

PULIZIE ALLA SFIDA DELL'ALTA AFFLUENZA

In un mercato alberghiero che sta cambiando, le cosiddette “aree comuni” (hall, spazi sosta, bar, ascensori, corridoi, ecc.) sono sempre più importanti. Non si tratta solo del primo “biglietto da visita” della struttura, ma di zone sempre più varie e frequentate da ospiti, clienti e visitatori giustamente esigenti. È una “partita” in cui, come sempre, la pulizia gioca un ruolo essenziale.

di Simone Finotti

Li core business di un hotel è vendere camere, e su questo non ci piove. Un'altra certezza, però, è che il mercato del settore sta rapidamente mutando pelle, e le strutture alberghiere che vogliono stare al passo con i tempi si stanno trasformando in un'ottica di ampliamento dei servizi offerti.

Aree cruciali ad alta frequentazione

In questo scenario le cosiddette “aree comuni” (dalla hall ai corridoi, dagli ascensori ai bagni aperti al pubblico, senza escludere le aree di passaggio, il bar, gli spazi per la sosta e l'attesa, ma anche il food & beverage, le sale conferenze e così via) assumono un ruolo sempre meno marginale non solo nei confronti degli ospiti, ma anche di clienti esterni che - capita sempre più spesso - decidono di usufruire di alcuni particolari servizi offerti dall'hotel (pensiamo ad esempio a eventi, conferenze, spa, palestre, eccetera). Primissimo biglietto da visita per ogni struttura ricettiva, le aree comuni sono zone sempre più varie tipologicamente e strutturalmente, in cui si sta sempre di più e che, pertanto, devono essere fatte oggetto di grande attenzione anche in chiave di igiene e pulizia.

Una sfida stimolante

La loro gestione rappresenta una delle sfide operative più complesse nell'attuale organizzazione dell'ospitalità. Non semplici zone di

transito, ma “connettivi” essenziali fra le varie parti dell'hotel, sono il luogo dove si forma la prima impressione e dove l'immagine del brand viene messa alla prova in ogni momento. Inutile ripetere che in un mercato globale in cui la reputazione online può essere influenzata da ogni singolo dettaglio, la pulizia di questi ambienti non può essere considerata una mera attività di routine, ma deve essere elevata a pilastro strategico della qualità e del benessere complessivi. E se è vero, come dice-

va **Oscar Wilde**, che “non c'è una seconda occasione per fare una prima buona impressione”, fatevi i vostri conti...

Le criticità nei momenti “di picco”

Ma entriamo nel vivo: il primo aspetto sfidante risiede nella natura intrinsecamente dinamica di questi spazi, molto vari e soggetti a flussi umani spesso imprevedibili di persone con aspettative, necessità, ma anche culture





e approcci all'igiene completamente differenti. Le maggiori criticità, naturalmente, emergono nei momenti di alta affluenza, tipici dei processi di check-in e check-out, dell'arrivo di delegazioni congressuali o dei picchi stagionali. In queste fasi il volume di persone che attraversano o fruiscono degli spazi comuni può crescere in modo esponenziale anche solo in pochi minuti. Le sale che fino a un istante prima erano vuote improvvisamente si ritrovano gremite, con il conseguente rapido accumulo di sporco, impronte sulle superfici lucide, polvere portata dall'esterno, rifiuti nei contenitori. Per non parlare dei possibili agenti patogeni, che rappresentano un rischio per la salute di tutti.

Housekeeping sotto pressione

È qui che il reparto di *housekeeping* viene messo maggiormente sotto pressione, e che ci vuole per forza un cambio di approccio radicale: infatti può essere che una gestione tradizionale, basata su turni rigidi e orari prestabiliti, si riveli inadeguata a fronte della fluidità delle dinamiche alberghiere moderne. Un problema, peraltro, di cui abbiamo già parlato in diverse occasioni proprio su queste pagine. Serve, come spesso in questi casi, un approccio proattivo, flessibile e capillarmente organizzato, capace di trasformare la pulizia in un processo fluido che si adatta ai ritmi degli ospiti senza perdere la sua discrezione, fondamentale in hotel: un buon servizio, infatti, non dovrà mai diventare invasivo o risultare fonte di disturbo e disagio.

Serve un cambio di approccio

Per ottenere questo risultato diventa essenziale la pianificazione dinamica delle risorse umane. Qui la palla passa all'organizzazione del lavoro: non è più possibile pensare a una squadra di pulizia che operi ad esempio solo nelle ore notturne o al mattino presto; occorre invece una distribuzione strategica del personale che preveda presidi fissi o rinforzi proprio durante i momenti di massimo carico, e ciò richiede una sinergia totale tra i diversi reparti della struttura.

Makita[®]

CLEANERS

**MASSIMA ASPIRAZIONE
ERGONOMIA EVOLUTA**

Aspiratore a zaino
VC011GZ

25 / 55 / 110 / 195 W
Potenza di aspirazione

2,4 m³/min
Flusso d'aria max

6 l
Capacità sacchetto carta

HEPA
filter



Makita propone una gamma professionale di aspiratori tecnologicamente evoluti, dotati dei più sofisticati sistemi per ottimizzare i tempi di lavoro e ridurre l'impatto ambientale. Soluzioni ergonomiche e silenziose, con filtri HEPA, classe L-M-H e motori brushless, dotati di accessori che consentono la massima versatilità di utilizzo presso hotel e altre strutture ricettive.



Makita[®]



www.makita.it

Essenziali le sinergie tra i reparti

In questo “lavoro di squadra” ciascuno deve fare la sua parte: la reception deve agire come una sorta di “centro di comando”, comunicando tempestivamente a chi coordina il reparto housekeeping (la governante o un suo omologo, per intenderci) l'imminente arrivo di un “picco” di visitatori o lo svolgimento di un evento speciale in una delle sale comuni. Solo attraverso un'efficace comunicazione interna, infatti, è possibile organizzare il lavoro in maniera realmente risolutiva.

Tecnica e velocità

Non basta: in tali contesti di alto stress operativo la tecnica deve necessariamente adattarsi alla velocità del flusso. Non potendo eseguire pulizie di fondo che richiederebbero una gestione complicata e, appunto, invasiva (come ad esempio l'interdizione al transito di am-

camera o eccellente la cucina del ristorante. Come evitare dunque che questi ambienti diventino “l'anello che non tiene”?

Bagni: esercizio di rapidità e precisione

Partiamo innanzitutto da un monitoraggio serrato, soprattutto durante i picchi di affluenza, con frequenze che possono arrivare anche a un controllo ogni venti minuti. Non si tratta solo di igienizzare le superfici, ma di assicurare che la fornitura di consumabili, come sapone, carta e asciugamani, sia sempre completa e che l'aria sia fresca e priva di odori sgradevoli. Ammettiamolo, da ospiti: niente è più antipatico di un accumulo di asciugamani in carta sporchi e bagnati sul pavimento accanto al lavandino, di asciugamani in tessuto usati e stropicciati accanto al rubinetto, oppure di toilette maleodoranti che danno un'idea di incuria totale.

deve percepire la presenza dell'housekeeping come un servizio invisibile ma onnipresente che vigila sul suo comfort.

Una grande mano dalla tecnologia

Il mercato della pulizia professionale, del resto, aiuta non poco: l'evoluzione tecnologica sta fornendo strumenti sempre più sofisticati per supportare queste operazioni. L'integrazione di sistemi digitali e sensori IoT permette oggi di monitorare l'affluenza reale nelle diverse aree, inviando notifiche automatiche al personale. Le check-list digitali, caricate su tablet o smartphone in dotazione agli addetti, permettono un controllo in tempo reale del lavoro svolto, con la possibilità di allegare foto o segnalare guasti alla manutenzione in modo istantaneo. Anche l'attrezzatura fisica si è evoluta: l'uso di lavasciuga compatte, panni in microfibra ad alte prestazioni e prodotti spray che non



pie aree), chi si occupa di pulizia deve essere pronto ad interventi rapidi e ciclici, e ad una manutenzione costante di altissima precisione. Alcuni esempi? La rimozione istantanea di una macchia sul pavimento in marmo, la lucidatura continua delle pulsantiere negli ascensori e delle maniglie delle porte, il riordino immediato dei divani nella lounge dopo il passaggio di un gruppo. Nulla deve apparire trascurato: in questo senso, l'uso di check-list dedicate diventa strategico per standardizzare i processi e ridurre al minimo le “dimenticanze”.

I bagni, l'anello che non tiene?

Un capitolo a parte meritano i bagni comuni, universalmente riconosciuti come il “punto di rottura” potenziale della qualità percepita (questo vale anche per le camere, come spieghiamo bene nel Focus di questo numero). Un bagno trascurato, anche per un breve lasso di tempo, può compromettere irrimediabilmente il giudizio di un ospite sull'intero hotel, indipendentemente da quanto sia lussuosa la sua

Bisogna intervenire, e farlo subito: ecco perché la gestione di quest'area è un esercizio di rapidità e precisione che richiede operatori esperti e formati per intervenire con discrezione senza perdere in efficacia.

Corridoi e ascensori, la via verso il relax...

Parallelamente, il mantenimento igienico dei corridoi e degli ascensori prevede una sensibilità particolare legata al comfort acustico e olfattivo. Nella percezione dell'ospite si tratta degli spazi che... conducono al relax e al riposo, e ogni intervento di pulizia deve essere eseguito con il minimo impatto sonoro per non disturbare la quiete di chi si trova all'interno delle camere. In quest'ottica, ad esempio, l'uso di aspirapolvere silenziosi e di carrelli ben organizzati per evitare rumori metallici contribuisce a creare un'atmosfera di eleganza discreta. La pulizia in queste zone non è solo un atto tecnico, ma un gesto di rispetto verso lo spazio privato dell'ospite, che

richiedono risciacquo permette di ridurre drasticamente i tempi di intervento e di rendere le superfici calpestabili già immediatamente dopo la pulizia, riducendo al minimo il rischio di incidenti e i tempi di attesa per gli ospiti.

La “psicologia dell'accoglienza”

Conoscenze e competenze tecniche, ma anche grande sensibilità e “psicologia dell'accoglienza”: c'è tutto questo nell'apparentemente semplice lavoro di pulizia delle aree comuni in un hotel. E, come sempre, non manca il capitolo formazione: non è un caso che le strutture di maggior successo investano massicciamente nella formazione del personale dedicato a questi spazi, consapevoli che la pulizia, percepita ed effettiva (non sempre le due cose coincidono...) sia uno dei capisaldi su cui si costruisce la fiducia del cliente. In questa prospettiva l'housekeeping si rivela un potente strumento di marketing e fidelizzazione, capace di trasformare un semplice soggiorno in un'esperienza degna di essere ricordata.