULITRICI, MACCHINE A VAPORE, LAVAMOQUETTE: L'ANDAMENTO DEI SETTORI DAI DATI DI FATTURATO

TESTO

ANDREA DELLA TORRE

Nel comparto generale del cleaning professionale - che ha un valore globale intorno a un miliardo e 650 milioni (1.645.148.792) - il settore delle macchine, considerando il fatturato che deriva dal mercato nazionale sommato a quello destinato all'estero (che rappresenta il 65%), ha un valore complessivo che si aggira intorno a più di 500 milioni di euro (518.959.201). Un mercato che per il comparto, nel 2016, in generale si è dimostrato stabile. È quanto emerge dagli ultimi dati riportati da AfidampFAB, l'Associazione italiana fabbricanti di macchine, prodotti e attrezzature per la pulizia professionale e l'igiene ambientale. Per la produzione destinata al mercato interno le macchine - che rappresentano il 24% del panorama della produzione del cleaning professionale - globalmente hanno mostrato un incremento di fatturato del 3% rispetto all'anno precedente, con un valore che si avvicina ai 200

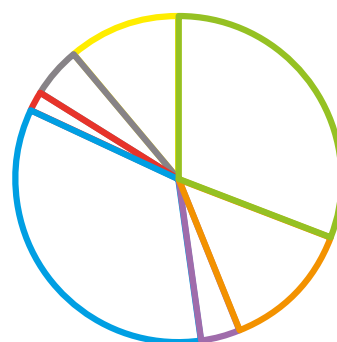


SPAZZATRICI (ESCLUSE STRADALI)	SWEEPER MACHINES	9 %
SPAZZATRICI STRADALI	STREET MACHINES	18 %
LAVASCIUGA	SCRUBBER DRIERS	33 %
ASPIRAPOLVERE/LIQUIDI	VACUUM CLEANERS	16 %
MONOSPAZZOLA	SINGLE DISK MACHINES	2 %
MACCHINE PER MOQUETTE	CARPET CLEANERS	2 %
IDROPULITRICI	HIG PRESSURE MACHINES	16 %
GENERATORI DI VAPORE	STEAM MACHINES	4 %

milioni di euro (183.819.899). L'export, che pure è la destinazione preponderante della produzione del comparto, l'anno scorso ha segnato un lieve calo (-1%) a confronto con il 2015; ma con oltre 335 milioni di euro si dimostra un mercato sostanzialmente stabile.

Idropulitrici

Considerando l'andamento globale del mercato relativo alle macchine, le idropulitrici portano un fatturato totale di più di 84



MACCHINE	MACHINES	31 %
PRODOTTI CHIMICI	CHEMICALS	13 %
ATTREZZATURE	EQUIPMENT	4 %
CARTA	TISSUE	34 %
FIBRE E PANNI	FIBERS AND CLOTHS	2 %
ACCESSORI	ACCESSORIES	5 %
ALTRI	OTHERS	11 %

milioni di euro (84.604.559), un leggero incremento (+1%) rispetto al 2015, dato positivo che va integrato e valutato però collegandolo alla diminuzione di valore del prezzo riferito al singolo prodotto.

Il numero dei prodotti aumenta, ma il prezzo unitario è in calo. Il dato generale, che comprende tutte le tipologie di prodotto (idropulitrici monofase, trifase, a scoppio a freddo e monofase, trifase, a scoppio a caldo) vede la



MARKET NUMBERS

HIGH-PRESSURE MACHINES, STEAM MACHINES, CARPET CLEANERS: INDUSTRY TRENDS FROM SALES FIGURES



In the general area of professional cleaning - which has a global value of around one billion and € 650 million (1,645,148,792) - the machinery sector, considering the turnover deriving from the national market plus the foreign market (representing the 65%), has a total value of around 500 million euros (518,959,201). This is what emerges from the latest data from AfidampFAB, the Italian Association of Manufacturers of machines, products and equipment for professional cleaning and environmental hygiene. The sale of the machines destined to the internal market - representing 24% of the professional cleaning - globally showed a 3% increase compared to the

previous year, with a value close to 200 million euros (183,819,899). The export, which is also the predominant destination of the sub-fund's production, last year marked a slight decline (-1%) compared to 2015; however, with over 335 million euros, it is a substantially stable market.

High-pressure machines

Considering the overall market trend of machines, the high pressure machines bring a total turnover of more than 84 million euros (84,604,559) which is a slight increase (+ 1%) over 2015, but becomes a positive data if integrated and evaluated along with the price decrease of the single product. The number of products

increases, but the unit price is declining. The general data, which includes all types of products (single-phase, three-phase, cold-blown and single-phase, three-phase, hot-blasting high-pressure cleaners), as before. Which amounted to almost 58 million (57,857,500), while the domestic market is worth around 27 million euros (26,747,058). In this regard, hot-rolled high pressure cleaners are the most demanded machines from the overseas market. Indeed, the 88% of their production is directed to these markets (for a value of 755,360 euros), exceeding the level of 2015 when it was 81%. However in 2016, the number of produced pieces has increased, even if the

produzione orientata per il 68% all'estero - come l'anno precedente - con valori che si assestano a quasi 58 milioni (57.857.500), mentre il mercato interno 'vale' intorno ai 27 milioni euro (26.747.058). A questo proposito, sono le idropulitrici a scoppio a caldo le macchine maggiormente richieste dal mercato estero: l'88% della loro produzione, infatti, viene indirizzata a questi mercati (per un valore di 755.360 euro) dato supera il livello del 2015, quando si trattava dell'81%; nel 2016 tuttavia aumenta il numero dei pezzi prodotti, anche se ne diminuisce il prezzo unitario (5.894 a fronte di 6.122) nonostante l'incremento dei pezzi venduti (128 contro 115). Nel mercato nazionale, quelle che 'valgono' di più sono le idro trifase a caldo, con più di 9 milioni d €. Un mercato che rimane, tutto sommato,



stabile. L'aumento della produzione globale segna un 5%, con un incremento del valore dell'1% e una diminuzione del 4% del valore a pezzo.

Macchine a vapore

I generatori di vapore rappresentano ancora una nicchia di mercato: un mercato piccolo, ma significativo, indirizzato soprattutto ad alcuni settori 'sensibili', come il food e il sanitario. Il fatturato globale, Italia ed estero, si attesta intorno ai 22 milioni e mezzo di euro (22.428.730), in cui la quota che va all'estero rappresenta l'88% (nel 2015 era stata dell'89%). Si registra un incremento del valore, +9%, riferito al fatturato sul mercato

unit price has decreased (5,894 compared to 6,122), despite the increase in the number of pieces sold (128 vs. 115). In the internal market, the machines that are worth more are the three-phase hot water, with more than € 9 million. It is a market that remains, all in all, stable. The global production marks a 5% increase, with a 1% increase and a 4% fall in value.

Steam machines

Steam generators are still a market niche - a small, but meaningful market, mainly targeted at some 'sensitive' sectors such as food and healthcare. The global turnover, both in Italy and abroad, stands at around

Italia, con un aumento della produzione del 12% - anche se diminuisce quindi di 3 punti il valore del singolo pezzo - mentre l'estero segnala una diminuzione di fatturato dell'1%. Anche in questo caso, complessivamente si tratta di un mercato sostanzialmente stabile.

Lavamoquette

Nel caso delle macchine dedicate alla pulizia della moquette, prendiamo in considerazione solo le lavamoquette (non i battitappeto), che nel 2016 hanno registrato un fatturato complessivo (Italia ed estero) che supera i 6 milioni di euro (6.177.880), con 5.166.855 € provenienti dall'export e poco più di

22 million and a half euros (22,428,730), with the share abroad going to 88% (in 2015 it was 89%). There is an increase in value of + 9%, referring to sales in the Italian market, with a 12% increase in production - even if the value of the single piece is reduced by 3 points - while foreign sales declined of 1%. Even in this case, this is an overall, substantially stable market.

Carpet cleaners

In the case of carpet cleaning machines, we take into consideration only injection/extraction machines which in 2016 recorded a total turnover (Italy and abroad) that exceeds 6 million euros (6,177,880), with 5,166.855 €

1 milione di € (1.011.125) dato dal mercato interno. La quota della produzione destinata all'export, per il 2016, è dell'84%, superando di 4 punti quella dell'anno precedente. Anche questo - le macchine a iniezione/ estrazione - considerato un mercato di nicchia, segnala una diminuzione significativa di fatturato, -8% sul mercato nazionale, mentre per l'estero il dato rimane sostanzialmente stabile. Globalmente, l'incremento di fatturato per le lavamoquette si quantifica in un + 1%, anche in questo caso con un significativo calo rispetto all'anno precedente (-6%) considerando il valore del singolo pezzo.

from export and just over € 1 million (1,011,125) from the internal market. The share of production destined for exports for 2016 is 84%, which represents as 4 points increase than the previous year. Even this - injection / extraction machines - which is considered a niche market, indicates a significant decrease in sales, -8% on the domestic market, while for foreign countries the figure remains largely stable. Overall, the increase in sales for washcloths is quantified at + 1%, even in this case with a significant drop from the previous year (-6%) considering the value of the single piece.



4CleanPro



Leila



Amica



Gaia



Mira



4CleanPro srl



Made in Italy



Made in Florence

Via dei Tigli, 20 - 50010 Campi Bisenzio (FI) - www.4cleanpro.com - info@4cleanpro.com
Tel.: +39 055 898139 - Cell.: +39 327 5895500


www.fiorentinispa.com

www.taski.com

ING. FIORENTINI

UN SISTEMA EFFICIENTE

Il sistema della **linea injection extraction** consente di pulire le fibre di moquette e tessuti in profondità. Iniettando con forza nella moquette la soluzione di acqua e shampoo pressurizzata e polverizzata risucchiandola immediatamente, con un solo passaggio la superficie viene lavata ed asciugata. I motori particolarmente efficienti, silenziati e con sistema by-pass, così come la robusta struttura, fanno delle lavamoquette Fiorentini un prodotto duraturo e affidabile nel tempo.

TASKI

FACILITÀ DI UTILIZZO E AFFIDABILITÀ

Taski Procarpet 45 è realizzata con la riconosciuta affidabilità delle macchine Taski per la pulizia dei pavimenti. La caratteristica principale della macchina è di poter selezionare l'applicazione di pulizia che meglio si adatta alle proprie esigenze in base al tempo a disposizione e al livello di sporco. La macchina può essere impostata per il lavaggio di fondo con il metodo iniezione - estrazione o per la pulizia superficiale intermedia con il metodo a incapsulazione (simile alla shamponatura). È dotata di timone regolabile e la facilità di utilizzo la paragona a normali lavasciuga per pavimenti duri con le stesse rese elevate. Per variare il tipo di applicazione è sufficiente cambiare la spazzola, il prodotto chimico utilizzato e premere l'apposito interruttore sul quadro comandi.

AN EFFICIENT SYSTEM

The injection-extraction allows to clean deeply the carpet and tissue fibres. The water and shampoo solution is injected with force into the carpet, then pressurised and pulverized to be immediately sucked. With just a movement the surface is cleaned and dried. The silent and particularly efficient engines as well as the strong structure make the Fiorentini carpet cleaner a long-lasting and reliable machine. The main uses: hotel, private houses, offices, shops, rent service, car washes, carpet shops, cleaning enterprise.

EASE OF USE AND RELIABILITY

Taski Procarpet 45 is made with the recognized reliability of the TASKI floor cleaning machines. The main feature of the machine is to be able to select the cleaning application that best suits your needs based on the time available and the level of dirt. The machine can be set for hard wash with the injection - extraction method or for intermediate surface cleaning with the encapsulation method (similar to shampooing). It is equipped with an adjustable handle and the ease of use compares to normal hard floor scrubbers with the same high yields. To change the type of application, simply change the brush, the chemical used and press the switch on the control panel.

ITALCHIMICA

PER UNA MOQUETTE PULITA

Sanitec Moquette e tessuti rientra nella grande famiglia "detergenti per i pavimenti". Il prodotto è un igienizzante profumato per la pulizia di superfici tessili mediante l'impiego di macchina a iniezione ed estrazione. Con la sua formula estremamente efficace permette di pulire a fondo eliminando anche lo sporco più ostinato rispettando inoltre le delicate fibre dei tessuti. Il mondo dell' Hospitality e della GDO stanno riscoprendo negli ultimi anni i vantaggi della moquette rispetto alle superfici rigide, non più vista come un 'ostacolo' nella pulizia quotidiana grazie ai prodotti per moquette e tessuti che diminuiscono i tempi di pulitura.

IPC

IPC E LE MACCHINE A VAPORE

I generatori a vapore sono sicuri e versatili e possono essere utilizzati in qualsiasi ambiente poiché in grado di dissolvere e rimuovere grasso e sporco ostinato senza l'utilizzo di detergente. La già ampia gamma di generatori vapore IPC ha visto recentemente l'inserimento di due nuovi modelli dalle prestazioni elevate, maneggevoli e semplici da utilizzare. Si tratta delle **SG-08** e **SG-10**, macchine compatte, robuste grazie alla struttura in acciaio inox, e versatili, ideali per la pulizia di cucine (anche industriali) bagni, attrezzature mediche, pavimenti e pareti. A corredo delle macchine, una serie completa di accessori che le rendono adatte a qualsiasi tipo di utilizzo.

FOR A CLEAN CARPET

Sanitec Carpets and Textiles is part of the large "Floor Cleaner" range. The product is a fragranced textile cleaner for use with injection-extraction carpet cleaning machines. Its powerful formula cleans deep down shifting the most persistent dirt while caring for delicate textile fibres. Hospitality and Retail have in recent years been discovering the advantages of carpeted surfaces over hard surfaces. This kind of product is no longer viewed as an obstacle in daily cleaning but, thanks to products which reduce cleaning times.

IPC AND STEAM ENGINES

Steam generators are safe and versatile and can be used in any environment as it can dissolve and remove persistent grease and dirt without the use of detergent. The already wide range of IPC steam generators recently saw the introduction of two new, high performance, easy-to-use and easy to use models. These are SG-08 and SG-10, compact, robust machines thanks to the stainless steel structure, versatile, ideal for cleaning kitchens, including industrial, bathroom, medical equipment, floors and walls. A complete range of accessories, making them suitable for any kind of use. In fact today, we believe that the culture of steam, especially in Italy, is still not very widespread and that we need this product to be proven during its use.


sanitecitalia.com

www.ipcworldwide.com


idrobasegroup.com

www.allegri.com

IDROBASE IDROPULITRICI, L'EVOLUZIONE

Per la linea di idropulitrici semi-professionali la novità è **SAETTA**. Funziona ad acqua calda, motore a 2800 giri/min., 150 bar di pressione, portata 9 litri/min., potenza 2,7 kW, con dispositivo total stop. È maneggevole e semplice da utilizzare, grazie all'impianto elettronico semplificato, e agevole da spostare da un sito all'altro. Il comparto delle idropulitrici Idrobase, degli accessori e dei ricambi del Club dei Riparatori continua a rappresentare una parte significativa del fatturato e della crescita di Idrobase Group. Fra le innovazioni tecnologiche a cui Idrobase sta lavorando vi è la realizzazione di applicazioni che permetteranno di gestire il funzionamento delle idropulitrici attraverso un qualsiasi smartphone, in particolare per gestire con la massima attenzione le fasi di manutenzione di questa tipologia di macchine.

ALLEGRINI PER LE SUPERFICI TESSILI

M15 Lavamoquette è un detergente liquido a bassa schiuma, specifico per il lavaggio di moquette e tessuti di vario tipo. È dotato di un ottimo potere detergente e agisce anche sullo sporco annidato nelle fibre più profonde. Garantisce il miglior risultato di pulizia rispettando i colori e ravvivandoli. M15 Lavamoquette è un prodotto particolarmente studiato per l'impiego con macchine ad estrazione. Ideale per la pulizia di divani, poltrone, tappeti, superfici in moquette e tutte le superfici rivestite in tessuto, compreso il velluto e l'alcantara.

HIGH PRESSURE MACHINES, THE EVOLUTION

For the semi-professional high pressure cleaner line, Novelty is Saetta. It works with hot water, 2800 rpm engine, 150 bar pressure, 9litri / min capacity, 2.7 kW power, with total stop device. It's handy and easy to use, thanks to the simplified electronic system, and easy to move from one site to another. The division of Idrobase, accessories and spare parts of the Riparatori Club continues to represent a significant part of the turnover and growth of Idrobase Group. Among the technological innovations to which Idrobase is working is the implementation of applications that will enable the operation of high pressure cleaners through any smartphone, in particular to handle the maintenance phases of this type of machine with utmost care.

FOR TEXTILE SURFACES

M15 Lavamoquette is a low foam liquid detergent, Specific for washing carpets and fabrics of various types. It has excellent detergent power and also acts on dirt Nested in the deeper fibers. Guarantees the best result of Cleaning respecting the colors and enlivening them. M15 Lavamoquette is a product specially designed for use with extraction machines. Ideal for the cleaning of sofas, armchairs, carpets, carpet and carpet surfaces All surfaces covered with fabric, including velvet and alcantara.

ARCO PRODOTTI AD HOC PER LE LAVAMOQUETTE

Per queste macchine professionali, pensate e costruite in funzione della pulizia delle pavimentazioni di grandi ambienti quali uffici, residence e hotel Arco presenta due prodotti: **MOKY**, un detergente ideale per il lavaggio di moquette e tappeti con macchina lava moquette a iniezione-estrazione e **MOKY FOAM**, uno shampoo detergente neutro schiumogeno per il lavaggio a fondo di moquette, tappeti e rivestimenti tessili in genere. Si tratta di un prodotto idoneo per l'uso con monospazzola munita di spazzola in fibra di cocco o con shampoonatrice. Contiene resine che proteggono le fibre, rallentando il ridepositarsi dello sporco.

STI COMPATTA MA POTENTE

Gaiser 4000+ è un generatore di vapore ideale per tutti i tipi di pulizia e sanificazione. È piccola, compatta, totalmente in acciaio, completa di tutti gli accessori. Grazie al suo vapore a 180°C, può eliminare in pochi secondi il 99% di batteri sulle superfici. Ha una caldaia a ricarica automatica che permette di lavorare in continuo; inoltre, a differenza della sorella Gaiser 4000, ha una nuova funzione detergente. Una tanica aggiuntiva posta sul retro, all'esterno della macchina, dà la possibilità all'utilizzatore di poter cambiare e scegliere il miglior detergente per il tipo di superficie che sta pulendo. Il nuovo macchinario, così potenziato, permette di utilizzare detergente assieme alla potenza del vapore: nessuna macchia resisterà.

AD HOC PRODUCTS FOR INJECTION- EXTRACTION MACHINES

For these professional machines, designed and built according to the cleaning of the floors of large environments such as offices, residences and hotels, Arco has two products: Moky, an ideal detergent for washing carpets and carpets with lava carpet in-extraction carpet and Moky Foam, a frothy neutral detergent shampoo for carpet, carpet and textile floor coverings in general. This product is suitable for use with a single-brush sprayer with a coconut or brush shampoo. It contains resins that protect the fibers, slowing down the lay-up of dirt.

SMALL BUT POWERFUL

Gaiser 4000+ is steam cleaner suitable for any sort of cleaning and sanitation. It is small, in stainless steel and it comes with a complete kit of accessories. Thanks to its steam at 180°C this steam generator can eliminate in a few seconds the 99% of the bacteria. It has an automatic refilling boiler that allows the users to keep working continuously; moreover, instead of its sister Gaiser 4000, it has a new detergent function. There is an additional tank located outside on the back of the machine, so as to let the user change and choose the best detergent for each kind of surface. In this way detergent and steam come out at the same time: even the most persistent dirt won't resist.


www.arcochimica.it

www.stindustry.it



www.stindustry.it

STI L'INNOVAZIONE DEL VAPORE IN UNA MACCHINA

L'ultima arrivata **COMBY 3500** è un macchinario completo ideale per ogni tipo di pulizia. 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 qualsiasi superficie. Ha un corpo compatto in acciaio inossidabile e una potente caldaia a 8 bar. Rende possibile affrontare qualsiasi tipo di pulizia perché Comby 3500 ha una caldaia a ricarica automatica. Inoltre, a differenza delle macchine precedenti, ha due nuove funzioni chiamate "idrogetto" e "detergente". Il nuovo software permette infatti di scegliere il livello d'acqua e/o detergente da spruzzare con il vapore, a seconda della superficie da pulire. Una sola macchina per pulire, disinfettare e asciugare tutte le superfici.

STEAM INNOVATION IN ONE MACHINE

The newcomer COMBY 3500 is a complete equipment for any kind of cleaning. Thanks to its steam at 180°C this steam generator can eliminate in a few seconds the 99% of the bacteria, moreover the powerful vacuum motor can dry perfectly any surfaces. The compact body is in stainless steel and the powerful boiler has 8 bar. You can face long and hard cleaning, since it has an automatic refilling of the boiler and two new functions called "hydrojet" and "detergent". The new software allows choosing the level of water and/or detergent to spray with steam, according to the surface to clean. Just one machine to clean, disinfect and dry all types of surfaces.

ELSEA LA PULIZIA DELLE SUPERFICI TESSILI

ESTRO 125 è la linea degli estrattori (tappeti, poltrone, pavimenti, ecc.), versione a un motore con l'innovativo carrello/serbatoio 8 litri, con fusto da 36 litri in polipropilene o inox. L'utilizzo è sempre associato alla contemporanea erogazione e aspirazione di detergente (acqua o miscela di acqua e detergente idoneo).

THE CLEANING OF TEXTILE SURFACES

ESTRO 125 is the line of extractors (carpets, armchairs, floors, etc.), version with an innovative eight liter cart / tank, with 36-liter polypropylene or stainless steel drum. Use is always associated with the simultaneous dispensing and suction of detergent (water or mixture of water and suitable detergent).

ELSEA LA FORZA DEL VAPORE

STEAM PLUS è un generatore di vapore ideale per la totale sanificazione e pulizia di tutti gli ambienti professionali sottoposti a normativa HACCP (industria alimentare e farmaceutica, strutture sanitarie, centri sportivi ed estetici, hotel e locali pubblici). Oltre che da una caldaia a ricarica continua da 3400 W, la macchina è dotata di un potente aspirapolvere/liquido da 1400 W, che consente l'uso di iniezione estrazione con acqua calda/fredda, con o senza detergente, entrambi regolabili, per la pulizia in genere, detergenza di moquette e tappezzerie. L'ampia gamma di accessori in dotazione, rende ELSEA STEAM PLUS un affidabile alleato per la pulizia di tutti i tipi di superficie.

THE STRENGTH OF STEAM

STEAM PLUS is a steam generator ideal for total sanitation and cleaning of all professional environments subject to HACCP (food and pharmaceutical industry, healthcare facilities, sports and beauty centers, hotels and public places). In addition to a 3400 W continuous recharging boiler, the machine is equipped with a powerful 1400 W vacuum cleaner that allows the use of hot / cold water extraction with or without detergent, both adjustable, for cleaning in general, cleaning of carpets and upholsteries. The wide range of accessories provided makes ELSEA STEAM PLUS a reliable ally for cleaning all surface types.

NEMO PULIZIA A SECCO DELLA MOQUETTE

DRY&WET CLEANER PRO 35 e **PRO 45** sono lavamoquette a secco. Adatte a tutti i tipi di moquette, sono idonee alla pulizia a secco con microspugne. Per le moquette svolgono la funzione di battitappeto, incapsulano lo sporco e rinnovano il pelo della superficie tessile. La pulizia a secco della moquette con microspugne è ideale per la pulizia mirata di piccole zone. Le microspugne lavorano come una spugna soffice e naturale, che scioglie e assorbe lo sporco. Lo sporco della moquette viene così intrappolato nelle microspugne, lasciando la moquette ravvivata e risolledata. Gli ingredienti sono biodegradabili e costituiti al 98% da materiale organico e naturale. Non è necessario alcuna attesa per l'asciugatura, la moquette - pulita, igienizzata e profumata - può essere utilizzata immediatamente.

DRY CARPET CLEANING

DRY & WET CLEANER PRO 35 and PRO 45 are dry cleaners. Suitable for all types of carpets, they are suitable for dry cleaning with microsponges. For carpets perform carpet function, encapsulate dirt and renew the hair on the textile surface. Dry carpet cleaning with microsponges is ideal for targeted cleaning of small areas. Microsponges work like a soft and natural sponge, which melts and absorbs dirt. Carpet dirt is thus trapped in the microsponges, leaving the carpet revitalized and lifted. The ingredients are biodegradable and 98% organic and natural. There is no need for drying, the carpet - clean, hygienic and fragrant - can be used immediately.



www.elseaonline.com



www.nemoitalia.com



www.elseaonline.com



www.cctechnology.it

CCTECHNOLOGY

ALTA TECNOLOGIA, GRANDI PRESTAZIONI

BILLY è un generatore di vapore industriale idoneo a essere utilizzato per la pulizia e sanificazione dell'industria alimentare (ristorazione, macellerie, gelaterie, pasticcerie, negozi di alimentari), per le strutture alberghiere e della ristorazione in generale, gli ambienti sanitari (ospedali, case di cura, sale d'attesa, servizi igienici, stanze dei pazienti, sale operatorie o attrezzature mediche) e per la pulizia e sterilizzazione dei mezzi di trasporto (interno di treni, aerei e attrezzature varie). Caratteristiche tecniche: le diverse serie (2-3-3-6-9) hanno una potenza che va da 1700 a 9000 W, con una produzione di vapore da 2.13 a 11,25 kg/h, l'energia prodotta va da 6120 a 32400 kJ, la pressione massima da 6.5 a 7.5 bar, la temperatura massima (in caldaia) da 165 a 175°C.

HIGH TECHNOLOGY, TOP PERFORMANCE

BILLY is a industrial compact steam cleaner designed to clean and sanitize food facilities (bakeries, pubs and lounges, grocery stores, butcher shops, delis), hospitality (hotel, restaurant, fast food), healthcare (hospitals, nursing homes, waiting rooms, restrooms, patient rooms, operating rooms or durable medical equipment), means of transport (interiors of trains, planes and related fittings). Technical features: the different series (2-3-3-6-9) have a power that goes from 1700 to 9000 W, steam supply from 2.13 to 11,25 kg/h, energy produced from 6120 to 32400 kJ, maximum pressure from 6.5 to 7.5 bar, max temperature (boiler) from 165 to 175°C.

MAZZONI

UNA IDROPULITRICE EFFICIENTE

L'azienda emiliana presenta la nuova idropulitrice a vapore **ST4000**. Vi sono diverse applicazioni per questa macchina, che si può utilizzare per la sterilizzazione a vapore (senza acqua) o anche con acqua e vapore per pulire diversi tipi di pavimenti e materiali. È utile per rimuovere lo sporco usando meno acqua, ad esempio nella lavorazione di metalli preziosi, nel settore alimentare, pulizia in industrie alimentari, cucine industriali, autolavaggio per pulire l'interno di autoveicoli. Nelle aree pubbliche può essere utilizzata per la manutenzione di giardini, monumenti la pulizia o per eliminare le chewing-gum, graffiti e adesivi. La macchina ha la predisposizione per essere utilizzata da due operatori contemporaneamente, con due lance differenti: la lancia meccanica è più piccola e maneggevole e quella più grande con pennello intercambiabile e la predisposizione per il pre-trattamento con detergenti per la pulizia di grandi spazi con vapore e detergente.

A EFFICIENT HIGH PRESSURE WASHER

The Emilian company introduces the new ST4000 steam generator. There are several applications for this machine, which can be used for steam sterilization (without water) or even with water and steam to clean different types of flooring and materials. It is useful to remove dirt using less water, eg in precious metal processing, in the food industry, cleaning in food industries, industrial kitchens, car wash to clean the inside of cars. In public areas can be used for garden maintenance, monuments cleaning or to eliminate chewing-gum, graffiti and stickers. The machine is predisposed for use by two operators at the same time, with two different lances: the mechanical launcher is smaller and handy and the larger one with interchangeable brush and pre-treatment for cleaning with large cleaners Steam and detergent.



www.e-mazzoni.it



www.lavorhyper.com

LAVORWASH

IL FUTURO DEL PULITO

GV ETNA 4000 FOAM è un generatore di vapore con aspirazione e dispositivo per schiuma: questa combinazione di funzioni lo rende adatto per applicazioni in vari settori come food & beverage, accoglienza, comunità e assistenza sanitaria e industria e nei concessionari auto, autolavaggi, officine, carrozzerie e ogni altro luogo in cui sia già disponibile una fonte di aria compressa per utilizzo del sistema di pulizia con schiuma. ETNA FOAM ha un pannello di comandi semplice e intuitivo, aggancio rapido pistola vapore, regolatore portata vapore, spia luminosa di indicazione del vapore pronto, spia luminosa di indicazione della mancanza di acqua con segnalatore acustico, manometro vapore, manometro aria. La pistola ha il controllo integrato dell'accensione, della regolazione della potenza di aspirazione e del tasto attivazione funzione vapore/funzione schiuma. Ha autonomia illimitata del vapore grazie all'alimentazione e al controllo elettronico della caldaia che permette il rabbocco dell'acqua nel serbatoio senza dover fermare la macchina e interrompere il lavoro; ha funzione soffiante con uscita aria calda per rapida asciugatura delle superfici; tubo di scarico per svuotamento rapido del serbatoio acqua sporca, motore di aspirazione tangenziale bi-stadio. È dotato di 3 pompe: caldaia, detergente, acqua. La sicurezza è garantita grazie ai 2 termostati di sicurezza, 1 pressostato e 1 valvola meccanica di massima pressione. ETNA FOAM è una macchina multifunzione che rende possibile la pulizia con detergente, vapore, vapore con detergente, schiuma e acqua calda.

THE FUTURE OF CLEANLINESS

GV ETNA 4000 FOAM is a steam generator with suction and foam device: this combination of functions makes it suitable for applications in various industries such as food & beverage, hospitality, community and health care and industry and car dealers, car wash, Car bodies and any other place where a compressed air source is already available for use with the foam cleaning system. ETNA FOAM has a simple and intuitive control panel, quick gun steam coupling, steam flow regulator, ready steam indicator light, water shade warning light with acoustic signal, steam pressure gauge, air pressure gauge. The gun has integrated ignition control, suction power regulation and steam activation key function / foam function. It has unlimited steam autonomy thanks to the power supply and electronic control of the boiler that allows the water to be refilled into the tank without having to stop the machine and stop work; It has a blower function with hot air outlet for rapid drying of surfaces; Drainage pipe for rapid emptying of dirty water tank, bi-stage tangential suction motor. It is equipped with 3 pumps: boiler, detergent, water. Safety is guaranteed to the 2 safety thermostats, 1 pressure switch and 1 mechanical pressure valve. ETNA FOAM is a multifunctional machine that makes it possible to clean with detergent, steam, steam with detergent, foam and hot water.



www.cleaningcommunity.net

