



tà del bagno: dalla presenza di una tabella di controllo dei turni di pulizia al controllo della pulizia delle griglie di areazione, dall'attenzione ai disabili al cambio di carta igienica e carta per le mani, dalla disponibilità di sapone nei dispenser alla nursery. Fondamentale, per la diffusione di queste buone pratiche, proprio la collaborazione con enti e organismi che rappresentano sia gli esercenti, sia i consumatori, in un'ottica di collaborazione proficua e coerente. Un altro passo avanti per questo comparto, come ha segnalato Roberto Galli.

### Ancora troppa disattenzione a un'area importante

“Nonostante i costi di gestione dell'area-bagno siano relativamente bassi – dice- l'aspettativa che il cliente nutre nei confronti dei servizi aperti al pubblico è spesso disattesa sia in Italia che all'estero: il livello di igiene e di comfort lascia troppo spesso a desiderare. Tutto ciò è ancora più triste se si considera che i disagi ad esso legati sono vissuti in maniera ancora maggiore dalle fasce più deboli della nostra società, come disabili, bambini e anziani. Per quanto riguarda l'area bagno, poi, non si deve parlare solo di igiene, ma anche delle dotazioni indispensabili e di supporto all'igiene personale, come: carta igienica, asciugamani monouso, sapone, ecc. Eppure la disponibilità di queste dotazioni minime ed indispensabili dovrebbe essere scontata in locali aperti al pubblico.”

### Bagno-cucina, il collegamento è immediato

Tutto questo, oltre a mettere a repentaglio la salute di tutti, rischia di trasformarsi in un pericoloso boomerang per gestori ed esercenti, anche perché il cliente di oggi è sempre più esigente, informato e preparato... e non ci sta più a trovare ambienti sporchi proprio dove dovrebbe esserci il massimo del pulito. E poi diciamocelo, quando troviamo un bagno sporco al ristorante, il

**QUESTO ESERCIZIO SI IMPEGNA A RISPETTARE I REQUISITI DI IGIENE E COMFORT PER L'AREA BAGNO PREVISTI DA**

**afidamp**

IN ACCORDO CON

 

	È ESPOSTA LA TABELLA DEL PROGRAMMA TURNI DI PULIZIA DA EFFETTUARE ALMENO OGNI 6 ORE. CONTROLLO OGNI ORA DELLO STATO PULIZIA		NEI PRESSI DI PORTE NON AUTOMATIZZATE È PREVISTO UN CESTINO DI RACCOLTA SALVIETTE UTILIZZATE PER EVITARE IL CONTATTO CON LA MANIGLIA
	ASCIUGAMANI MONOUSO IN CARTA SONO SEMPRE DISPONIBILI IN DISPENSER CHIUSI CHE NE GARANTISCANO L'IGIENE		PER IL LAVANDINO E LO SCARICO WATER SONO PREVISTI DISPOSITIVI CHE MINIMIZZANO IL CONTATTO CON LE MANI DELL'UTILIZZATORE
	LA CARTA IGIENICA È SEMPRE DISPONIBILE E COLLOCATA IN DISPENSER CHIUSI CHE NE GARANTISCANO L'IGIENE		NEI BAGNI CIECHI IL DISPOSITIVO DI ASPIRAZIONE È MANTENUTO E NON PRESENTA RESIDUI POLVEROSI
	CESTINI DI FACILE PULIZIA SONO PREVISTI NEL BAGNO DONNE E IN PROSSIMITÀ DEI LAVABI		IL BAGNO È FACILMENTE ACCESSIBILE ALLE PERSONE CON DISABILITÀ
	SAPONE DI QUALITÀ SEMPRE DISPONIBILE, MEGLIO SE IN CARTUCCIA SIGILLATE		È PRESENTE UN'AREA NURSERY. SE LO SPAZIO LO CONSENTE È PRESENTE ANCHE UN CESTINO MANGIA PANNOLINO

**RICORDA CHE LA CORRETTA IGIENE NON PUÒ PRESCINDERE DA UNA SPECIFICA FORMAZIONE DELL'OPERATORE SU METODOLOGIE E ATTREZZATURE PROFESSIONALI**

 **afidamp** Afidamp - Via Fieschi Costati, 10 - 20134 Milano - Italia  
Tel. +39 02 6744581 - E-mail: info@afidamp.it | Web Site: www.afidamp.it

“due più due” è istantaneo: “Se il bagno è così, chissà come sarà la cucina”, e.. “Se questa è la considerazione che qui si ha dell'igiene, figuriamoci al momento della preparazione dei cibi...”. Un collegamento immediato.

### Gestore e cliente insieme per la massima igiene

E' proprio partendo da considerazioni di questo genere che Afidamp ha elaborato il progetto, che mira a sensibilizzare i gestori dei ristoranti, degli autogrill, delle mense, dei bar, ecc. ad una buona cura dell'area toilette all'interno del loro locale.

“Il decalogo, realizzato coinvolgendo una pluralità di attori qualificati, ha una funzione duplice: da un lato valorizzare l'impegno del titolare a offrire al suo cliente il migliore servizio possibile, dimostrando la sua sensibilità ai temi dell'igiene e qualificandosi in modo positivo agli occhi del consumatore; dall'altro, vista nell'ottica del cliente, quest'ultimo prende immediata consapevolezza di trovarsi in un ambiente salubre”. Insomma, una strategia win-win che non può che fare bene a tutti.