

Pulizia Industriale e sanificazione

N° 7
SETTEMBRE 2015

INCHIESTA

Noleggio nel mondo del cleaning: perché in Italia è ancora così poco conosciuto ed utilizzato?

a pag. 14

CERTIFICAZIONE

Manutenzione delle macchine: l'importanza delle condizioni di sicurezza per gli operatori

a pag. 22

FOCUS ON

Il mercato delle spazzatrici in cerca di "risposte": obiettivo puntato su industria pesante e GDO

a pag. 34



MARKETING

NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS INTEGRATO

IL NOLEGGIO NEL PROFESSIONAL CLEANING, UN'OPPORTUNITÀ ANCORA TUTTA DA SCOPRIRE

"IN ITALIA", SPIEGA MARCO PROSPERI, DIRETTORE DI ASSODIMI/ASSONOLO, "IL COMPARTO DEL NOLEGGIO È NATO POCHISSIMI ANNI FA. CHI CI HA CREDUTO E SI È ORGANIZZATO IN MANIERA PROFESSIONALE STA AVENDO ENORMI SODDISFAZIONI SIA NEL BREVE CHE NEL LUNGO TERMINE". ABBIAMO INTERVISTATO, OLTRE A PROSPERI, ANCHE ALCUNI IMPRENDITORI E MANAGER DEL NOSTRO SETTORE SU QUEST'ARGOMENTO: RIPORTIAMO, DI SEGUITO, LE LORO INTERESSANTI TESTIMONIANZE

di MAURIZIO PEDRINI

Il **noleggio**, "grande sconosciuto" in Italia. Osservando i dati resi noti da **Assodimi - Assonolo** (Associazione Distributori Noleggiatori Centri Assistenza e Formazione di macchine e attrezzature strumentali), verrebbe da fare questa prima considerazione iniziando questa nostra inchiesta a più voci. Almeno paragonando la situazione italiana - in cui la "pratica" arriva solo allo 0,8% - con quella di altri Paesi UE come la Francia e la Germania (1,5%), la Gran Bretagna (1,6%) e la Svezia (6%) ed evidenziando la situazione degli USA, dove - addirittura - viene noleggiato un macchinario su due. Nel settore della pulizia professionale, il noleggio appare ancora agli albori con cifre davvero esigue anche se sta prendendo lentamente piede. Mettendo da parte l'assenza di una cultura del noleggio "pesano" enormemente le procedure del noleggio, immerse troppo spesso in pastoie burocratiche: pochi sanno quando e perché convenga noleggiare anziché acquistare una macchina, un'attrezzatura o un qualsiasi prodotto per il *professional cleaning*. In questo difficile contesto, la figura del distributore - preparato e competente anche in questa materia - dovrebbe porsi quale



Marco Prosperi

"bussola di orientamento" organizzando con professionalità questo servizio a favore dei suoi clienti. Sta di fatto che, per essere efficace e praticabile, il noleggio deve essere fatto in modo altamente professionale seguendo rigorose pratiche e modalità verso il cliente nel pieno rispetto delle procedure. Ma quale peso ha, oggi, il noleggio? Cosa insegnano le esperienze finora avvia-

te? Abbiamo realizzato una rapida carrellata di interviste con esperti del settore per fare il punto della situazione. *Marco Prosperi* è il primo ad essere chiamato in causa da noi, nella sua veste di direttore di Assodimi/Assonolo. Tracciamo innanzitutto l'identikit della sua Associazione: perché è nata e quali obiettivi si propone?

"Assodimi nasce nel 1992 dall'intuizione di Franco De Michelis, che ne è stato direttore per 20 anni: grazie alla collaborazione con importanti distributori italiani e con il DLR (Associazione francese del noleggio) egli ha introdotto il concetto di 'noleggio professionale' in Italia. Dal 2013 il nuovo direttore sono io: in questo lasso di tempo ho riorganizzato e aggiornato l'Associazione in collaborazione con il Comitato Direttivo. La nuova Assodimi-Assonolo 2.0 si propone come forte punto di aggregazione del comparto del noleggio professionale di beni strumentali di molti settori, fra cui il cleaning. Il continuo incontro e la continua discussione con gli associati porta a identificare le problematiche e le possibili soluzioni del comparto e a definire le strategie comuni. Oltre a fornire informazioni e strumenti al mondo del noleggio (con-

tratto tipo, modulistica, consulenza, metodi di calcolo, verifica cliente, ecc.) vengono portati avanti progetti specifici: fra tutti il *QualityRent*, che va ad identificare le aziende che vogliono professionalizzarsi nel noleggio e quindi fornire servizi e macchine di qualità".

Qual è la situazione del noleggio di beni strumentali in Italia rispetto al resto d'Europa e - in particolare - nel settore delle macchine, attrezzature e prodotti per la pulizia professionale? "Partiamo dal presupposto che l'indole del nostro Paese è sempre stato il possesso: quindi, il concetto di noleggio negli anni ha faticato ad entrare nella vita corrente. Al contrario dei Paesi nord europei (*in primis* Svezia e Inghilterra) dove il concetto di noleggio è molto avanzato e abbraccia svariati settori. Per misurare quanto il noleggio sia penetrato in un Paese vengono studiati due indici: il rapporto fra il fatturato del mondo delle costruzioni e il fatturato-noleggio o il confronto fra il fatturato del noleggio rapportato al PIL. In entrambi i casi si nota come Paesi quali la Svezia e l'Inghilterra hanno indici alti (anche se con volumi molto diversi), seguiti da Germania e Francia (Inghilterra, Germania e Francia da soli rappresentano il 50% del fatturato del noleggio europeo). La Spagna e l'Italia sono dopo la metà della classifica. Il forte periodo di crisi ha permesso lo sviluppo più approfondito del noleggio in Spagna rispetto all'Italia. Il settore della pulizia industriale segue con volumi molto più bassi queste caratteristiche poiché in Italia il comparto è nato pochissimi anni fa. Chi ci ha creduto e si è organizzato in maniera professionale sta avendo enormi soddisfazioni sia nel breve che nel lungo termine".

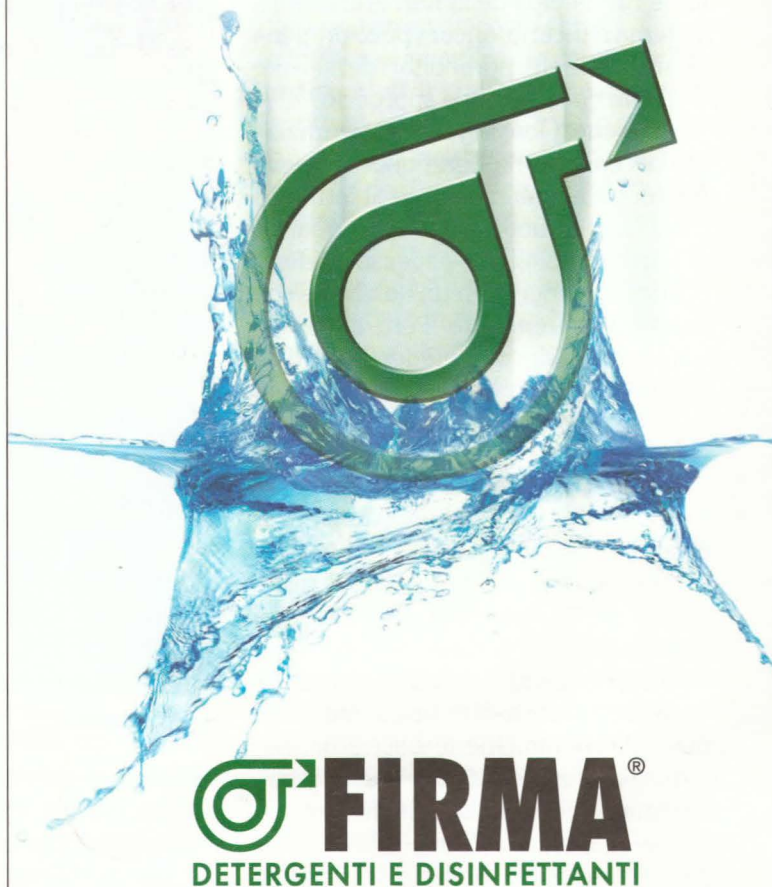
Perché da noi ci sono resistenze psicologiche e problemi di vario genere al riguardo? Manca ancora una cultura del noleggio?

"Il servizio noleggio è una tipologia di servizio nuova e per questo motivo deve essere fatta conoscere, e la mancanza di offerta in alcuni settori non aiuta. In particolare, nel cleaning non esistono ancora grandi nomi che si occupano di noleggio. Ma la crisi e i cambi generazionali stanno cambiando gli scenari. Solamente chi fornisce un set di servizi (fra cui risiede fortemente anche il noleggio professionale) non ha subito grandi variazioni in questi anni. Inoltre in Italia anche la burocrazia non aiuta: spesso con il termine 'noleggio' si prende in considerazione anche l'autonoleggio o il noleggio di veicoli di lusso (barche, ecc.) causando confusione nell'interpretazione delle norme".

Quali sono le principali problematiche che ne ostacolano ancora la diffusione?

"Basterebbe mettersi a tavolino a fare i classici conti della serva o farsi la semplice domanda: quanto utilizzerò questo bene? Per capire se merita il noleggio o l'acquisto (o le sue forme intermedie). Aziende di noleggio organizzate che sviluppano un servizio di consulenza al cliente possono rappresentare un forte incentivo allo sviluppo".

FIRMA IL FUTURO DEL PULITO



Da più di trentacinque anni studiamo con lungimiranza per assicurare le migliori soluzioni e le più dettagliate risposte per il settore di pulizia ed igiene. La passione profusa abbinata alla professionalità indiscussa, permettono di assicurare al cliente risposte di qualità, innovazione e sicurezza, tutte garantite dalle più importanti certificazioni del settore.

Efficienza, tecnologia ed automazione unite a persone competenti e motivate permettono di offrire il meglio in termini di prodotto, di rapporto performance / prezzo e di consulenza, assicurando la massima specializzazione in tutti i settori di intervento.



Ma è tutta colpa della burocrazia e del sistema bancario, ancora poco propensi ad aiutare gli imprenditori del settore anche in questo nuovo approccio?

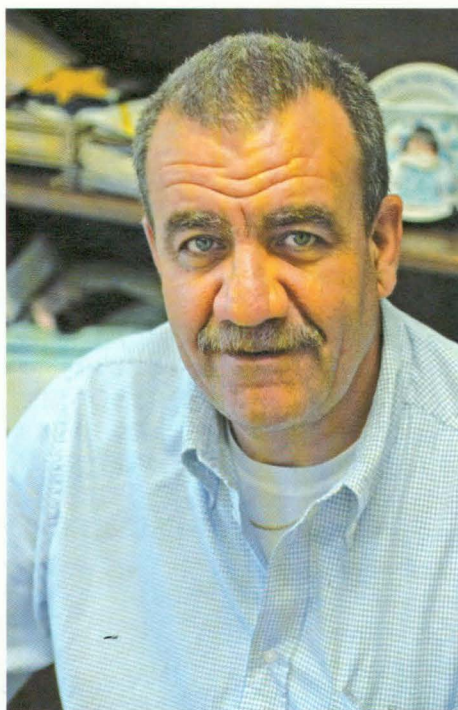
"Le banche, i leasing e le assicurazioni non conoscono bene questo nuovo approccio al mercato, oltre al fatto che uffici tipo la motorizzazione - quando si parla di noleggio - spesso preferiscono rispondere con un no invece che aiutare l'imprenditore. Però anche gli imprenditori devono crederci e se vogliono entrare in questo nuovo settore lo devono fare esclusivamente con professionalità".

Quali sono le proposte di Assodimi/Assonolo per cambiare questo stato di cose?

"L'Associazione - prima di tutto - spinge fortemente per l'incontro fra imprenditori del settore che, anche se forti concorrenti, devono diventare 'colleghi' almeno per alcuni momenti per definire insieme le *best practices* del settore e identificare quelle regole comuni per una sana concorrenza. Inoltre è necessario avere linee-guida professionali, definite e comuni: ad esempio, il nostro progetto *QualityRent* serve per innalzare la cultura del noleggio e farlo conoscere agli utilizzatori finali. L'Associazione, fra i vari progetti, vuole provare anche ad incentivare la conoscenza del noleggio mediante pubblicità e inserzioni su riviste. Inoltre, esistono progetti innovativi come il *Nolo Moby* che permetterà di rintracciare i noleggiatori da cellulare e che dovrebbe andare nell'ottica di accrescere questo mondo".

In particolare, quale ruolo dovrebbero svolgere i distributori di macchine e attrezzature per la pulizia professionale allo scopo di stimolare il settore?

"Non è facile per i distributori classici pensare al noleggio: il metodo di gestione è molto diverso e tutto ciò che si conosce per la vendita non può essere spostato al noleggio. Oltre al fatto che la gestione del processo di 'vendita' del noleggio ha un approccio diverso. Devono prima di tutto diventare consu-



Luca Mirandola

lenti dei propri clienti e capire quando sia necessario spingere un settore o l'altro; poi, organizzare le proprie aziende come più comparti: vendita, noleggio, service, ecc. che interagiscono fortemente fra loro ma seguono le loro regole (ad esempio, il pagamento nel noleggio non dovrebbe superare i 30 giorni o spesso viene attivato il RID). Al cliente si fornisce uno o più servizi dei comparti anche mixati fra loro. L'importante è organizzare bene i singoli settori. Per il noleggio, poi, dovranno essere predisposte la modulistica, le procedure, i listini e il loro utilizzo".

Ritiene comunque che, per i distributori, il noleggio rappresenti una reale opportunità per ampliare il mercato in un periodo di crisi economica? O permangono criticità e rischi?

"Aumentare il set di servizi in azienda è sempre un ottimo strumento per aiutare i clienti nel risolvere i loro problemi lavorativi e, comunque, per trovare nuove fasce di clientela. Il noleggio è uno di quei servizi innovativi che - se organizzati bene - non hanno grandi impatti nella vita aziendale e possono

rappresentare una valida alternativa per il cliente utilizzatore. In base a quale tipo di noleggio si vuole creare (breve termine, lungo termine, operativo, ecc.), i rischi variano ma comunque nel caso estremo in cui il progetto saltasse il fine risulterebbe quello di vendere il 'parco noleggio-lavoro' che i distributori sanno già fare. Il rischio, in questo periodo, è di essere fra i primi a presentare questo progetto ma se vediamo il rovescio della medaglia si tratta anche di una grossa opportunità: poter entrare in un mercato ancora poco maturo". Come vede lo sforzo compiuto da **AfidampCOM** in questa direzione?

"AfidampCOM con il suo manuale e le case history sta svolgendo un ottimo lavoro: l'importante è non lasciare solo chi vuole entrare in questo mercato mediante continui incontri, comunicazione e consulenza mirata. Una forte collaborazione che potrebbe fare con Assodimi/Assonolo sarebbe quella di far conoscere il noleggio e, quindi, innalzare la cultura sia per chi fornirà il servizio sia per chi lo userà".

In generale, come immagina il futuro di questa proposta in Italia?

"Il noleggio in tutti i Paesi sta crescendo per tutti i settori, non potrà che essere così anche in Italia. Sicuramente, ci metteremo più tempo e faremo più fatica a capirne le dinamiche ma una cosa che la crisi ci ha insegnato è che - solo fornendo servizi ad alto valore aggiunto - si può sconfiggerla. Il noleggio è proprio uno di quei servizi. Sapete, infatti, come è nato il noleggio in Europa? Dopo la guerra, il governo inglese iniziò a fornire le macchine per la ricostruzione mediante il noleggio innescando così una cultura che non passa solo dal possesso o dalla gratuità (che spesso non viene valorizzata) ma dal dare importanza al solo utilizzo magari di un oggetto di qualità che non potrei permettermi. Faccio anche notare che il noleggio è un mercato 'sostenibile': quest'anno l'Associazione europea del noleggio ha dedicato il proprio Congresso annuale alla sostenibilità del

noleggio come opportunità di mercato. Il connubio cleaning-ambiente-sostenibilità può passare, quindi, anche dal noleggio".

Luca Mirandola, contitolare dell'azienda veronese Pulimac e componente del Consiglio Direttivo di AfidampCOM, alla fiera Pulire 2.1 ha moderato il Seminario dedicato al noleggio.

"Abbiamo affrontato", spiega, "sotto vari aspetti l'argomento del noleggio nel mondo del cleaning professionale. Tra i relatori erano presenti Marco Prosperi, direttore di Assonolo, e Patrizio Lazzari di BCC Lease per quanto riguarda gli aspetti finanziari del noleggio. Era presente anche Gianni Tartari, un collega che è titolare di Sil Advanced di Fidenza (PR) che, provenendo dal mondo dei carrelli, da tempo noleggia. Si è parlato di come approcciare il noleggio operativo in un settore come il nostro che ha cominciato da poco ad affrontare questa pratica".

Quali problemi hanno ostacolato, finora, il diffondersi della pratica del noleggio nel settore della pulizia professionale?

"Il primo problema per chi noleggia nel nostro mondo è costituito dal fatto che non abbiamo un dato oggettivo su cui fare riferimento per calcolare il canone. Mi spiego meglio: nel mondo dei carrelli elevatori esiste un riferimento che è l'ora di lavoro; nell'automotive il riferimento è il chilometro percorso. Su questi dati si ragiona per applicare una tariffa. Nel mondo del cleaning è difficile avere parametri precisi. Lei capisce meglio di me che una lavasciuga o una motoscopa che lavorano in una fonderia hanno usure completamente diverse da macchine che lavorano, ad esempio, in una casa di riposo o in un centro commerciale. Come seconda cosa devo dire che c'è ancora poca attenzione da parte dei produttori di macchine e, quindi, veniamo lasciati un po' allo sbaraglio. In buona sostanza, tanti di noi 'si improvvisano' noleggiatori ma corrono il rischio di farsi davvero del male".

Quali clienti, alla luce della sua esperienza, dimostrano di apprezzare mag-



Gianni Tartari

giormente il noleggio delle macchine per la pulizia professionale?

"Non esiste, a mio avviso, una particolare tipologia di clientela che apprezza maggiormente il noleggio. Prendere una macchina a noleggio è una scelta fondamentalmente legata ad avere costi certi e macchine sempre in ordine e operative. Ed è per questo che un rivenditore non può improvvisare: bisogna essere in grado di dare un servizio di manutenzione e di macchine sostitutive sempre all'altezza".

Possiamo legittimamente affermare che il noleggio, in prospettiva, rappresenterà sempre di più una valida opportunità di business? E a quali condizioni?

"Sono convinto, e lo vedo ogni giorno nella mia azienda, che il noleggio prenderà sempre più piede. Il concetto di 'possesso' di un bene ma non della sua 'proprietà', aggiunto al fatto della certezza di poterne usufruire senza problemi a costi certi, ne farà una grande opportunità. Le condizioni perché ciò avvenga sono, come dicevo prima, che i rivenditori non si improvvisino noleggiatori e che il cliente capisca che noleggiare non vuol dire 'pagare un bene a rate' (il bene di per sé non può essere

riscattato), ma averne l'utilizzo e il relativo servizio ad un costo certo".

Come si è organizzata, in concreto, Pulimac per offrire un buon noleggio garantito ai propri clienti? "Ci siamo organizzati principalmente investendo sul servizio di assistenza, con mezzi e tecnici dedicati, con manutenzioni programmate (che prevengono molti degli eventuali guasti) e con un parco macchine da dare in sostituzione in caso di 'fermo macchina'".

Perché il noleggio non prende piede in Italia?

"I motivi sono più di uno a mio avviso. Oltre alle cose sopra citate, sicuramente il problema principale è legato al fatto che ci dobbiamo 'finanziare' l'acquisto del bene che andremo a noleggiare. Pochi hanno la forza economica di farlo da soli. Gli Istituti di credito, anche se si comincia a sentire aria di cambiamento, negli ultimi anni non hanno elargito liquidità alle aziende e i produttori (a parte qualcuno molto lungimirante) ancora non si sono organizzati".

I distributori italiani si stanno attrezzando per offrire un noleggio all'altezza delle aspettative? "Siamo praticamente all'inizio di questo percorso. Qualsiasi cosa venga fatta in questo momento è comunque importante per creare curiosità e dare informazioni al mercato. Come sostengo ormai da tempo, è finito il tempo dei 'tuttologi': anche il mondo dei dealers deve crescere e adattarsi ad un mondo che è cambiato radicalmente. Un simpatico collega, ormai in pensione, amava raccontare che vent'anni fa nel nostro settore bastava sputare in terra e si raccoglievano soldi! Ora non è più così. Sopravvive chi ha il coraggio di rinnovarsi e di essere sempre più professionale nell'affrontare il cliente. La curiosità, la ricerca di nuovi stimoli e di nuovi spunti è fondamentale. Quando una persona o un imprenditore ha queste caratteristiche, le informazioni di cui necessita le trova di sicuro".

AfidampCOM sta lavorando parecchio per sviluppare il noleggio nel settore: con quali risultati?



Un'immagine del Seminario svoltosi a Verona

"AfidampCOM, mettendo insieme le competenze e l'esperienza di alcuni rivenditori, ha prodotto tre anni fa un Manuale del Noleggio che oggi è davvero molto apprezzato anche da chi affronta altri mercati. Esso non ha la pretesa di essere esaustivo per chi di mestiere fa il noleggiatore ma è sicuramente un'ottima base per partire e per approcciare in modo professionale il mercato del noleggio nel cleaning. Mi permetta, visto che siamo in argomento Afidamp, di dire un'ultima cosa e di farlo a proposito della nostra Associazione. Ne faccio parte da anni, ma mai come in questi ultimi periodi mi rendo conto di quanto stiamo lavorando per il bene del nostro settore (e il Manuale del Noleggio ne è solo un piccolo esempio). Avrei davvero piacere che qualcuno si incuriosisse e venisse a 'sbirciare' in qualche nostro incontro. Abbiamo bisogno di nuove idee e di nuove competenze. Il mondo 'fuori' (inteso come le Istituzioni) ci riconosce il ruolo di esperti e ci interpella per tante cose. Il mondo 'dentro' (inteso come i nostri colleghi rivenditori) o ci

conosce a malapena o non ci conosce proprio. E questo perché, a mio avviso, non è sufficientemente curioso".

Guardando avanti, quali prospettive prevede?

"Vedo il noleggio come una grande opportunità di immettere nel mercato macchine che altrimenti non verrebbero né prodotte né tantomeno vendute. Vietato però farlo senza averne le opportune competenze".

Gianni Tartari è Technical Sales Manager di Sil Advanced di Fidenza (Parma), che si occupa di vendita e assistenza macchine per la pulizia. Anche lui, a Pulire 2.1, ha partecipato all'interessante Seminario promosso da AfidampCOM dedicato al noleggio: quali sono stati gli argomenti al centro della riflessione e cosa è emerso da quest'incontro?

"Il Seminario dedicato al noleggio aveva l'obiettivo di fornire informazioni chiare sulla pratica del noleggio: le molteplici e diverse tipologie esistenti, a breve o a lungo termine per esempio, e i diversi metodi d'approccio influenzati sia dalle esigenze dei clienti sia dagli

aspetti prettamente finanziari. Ritengo siano emersi nel corso dell'incontro due importanti e distinti concetti. Il primo: il noleggio è un metodo per soddisfare un'esigenza, in cui diversi 'desideri' richiedono diverse tipologie di noleggio che sono molto differenti fra loro. Se si vuole sfruttare e proporre al meglio questo strumento, si deve saper 'condurre bene' l'argomento in tutte le sue varianti e sfaccettature. Risulta riduttivo, improduttivo e di scarso successo utilizzare una sola ricetta per ogni esigenza e, soprattutto pericoloso, se praticato con il metodo 'fai da te'. Secondo aspetto: si percepisce una certa immaturità generalizzata del mercato, sia da parte degli operatori professionali sia da parte dei clienti utilizzatori: entrambi paiono sovente più confusi che persuasi".

Lei a Verona ha raccontato la sua interessante esperienza di una persona che proviene dal mondo dei carrelli. Ce la può sintetizzare?

"La nostra azienda, oltre alla Divisione cleaning ha anche una Divisione industriale che si occupa, fra l'altro, di accumulatori industriali per trazione - dotazione indispensabile per tutte le macchine per movimentazione interna delle merci, dalle lavapavimenti alle spazzatrici. Questo ramo d'azienda ci ha quindi permesso di monitorare molto da vicino ciò che avveniva nel mondo dei carrelli e, negli anni, abbiamo assistito e compreso gli errori che molti - se non tutti - gli operatori di settore hanno commesso nell'esercizio del noleggio a lungo termine".

Proviamo a compiere un rapido excursus storico su quel che è accaduto in Italia e in Europa: le affinità con il mondo del cleaning sono molteplici e quindi si possono trarre interessanti spunti di riflessione...

"Questo sistema di fornitura nasce in Inghilterra e si sviluppa poi velocemente nei Paesi scandinavi, Svezia in testa, arrivando infine in Italia grazie alla svedese BT Industries AB (specializzata in macchine per la movimentazione in-

terna dedicata al magazzino). BT, non avendo in gamma carrelli elevatori controbilanciati, nel 1995 crea con Cesab (azienda bolognese che costruisce carrelli frontali controbilanciati) una joint-venture a nome BTCEASAB, per il commercio congiunto dei prodotti in tutta Europa.

BT nel 2000 acquisterà anche un pacchetto importante di azioni Cesab e, dopo pochi mesi, tutto il Gruppo verrà acquistato da Toyota. Inizia quindi in quegli anni la diffusione del noleggio operativo in Italia: da subito, però, il modello originale viene reinterpretato all'italiana e queste modifiche sostanziali produrranno le difficoltà del mercato degli anni successivi. Il noleggio operativo originale prevede una durata media di cinque/sette anni, equivalente alla vita attesa del macchinario tenen-

do conto degli aggiornamenti tecnologici e normativi. Durante questo periodo il cliente sostiene un canone mensile che comprende il costo del macchinario, gli oneri finanziari per l'immobilizzo del capitale, i costi di gestione ordinari e i costi di gestione straordinari. Il cliente utilizzatore si trova nella condizione di avere un costo mensile certo, senza nessun ulteriore esborso imprevisto. Allo scadere del contratto il macchinario è completamente pagato ed ammortizzato, l'assistenza è stata correttamente remunerata, il capitale si è rivalutato nel tempo e si può procedere alla rottamazione e all'immissione nel mercato di un macchinario nuovo. Quando noi italiani iniziamo questa pratica, da subito attuiamo una distorsione dei parametri originali conferendo al macchinario giunto al termine del

noleggio un alto valore residuo come 'usato'.

I canoni mensili iniziano da subito ad abbassarsi, i clienti non colgono il principio di utilizzo di un bene garantito sempre in ottimo stato di funzionamento ma paragonano l'operazione ad un finanziamento veicolato all'acquisto. Da subito spariscono gli oneri finanziari, seguiti a breve distanza dai costi di gestione straordinaria che ritornano a carico del cliente. In breve tempo anche gli oneri di gestione ordinaria verranno esclusi dal contratto e si perderà irrimediabilmente il concetto da cui si era partiti. Ulteriore gravissimo errore sarà poi quello di 'drogare il mercato' forzando operazioni su larga scala, soprattutto per spirito di ingordigia. Si procederà infatti a proporre al cliente la sostituzione di intere flotte di

eco FORCE



LINDHAUS®
QUALITY CLEANING EQUIPMENT

100%
MADE IN ITA
dal 1987

I N E A P R O F E S S I O N A L



LW46 Hybrid

Lavasgiuga pavimenti... e ultra compatte



LW30 pro



LW38 pro



**HEALTHCARE
pro eco FORCE**

Scope elettriche
Aspirapolvere Multifunzione
Eco Label Classe A



**HF6 pro
eco FORCE**



**DYNAMIC
eco FORCE**

Battitappeti Multifunzione
da 300 a 500 mm
Eco Label Classe B



**RX eco
FORCE**



LS50 Hybrid

Battitappeti
per grandi sup

**Scegliendo Lindhaus, assicuri al tuo ambiente lavorativo
il pulito ideale al minimo costo**

macchine, a prescindere dall'età media di esse, arrivando a comprare queste stesse per contanti per poi noleggiarne di 'nuove' con canoni mensili in continuo ribasso. I concessionari si indebitano fortemente con le banche per finanziare queste operazioni, nella convinzione di trovarsi un capitale cospicuo nelle flotte di macchine usate che ritireranno allo scadere dei contratti. Il voler procedere però alla sostituzione indiscriminata di tutti i carrelli dell'azienda, coinvolgendo anche macchine di pochi anni, produrrà un sovrannumero di macchine usate sul mercato e per la legge fondamentale della *domanda/offerta* i prezzi dell'usato subiranno un crollo. I margini quindi si ridussero drasticamente ed il sistema rischiò il tracollo, che giunse inevitabile con la crisi finanziaria ed economica. Migliaia di macchine restituite dalle aziende ai concessionari, che si ritrovarono comunque i canoni finanziari mensili da riconoscere alla banche: questa situazione ha visto molti operatori storici in fortissime difficoltà economiche ed in alcuni casi ne ha determinato il fallimento. Al giorno d'oggi, visto l'evolversi dei fatti, nessun Istituto bancario vede i carrelli elevatori come un bene gradito per il finanziamento - in tutte le sue forme - e quindi solo i costruttori 'direttamente' riescono a sostenere nuove operazioni relegando così i distributori di zona a diventare semplici collaboratori, a cui è demandata la gestione del parco macchine a prezzi imposti dal produttore con marginalità spesso inesistenti. Dovremo evitare a tutti i costi che qualcosa di simile si verifichi anche nel mondo del cleaning".

Quali sono i fattori e le problematiche che possono influenzare, in senso positivo o negativo, il diffondersi della pratica del noleggio nel settore della pulizia professionale in Italia?

"Il fattore che, al momento, influenza maggiormente in senso negativo il diffondersi del noleggio è una certa immaturità generalizzata degli 'attori' principali. Vero è anche, però, che il mondo

del cleaning sta velocemente cambiando e assumendo una maggior rilevanza a livello sociale iniziando a percepire la necessità di crescere in professionalità. Questo certamente influenzerà in futuro il diffondersi del noleggio, che verrà riconosciuto come il veicolo per diversificare e specializzare i servizi senza per questo obbligare le aziende ad investimenti troppo onerosi".

Quale tipologia di clientela dimostra di apprezzare maggiormente il noleggio delle macchine per la pulizia professionale e perché?

"Solitamente, i clienti più strutturati hanno una maggior predisposizione ad attuare il noleggio operativo. Percepiscono più facilmente i vantaggi operativi ad esso legati e prediligono avere costi fissi e certi, per meglio gestire i vari budget legati ai centri di costo. Un'altra categoria che si sposta sul noleggio è quella delle piccole aziende con poca liquidità. Queste però, a mio avviso erroneamente, contano su questo strumento per meri fini finanziari stravolgendo il fine reale dell'operazione". Possiamo legittimamente affermare che il noleggio, in prospettiva, rappresenterà sempre di più una valida opportunità di business?

"Il noleggio operativo a breve e lungo termine è certamente un'opportunità per aumentare il proprio volume d'affari, sia per chi lo propone sia per chi lo utilizza. Chiaramente, la condizione *sine qua non* affinché risulti interessante e perseguibile è che sia redditizio per entrambe le parti. Chi lo propone per incentivare la fornitura di macchine o di attrezzature lo deve proporre a prezzi corretti che tengano conto dell'investimento, degli oneri finanziari e di tutti i costi previsti ed imprevisi di gestione. Chi lo utilizza per risolvere una propria esigenza, lo deve fare sapendo che un costo fisso e certo è sicuramente più gestibile dell'imprevedibile e rende molto più semplice ed affidabile determinare i margini operativi".

Veniamo, in breve, alla sua concreta esperienza quotidiana di distributore.

Come vi siete organizzati, al riguardo, soprattutto dal punto di vista finanziario e per far fronte alle numerose incombenze burocratiche?

"Oggi la liquidità è uno strumento indispensabile all'operatività quotidiana ma per il malcostume, spesso ingiustificato, da parte dei clienti di ritardare i pagamenti risulta essere assai raro mantenerla costante.

Pensiamo quindi sia indispensabile, per salvaguardare il nostro cash flow e non impoverirlo, evitare di utilizzare nostre risorse per finanziare le operazioni di noleggio a lungo termine. Preferiamo appoggiarci a società di leasing operativo con le risorse e le capacità necessarie per assumersi il rischio finanziario. Esse per statuto stesso non possono assumersi rischi operativi e quindi demandano a noi la gestione operativa delle macchine, provvedendo esse stesse a riconoscerci periodicamente i costi per la manutenzione preventiva. Gestiamo direttamente noi l'intero iter burocratico, aiutando e consigliando il cliente per il meglio.

Ormai la pratica ci rende le operazioni piuttosto semplici ed in media otteniamo le delibere alle pratiche in due giorni. In questo modo forniamo al cliente un pacchetto globale, che va dalla consulenza nella scelta della macchina al corretto dimensionamento della durata dell'operazione fino alla più consona gestione amministrativa e fiscale dell'operazione. Per quanto riguarda invece il noleggio a breve termine, abbiamo un discreto parco macchine usate che generalmente hanno comportato bassi investimenti e che ci permettono di fornire un buon servizio mantenendo una buona marginalità, pur calmierando i prezzi".

Quali sono le cause per cui, secondo lei, la proposta del noleggio stenta ancora a decollare in Italia? "Secondo il mio modesto parere, in Italia il noleggio stenta ad incrementare la sua diffusione principalmente per un fattore culturale. Noi italiani abbiamo il concetto del 'possessione' ed abbiamo poco sviluppato il con-

petto di 'utilizzo': ne abbiamo la prova se consideriamo che il 70% degli italiani possiede l'abitazione in cui vive contro, ad esempio, il 44% dei tedeschi. Principalmente credo che gli imprenditori italiani siano restii a pagare un canone di noleggio in quanto tale è finalizzato al solo scopo di godere di un bene, ma tendano a identificare il canone mensile come un pagamento a rate finalizzato ad acquisire nel tempo la proprietà del bene stesso.

Quando si inizia a discutere con un cliente la soluzione del noleggio la prima domanda è quasi sempre 'quanto mi costa?' e la seconda è sempre 'posso riscattarlo alla fine?'. L'accumulo di proprietà è ancora percepito come un forte indicatore di successo sociale".

Ritiene che in Italia l'informazione (e l'assistenza ai vari livelli) fornita sia ai distributori che al mercato sia sufficientemente valida?

"Sì, l'informazione è sufficiente ma gli italiani in generale sono un popolo culturalmente restio a raccogliere informazioni per meglio operare. Si pensi solo ai libretti di istruzione, di qualsiasi bene, che vengono sistematicamente ignorati e quasi subito persi. Le informazioni sono molte, ben raggiungibili e di facile acquisizione, e anche l'assistenza - se richiesta - viene elargita con generosità.

Semmai sono i distributori ed il mercato che dovrebbero maturare e riconoscere che per crescere professionalmente, oltre alla pratica, serve anche una maggior cultura".

Quali proposte si sente di formulare, per il futuro, alla luce dell'esperienza che ha maturato in questi anni?

"Credo sia necessario aumentare la consapevolezza sociale che 'il pulito' è sinonimo di benessere, trasmette una forte immagine positiva ed è a tutti gli effetti un valore e un traguardo da perseguire.

Professionalità, informazione e specializzazione sono fondamentali per poterlo offrire, ottenere e mantenere ed

il noleggio operativo è uno degli strumenti che permetteranno agli operatori di settore di essere più performanti sul mercato: è necessario, però, che si intensifichi l'opera di divulgazione di tali concetti. Afidamp opera in questo senso in modo continuativo ed efficace".

Per concludere, come vede l'evolversi in prospettiva del noleggio nel nostro settore?

"Penso che i tempi per una forte diffusione del noleggio non siano ancora maturi. Immagino, però, che nell'arco di pochi anni assisteremo a una trasformazione generale che renderà molto più fruibile ed appetibile questo servizio".

Claudio Sordina, direttore servizi del Gruppo Sicurint che vanta una consistente presenza nella GDO, ci racconta volentieri un vissuto aziendale da 'precursore' in Italia. Sicurint ha, infatti, noleggiato l'intero 'parco macchine' di lavasciuga pavimenti e spazzatrici impegnate nei vari cantieri di pulizia gestiti dal Gruppo per conto di una nota catena di centri commerciali e supermercati presente sull'intero territorio nazionale. Come state vivendo quest'esperienza?

"Molto bene: anche perché, grazie a un distributore totalmente affidabile ed assai efficiente, possiamo disporre di ottime macchine per la pulizia prodotte da un'industria leader a livello nazionale e internazionale che consideriamo - in un certo senso - le Rolls Royce delle lavasciuga pavimenti. Il nostro partner garantisce un'assistenza di grande qualità e affidabilità, rispondendo al cento per cento di ogni guasto e rottura con un pronto intervento di assistenza".

Cosa vi ha spinti a questa decisione e quali criticità avete dovuto affrontare e risolvere?

"Il noleggio ci è stato proposto dal distributore come soluzione ottimale per rispondere alle nostre necessità d'impiego e non abbiamo avuto alcuna esitazione nel compiere una scelta che - nel tempo - si è rivelata vincente per

cui la rifaremmo senz'altro molto volentieri".

Quali macchine per la pulizia avete noleggiato e per far fronte a quali tipologie d'impiego?

"Principalmente, come le accennavo, lavasciuga pavimenti per le pulizie di manutenzione ordinaria e straordinaria delle superfici di centri commerciali e supermercati, sia con uomo a bordo che senza. Accanto a questa tipologia, anche alcune spazzatrici industriali che usiamo sia per le pavimentazioni interne che nei cortili e in alcuni stabilimenti dove siamo presenti per svolgere ogni giorno il delicato ruolo che ci è stato affidato".

Quali vantaggi avete riscontrato in questi anni?

"In primo luogo il risparmio, poi l'efficienza e la qualità del servizio che ci è stato puntualmente offerto dall'azienda distributrice con la quale abbiamo portato avanti questa partnership. Inoltre la possibilità, in caso di fine appalto, di cedere la macchina al vincitore della gara oppure di restituirla al nostro fornitore senza costi aggiuntivi".

Dunque, nel vostro caso, solo aspetti positivi?

"Direi proprio di sì, perché si è rivelato come un facilitatore del rapporto tra fornitore e cliente: una formula che ci ha lasciati liberi di costruire una relazione sgravata da obblighi, senza doverci rivolgere agli Istituti bancari per ottenere fidi per acquistare le macchine. Potrei proseguire l'elenco dei vantaggi perché sono davvero molti e, personalmente, non vedo svantaggi".

Come vede il futuro del noleggio nel nostro settore, specialmente nel campo d'azione - quello della GDO - in cui opera Sicurint Group?

"Credo senz'altro che sia destinato a espandersi, permettendo alle imprese di pulizia che vi aderiranno di dedicarsi al loro core business, che è - appunto - il settore delle pulizie. Una preziosa opportunità per contribuire a ridurre al minimo i rischi per gli imprenditori, amplificando le opportunità di lavoro e di successo".