

afidampCom

Associazione Italiana Distributori Macchine, Prodotti, Attrezzi per la Pulizia Professionale e l'Igiene Ambientale

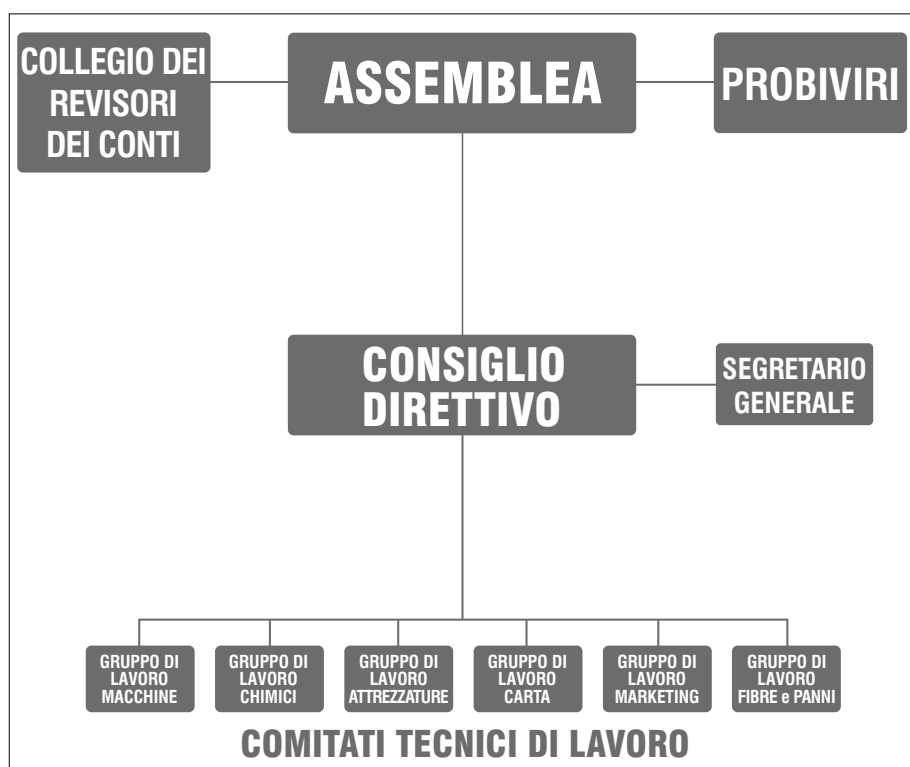
AfidampCOM è

l'Associazione Distributori Italiani Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale e l'Igiene degli ambienti e rappresenta al livello nazionale distributori, concessionari e rivenditori di beni per PULIZIA PROFESSIONALE.

“Nata nel 1981 come piccola unione di volenterosi personaggi che hanno creduto nella necessità di dare un ruolo e un'immagine forte al difficile e poco visibile mondo delle pulizie industriali” (XXV afidamp – ndr) oggi è riconosciuta a livello istituzionale, culturale e tecnico come **elemento di garanzia** all'interno dell'intera filiera della Pulizia Professionale.

AfidampCOM è infatti il **principale interlocutore** nei confronti della Pubblica Amministrazione, delle Istituzioni e anche del singolo consumatore su tutti i temi della **pulizia intesa come qualità della vita e requisito essenziale per il vivere sano.**

Organigramma

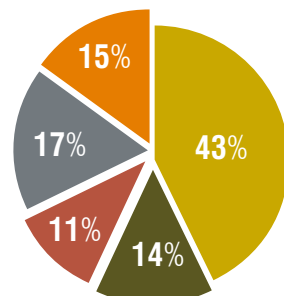


I NUMERI

Oltre 40 le aziende distributrici di macchine, prodotti chimici, attrezzature per la pulizia professionale associate AfidampCOM.
850 milioni di Euro il valore del fatturato Italia.

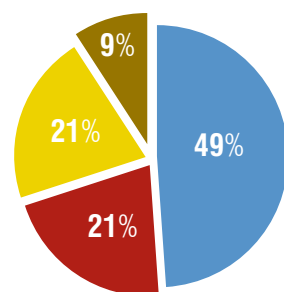
Composizione del settore (distributori):

- 43% aziende con fatturato fino a 0,5 mln di Euro
- 14% aziende con fatturato tra 0,5 e 1 mln di Euro
- 11% aziende con fatturato tra 1 e 1,5 mln di Euro
- 17% aziende con fatturato tra 1,5 e 2,5 mln di Euro
- 15% aziende con fatturato oltre i 2,5 mln di Euro



Composizione per numero di dipendenti

- 49% aziende con meno di 5 dipendenti
- 21% aziende con organico tra 5 e 10 dipendenti
- 21% aziende con organico tra 11 e 20 dipendenti
- 9% aziende con organico superiore a 20 dipendenti.



Distribuzione geografica

Al nord è localizzato il maggior numero di aziende (56% dei distributori italiani e il 71% degli associati), al centro il 22% (20% degli associati) e al sud - isole comprese - il restante 22% (9% degli associati). Le aziende operano per lo più su un territorio più ampio rispetto alla provincia di appartenenza, ma solo il 18% opera in tutta Italia.



MISSION

Una corretta pulizia e una corretta igiene derivano da una buona conoscenza del tema Pulizia. È dunque un problema di cultura. Per questo AfidampCOM si ripropone di diffondere un sapere che si acquisisce non solo nei metodi, nelle tecniche e negli strumenti, di cui gli associati sono fornitori, ma anche negli standard da perseguire se si vuole realizzare un ambiente che sia oggettivamente "pulito".

La Mission di AfidampCOM si può schematizzare con i punti seguenti:

- **Diffondere la cultura del pulito** attraverso congressi, seminari, corsi di formazione e contatti con le Pubbliche Amministrazioni
- **Qualificare** il servizio e l'assistenza al cliente
- **Essere** interlocutore presso le Istituzioni nell'elaborazione di gare d'appalto
- **Assistere** le associazioni di imprese di pulizia nella gestione di corsi di formazione pratici.
- **Promuovere** iniziative e azioni atte a garantire lo sviluppo della distribuzione italiana in campo nazionale ed estero
- **Realizzare** studi di settore
- **Individuare** le opportunità di ordine economico imprenditoriale, commerciale e distributivo connesse al settore



RAPPORTI ISTITUZIONALI

AfidampCOM collabora con l'associazione americana ISSA (International Sanitary Supply Association) con l'intento di supportare i propri associati nel confronto con le realtà distributive americane ed europee, per acquisire una professionalità, tecnica e imprenditoriale, sempre più all'altezza delle sfide che il mercato globale sta proponendo. Dall'esigenza di coniugare competitività e qualità del servizio nasce il progetto della CERTIFICAZIONE DEI SERVIZI DI PULIZIA. Si tratta di uno strumento che consentirà alle imprese di servizi di qualificare il servizio offerto in quanto **verranno raggiunti**, con una opportuna fase di formazione, determinati **standard qualitativi per le singole funzioni operative legate alla pulizia**. L'obiettivo è far sì che l'impresa possa rendere un servizio realmente misurabile da parte dei clienti.

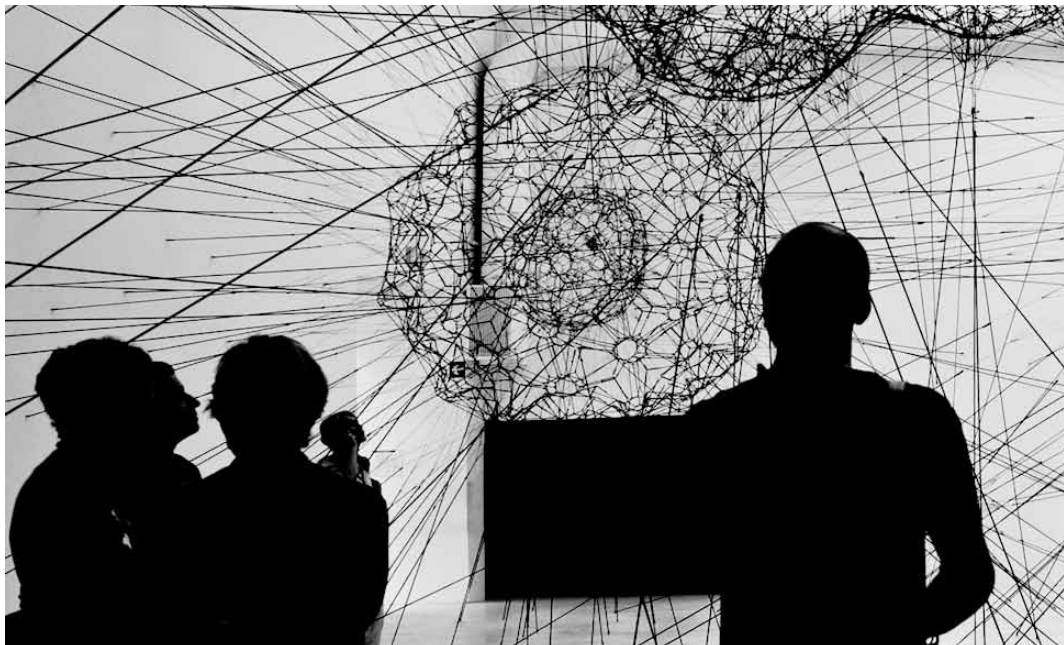
AfidampCOM partecipa a Gruppi di lavoro interassociativi (Comitati Tecnici) dove sono state avviate importanti iniziative in collaborazione con Associazioni istituzionali, professionali e di categoria. In particolare:

- Collaborazione con il Ministero dell'Ambiente per la REDAZIONE del documento sui CRITERI AMBIENTALI MINIMI per l'affidamento dei servizi di pulizia e per la fornitura di prodotti per l'igiene - C.A.M. Tale documento è parte integrante del Piano d'azione per la sostenibilità ambientale dei consumi della pubblica amministrazione.
- Come AfidampFED costituzione del C.P.P. - Comitato Permanente Settore Pulizie Professionali - cui aderiscono le più importanti associazioni di categoria delle imprese di Servizi/ Multiservizi, quali ANIP-FISE Confindustria, CNA/Servizi alla Comunità, Federlavoro e servizi/ Confcooperative, Fnip/Confcommercio, Legacoop Servizi.

Il C.P.P. è impegnato su temi essenziali quali:

- il supporto alle istituzioni per interventi normativi efficaci ed efficienti;
- il consolidamento del sistema italiano del cleaning nel panorama internazionale;
- la sicurezza e la salute sul lavoro;
- la formazione di professionalità adeguate.

Il mondo della produzione e il mondo dei servizi vogliono interagire per elevare la qualità dell'offerta e individuare le linee guida da proporre alla committenza e alle autorità competenti per eliminare le zone grigie dell'improvvisazione. Il C.P.P. rappresenta un mercato di oltre 22.000 imprese che occupa più di 500.000 addetti, per un giro d'affari di oltre 7 miliardi di Euro.



RAPPORTI ISTITUZIONALI

- Creazione del VADEMECUM DELLA PULIZIA PROFESSIONALE, condiviso dalle Associazioni delle Imprese di Servizi/Multiservizi. Si tratta di un'opera in tre volumi, che **racchiude tutte le conoscenze tecniche del settore e le metodologie più avanzate di pulizia**. Allo stato attuale sul piano informativo, tecnico e formativo rappresenta un unicum, sia in Italia che in Europa
- Collaborazione con ANMDO (Associazione Nazionale Medici delle Direzioni Ospedaliere) per la redazione di un documento che individui gli standard tecnici in sanità.
- Primo Capitolato tipo dei Servizi di Igiene Ambientale Integrata in Sanità, dove sono stati forniti gli indici di produttività, in collaborazione con ANMDO (Associazione Nazionale Medici delle Direzioni Ospedaliere), FIASO (Federazione Italiana Aziende Sanitarie e Ospedaliere), FARE (Federazione delle Associazioni Regionali Economi e Provveditori della Sanità), FISE (Federazione Imprese di Servizi)
- Indici di produttività per la determinazione dei prezzi a base di gara e per la valutazione dell'eventuale anomalia delle offerte. Questo lavoro è di particolare valore istituzionale, tanto che l'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture ha deliberato che le Pubbliche Amministrazioni, in mancanza a livello normativo di un parametro mq/h per lo svolgimento dei servizi di pulizia, nell'ottica di procedere ad acquisti al "giusto prezzo", facciano riferimento agli indici Afidamp
- Collaborazione con UNI, Ente Italiano di Unificazione, per la redazione di norme di settore.



SUPPORTI TECNICI ALLE IMPRESE

AfidampCOM ha realizzato insieme ad AfidampFED una collana di manuali tecnici per formare gli addetti alle vendite e gli operatori del settore sulle diverse attrezzature per la pulizia e il loro corretto impiego, stilando anche indici di produttività utili a simulare un piano di lavoro per determinare il rapporto tempi/costi e procedere ad un corretto piano di gestione del servizio. La collana si compone dei seguenti volumi:

- “IL NOLEGGIO nel cleaning professionale”. Una guida per conoscere questa forma di business sempre più utilizzata dal distributore, che si compone anche di contenuti pratici quale il contratto di noleggio.
- “L'USATO nel cleaning professionale”. Una guida con istruzioni di base per la pratica della vendita di macchine usate con approfondimenti sulla riparazione e manutenzione delle macchine usate.
- “LA LAVASCIUGA”. Prontuario completo e di facile consultazione, con istruzioni di base per formare gli operatori di vendita e gli utilizzatori al corretto impiego delle macchine lavasciugapavimenti
- “ALBERGHI. Manuale della pulizia professionale”. Uno strumento per la formazione del personale addetto alle pulizie e per l'organizzazione e la gestione del servizio di pulizia all'interno delle strutture ricettive.
- “SCUOLE. Manuale della pulizia professionale”. Uno strumento che formi il personale addetto alle pulizie all'interno delle strutture scolastiche, per compiere le operazioni di pulizia con le corrette metodologie e con gli strumenti opportuni.

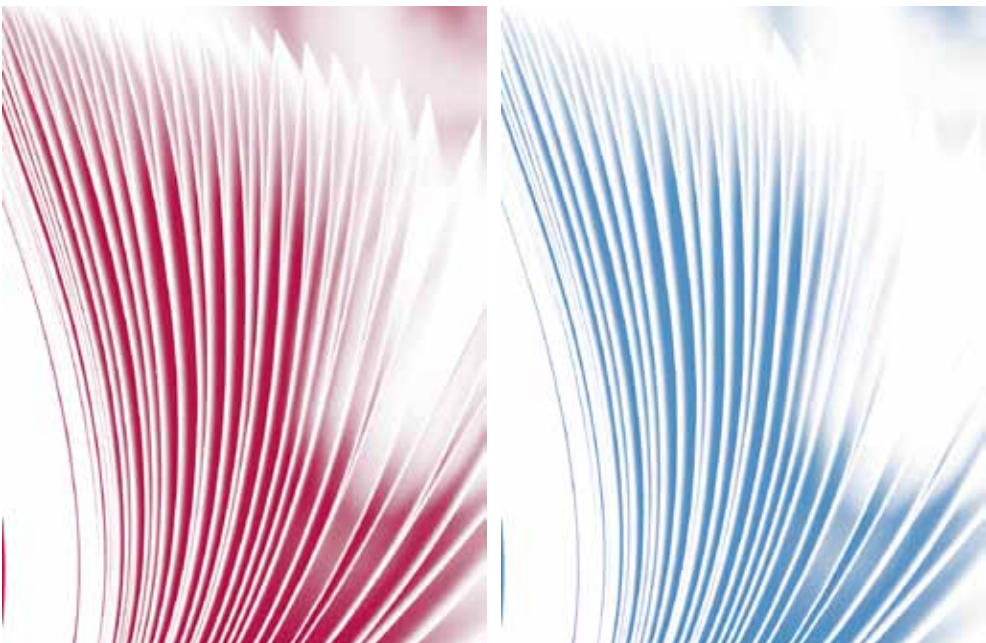


FORMAZIONE

AfidampCOM, insieme all'associazione dei fabbricanti, promuove diverse attività di formazione:

- Progetto di creazione di una nuova figura professionale del TECNICO DELL'IGIENE DEGLI AMBIENTI in collaborazione con l'ufficio Regionale Scolastico della Lombardia.
- Corsi base per addetti alle Pulizie che mirano a qualificare il settore e l'offerta.
- Corsi tecnici specifici per personale ATA in collaborazione con l'ufficio Scolastico provinciale di Brescia.
- Inserimento nel percorso formativo di due istituti tecnici di Torino in collaborazione con l'Unione Industriali per la definizione della figura professionale del Facility Manager.
- Realizzazione di un DVD divulgato alle scuole per illustrare ai collaboratori scolastici come pulire in modo più efficace in meno tempo.

Verso l'interno vengono realizzati workshop mirati di supporto agli associati con tematiche che vanno dalle tecniche di vendita, alla gestione d'azienda, alla sicurezza, al marketing.



PROGETTARE PER LA PULIZIA

Uno dei temi particolarmente sentiti da AfidampCOM è quello della Progettazione degli edifici. Infatti troppo spesso i progettisti non tengono conto nella fase progettuale dei problemi che si troverà poi ad affrontare chi utilizzerà la struttura. Materiali particolari, forme inusitate, estetiche sorprendenti sono alle volte ricercati per stupire e non per una reale esigenza.

Si riscontra quindi la **necessità di un dialogo costante con il progettista** che consenta di superare la “normale” mancanza di attenzione, per esempio, all’abbinamento di materiali, che spesso, per rispettare i canoni dell’estetica, non sono consoni agli ambienti e al tipo di sporco che dovranno subire e, di conseguenza, che dovrà essere eliminato. **In troppi ambienti le superfici non garantiscono la qualità della pulizia.** Pertanto non è sempre possibile garantire la manutenzione del livello estetico nel tempo.

Il tema è stato ampiamente dibattuto all’interno di un workshop organizzato presso il SIA Guest di Rimini dove è stato fatto un focus sugli alberghi. La pulizia, in quanto punto di eccellenza, dovrebbe essere inserita tra i criteri di classificazione degli hotel. Per conseguirla in maniera ottimale e a costi non penalizzanti, è indispensabile che operino in sinergia sia i committenti, sia i progettisti, sia le aziende fornitrici di materiali.

Altro luogo in cui si affronta il tema dell’edilizia in relazione ai problemi di pulizia è il Forum PULIRE all’interno del quale workshop mirati affrontano il tema nella sua complessità generale.

È in fase di realizzazione una pubblicazione che, coinvolgendo le associazioni nazionali degli architetti, individui il problema e ne dia le soluzioni mettendo il progettista in grado di progettare con consapevolezza.



CONVEGNI E STUDI DI SETTORE

Convegni

AfidampCOM in linea con uno dei suoi principali obiettivi si occupa anche di organizzare ricerche e studi, tavole rotonde e convegni sui temi economici, normativi, tecnici e sociali di interesse generale per il settore. Si è occupata in particolare di identificazione di standard di qualità del servizio, di tecniche di vendita e azioni di marketing.

Di particolare rilievo le Tavole Rotonde, "Certificare il servizio di pulizia - più utile per le imprese", "Vendere di più e con migliori margini: ne siete capaci?", "Social Media: una moda o un efficace strumento di promozione del business?", "L'uso delle nanotecnologie nella pulizia professionale - La scienza incontra il pulito".

AfidampCOM promuove insieme a AfidampFAB **'Forum PULIRE. Pulizia come Valore Assoluto'**. È il primo congresso nazionale dell'intero sistema dei servizi integrati, realizzato in collaborazione con tutte le Associazioni di filiera, con l'obiettivo di sensibilizzare le istituzioni e la società civile sul tema della pulizia professionale e di coinvolgere i committenti nell'analisi delle opportunità e delle criticità del mercato. L'appuntamento ha carattere biennale e si configura come il momento del confronto e della riflessione, alternandosi alla fiera PULIRE, luogo del business per eccellenza.

Studi di Settore

AfidampCOM promuove indagini sul panorama della distribuzione in Italia per mappare la tipologia dei dealer e le tendenze del mercato, cercando di individuare nuove opportunità di crescita. È inoltre in fase di implementazione **l'osservatorio del mercato della distribuzione** in Italia con l'obiettivo di fornire un risultato reale e fedele della produttività del mondo della distribuzione.



STORIA

1981: a Milano nasce Afidamp, Associazione Fabbricanti Italiani Distributori Attrezzature Macchine Prodotti per la Pulizia. “

Cultura e mercato, da creare e da sviluppare: queste le sfide entusiasmanti dell'Associazione, che, nata parallelamente al farsi dell'industria italiana del settore articolata nei tre macrorami di macchine, attrezzature, prodotti chimici di quel farsi e del suo divenire è stata, contemporaneamente, fattore e fatto, attrice e atto, interpretandone, anticipandone, guidandone modalità e qualità del suo evolvere, in Italia e nel mondo.

Dopo un periodo di “apprendistato”, durante il quale ha guardato con interesse ai grandi nomi tedeschi e americani, l'industria italiana di macchine e attrezzature ha messo a punto una produzione che si va caratterizzando per qualità, estetica, flessibilità.

Sono anni di grande fermento. Afidamp cresce nei numeri: dai dodici fondatori si arriva a oltre cento associati. PULIRE (fiera di proprietà dell'associazione creata nel 1982, primo e unico evento del settore) di anno in anno, vede aumentare sia il numero degli espositori che quello dei visitatori.

In questi anni, Afidamp ha gettato le basi di quella che sarà la sua funzione in futuro. Ma, come in tutte le fasi di un'evoluzione impetuosa, arriva il momento in cui si è posti di fronte a una scelta fondamentale.

La crescita impetuosa dell'Associazione crea la necessità di imprimerle un piglio manageriale, in linea con l'evoluzione imprenditoriale che caratterizza le aziende italiane.

Dal 1993 Afidamp, quindi, si organizza e si dota di un piano operativo articolato in 19 punti programmatici, che vanno dalla riorganizzazione della Segreteria allo sviluppo della comunicazione con gli associati e con la stampa, dalla realizzazione di un house organ al consolidamento dei rapporti internazionali, dalla collaborazione con le istituzioni e le università alla internazionalizzazione delle aziende e di PULIRE.

Per affrontare in maniera appropriata e produttiva il nuovo impegno, viene costituita, nel 1999, Afidamp Servizi, una società che prende il controllo e la gestione della fiera e si pone come interlocutore attivo nei confronti di tutte le altre fiere concorrenti nel mondo. PULIRE diventa stanziale e biennale.



Afidamp continua a guardare anche agli aspetti culturali della sua mission, per cui **PULIRE diventa un'occasione di incontri tra tutti gli attori del settore**, cui vengono dedicati convegni, seminari, workshop, che vedono progressivamente coinvolte tutte le componenti della fiera: dalle imprese agli utenti finali alle istituzioni.

Negli ultimi anni '90 le componenti storiche dell'Associazione, Fabbricanti e Distributori, pur accomunati dall'obiettivo di ampliare la cultura e la domanda di pulito, vedono a poco a poco affiorare esigenze diverse, per cui si fa strada la necessità di percorrere strade autonome, per sviluppare anche le proprie specificità.

Nel 2001, Fabbricanti e Distributori avviano il processo di rispettiva emancipazione, che si concretizzerà, nel 2003, con la creazione di due Associazioni distinte, AfidampFAB e AfidampCOM.

AfidampCOM inizia a muovere autonomamente i primi passi, guidata da presidenti che cercano di promuovere l'associazione in tutta Italia riuscendo a raggiungere un considerevole numero di associati.

Afidamp si divide, ma si ricompatta, con la creazione di AfidampFED, cui danno vita AfidampFAB e AfidampCOM, e a cui si aggiungeranno negli anni, gli Agenti (anche se per una fugace apparizione), e, soprattutto, le organizzazioni delle imprese di servizi, che creeranno il CPP, il Comitato Permanente Pulizie Professionali.

Le iniziative si moltiplicano e abbracciano diversi ambiti: dalla formazione tesa a qualificare il servizio e l'assistenza al cliente, all'organizzazione di congressi e seminari per favorire la diffusione della cultura del pulito, alla realizzazione di studi di settore, alla promozione di iniziative atte ad allargare gli orizzonti della distribuzione italiana all'estero.

Infatti, affermando la propria identità di solution provider e consapevole della necessità di aprirsi al mondo, AfidampCOM ha stabilito stretti rapporti di collaborazione con ISSA, nel cui board europeo siede un componente del direttivo italiano, e ha avviato una serie di pubblicazioni che esplorano nuove possibilità di mercato.

Un attivismo generale che ha consentito all'Associazione, nel suo complesso, di supportare le aziende anche nel difficilissimo periodo della crisi generale: le aziende italiane di distribuzione, hanno retto, con sofferenza ma con determinazione, allo tsunami dei mercati. E oggi hanno l'opportunità, anche grazie alle iniziative targate Afidamp, di utilizzare più strumenti in fase di ripartenza.



EVOLUZIONE DELLA FIGURA DEL DISTRIBUTORE NEL MERCATO DELLA PULIZIA PROFESSIONALE*

Quando il mercato del cleaning professionale cominciò a prendere piede in Italia c'era una confusione di funzioni e non si poteva parlare di ruoli ben definiti. L'importatore, il commerciante, il distributore, chi si occupava di servizi non erano figure ben distinte: la domanda era abbondante, i margini erano molto interessanti, tutti facevano tutto.

Dal 2000 in poi si è generalizzata una tendenza a concentrare le diverse attività sotto un'unica regia competente: si è reso necessario creare economie di scala, fornire più velocemente prodotti, servizi e maggiori conoscenze.

Quelli che prima erano semplicemente venditori o tecnici, sono diventati imprenditori della distribuzione, della logistica e dei servizi: un passaggio non indolore, perché le organizzazioni con una struttura piccola o non specializzata hanno avvertito profondamente la fatica di diventare "imprese" e di dovere competere sul mercato. Un mercato che nell'ultimo decennio si è trovato a far fronte a mutamenti notevoli, di domanda, di offerta e di contesto in cui operare.

Diversi i fattori che hanno contribuito a far emergere il cambiamento:

- una più alta richiesta di igiene, dovuta in parte all'introduzione di normative specifiche quali l'HACCP o la tutela della sicurezza,
- una maggiore consapevolezza della necessità del pulito,
- l'entrata sul mercato italiano di player internazionali dotati di grande organizzazione logistica,
- l'evoluzione dei mezzi di comunicazione nel mondo globalizzato,
- una maggior richiesta di servizi qualificati.

Il distributore si è quindi trovato a valorizzare il suo status specifico, in un contesto caratterizzato dalla presenza di piccoli produttori con una distribuzione self-made, di imprese di logistica e aziende di servizi. In uno scenario simile, la sempre crescente richiesta di servizi qualificati e di assistenza pre e post vendita, ha portato a definire il ruolo **del dealer come soggetto in grado di rispondere in modo rapido e preciso alle esigenze dei clienti**, con una rete distributiva organizzata a livello sempre più alto, fino ad arrivare al territorio nazionale, con personale qualificato capace di fornire l'assistenza adeguata.

Oggi la tendenza è quella di fare gruppo, per presentarsi su un mercato reso sempre più difficile dalla situazione politico-economica internazionale con la forza di strutture organizzate e competitive.

*Testo estrapolato dall'articolo di Franco Cesaro "Distributori. La figura del Dealer nel corso degli anni" pubblicato sul supplemento al n. 9/2011 di "Dimensione Pulito".



