

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

N. 9
SETTEMBRE 2025

PRODOTTI E SERVIZI PER
**IMPRESE,
DEALERS,
HOTEL**

MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

TERZA PAGINA

Best practice
Unexpected Italy
Mercato cleaning professionale
Outsourcing hotellerie

GESTIONE

Macchine pulizia autonome
Qualità dell'aria indoor
Gestione formiche

SCENARI

Hospitality Day 2025
Igiene nella ristorazione
Mode Hotel

TECNOLOGIE

Acqua ozonizzata

+ FOCUS

Attrezzature per la pulizia



Ihs partner delle strutture ricettive per la crescita sostenibile

Con Sustainable Hotel, Ihs affianca gli Hotel per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale, finanziaria e di governance previsti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e la realizzazione di una gestione efficiente, efficace e razionale delle risorse.

AUDIT SULLO STATUS QUO



Consumi energetici



Consumi idrici



Raccolta differenziata

SOLUZIONI



Ottimizzazione nei processi di cleaning, restore di camere e spazi comuni



Riduzione dei consumi elettrici ed idrici



Razionalizzazione della Raccolta Differenziata



Formazione del personale delle strutture ricettive



Comunicazione rivolta agli ospiti delle strutture

OBIETTIVO



Produzione del Bilancio di Sostenibilità

MEDIA PARTNER

ISSA Europe, Middle East, & Africa

EDICOM



ihS

ihsspa.it
Navest Service Industries®



The Circle of Care



La pulizia professionale al centro di un sistema di valori

FULCRON PRO nasce dall'esperienza centenaria di Arexons nell'industria chimica italiana, dove passione, competenza e ricerca creano soluzioni all'avanguardia. La gamma, dedicata ai professionisti nei settori Ho.Re.Ca., industria e facility management, unisce efficacia, innovazione e sicurezza. Include detergenti per lavastoviglie, pulitori specifici, sgrassatori, disinfettanti, prodotti per pavimenti e lavamani. Con FULCRON PRO, ogni gesto di pulizia diventa **un atto di cura e fiducia nel tempo.**



SCOPRI LA
NOSTRA GAMMA
www.fulcronpro.it



Fulcron PRO è un brand
di Arexons S.p.a.





SOLUX.

HOTEL TROLLEYS

Made in Italy. Made in Falpi.



Solight
house keeping

Il massimo del *Lusso* con
carrelli *Eccezionali*.



Stile e Qualità Senza paragoni per
le tue necessità di *Housekeeping*

Sochic
house keeping



DETERGENZA SOSTENIBILE. OLTRE IL PULITO, IL FUTURO.



INTERNATIONAL
HOSPITALITY EXHIBITION

Scopri l'offerta di detersivi e cosmetici Allegrini
in occasione della fiera **HostMilano, Fiera Milano (Rho)**.
Dal 17 al 21 ottobre, Pad. 11P Stand H46 L45.

Da oltre **80 anni** Allegrini sviluppa soluzioni per la **detergenza professionale** con un obiettivo chiaro: ridurre l'impatto ambientale senza compromessi sull'efficacia. Formulazioni concentrate, certificazioni riconosciute e innovazione continua per un pulito che guarda al domani.
www.allegrini.com

allegrini: 80
ITALIAN SOLUTIONS 1945 - 2025



SOMMARIO

TERZA PAGINA

- 18. La pulizia come leva competitiva: l'esperienza dell'Horizon Wellness & Spa Resort di Varese [di Chiara Calati]
- 22. Unexpected Italy e il Manifesto dell'Ospitalità Etica: un nuovo modello di turismo responsabile [di Chiara Calati]
- 24. Cleaning professionale, un mercato che "fa la differenza" [di Simone Finotti]
- 26. Outsourcing per l'hotellerie: qualità, innovazione e partnership al servizio dell'ospitalità [di Chiara Calati]

GESTIONE

- 28. Macchine autonome per la pulizia in hotel, è arrivata la guida AFIDAMP [di Umberto Marchi]
- 30. Aria pulita, comfort garantito: come migliorare l'esperienza degli ospiti [di Giuseppe Fusto]
- 32. Piccole ma resilienti: alcune formiche tra ecologia, rischi e strategie di controllo [di Lorenzo Donati]

SCENARI

- 36. Torna la "full immersion" per ispirare chi ospita [dalla Redazione]
- 38. Igiene nella ristorazione: da obbligo a valore competitivo [dalla Redazione]
- 40. Dal passato al futuro. Il profumo green dell'ospitalità [di Umberto Marchi]

TECNOLOGIE

- 44. Dalla camera alla spa: l'ozono come alleato della sanificazione in hotel [di Carlo Ortega]

FOCUS

- 48. Pulizia e igiene in hotel: dove l'ospite non perdona [di Simone Finotti]



HOTEL



Pavimenti Floreali
Vetri & Multisuso
Anticalcare
Deodorante Bifasico

BAR



Sgrassatore Limone
Vetri & Multisuso
Sgrassatore Pavimenti
Anticalcare

UFFICI



Vetri & Multisuso
Pavimenti Floreali
Anticalcare
Deodorante Bifasico

RISTORANTI



Sgrassatore Limone
Vetri & Multisuso
Pavimenti Fruttato
Anticalcare

IMPRESE DI PULIZIA



Sgrassatore Limone
Vetri & Multisuso
Sgrassatore Pavimenti
Anticalcare



SCOPRI LA GAMMA
TAC&GO!

Visita il sito
www.markacleaning.com/it/it/professionisti

7. DALLE AZIENDE 53. NOTIZIE

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

@Copyright EDICOM srl - Milano

GSA il giornale dei servizi ambientali è un mensile inviato tutti i numeri agli abbonati e ai rivenditori del settore. I destinatari sono: imprese di pulizia e disinfestazione, hotel e società di catering, aziende sanitarie e comunità, industria e GDO.

"Ai sensi delle regole deontologiche relative al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, si rende nota l'esistenza di una banca-dati personali di uso redazionale presso la sede di Via Alfonso Corti, 28 - Milano. Gli interessati potranno rivolgersi al responsabile del trattamento dei dati sig.ra Barbara Amoruso presso la sede di Milano, Via Alfonso Corti, 28 per esercitare i diritti previsti dal Regolamento EU 2016/679"

Direzione, Amministrazione, Redazione e Pubblicità: EDICOM srl

Sede legale: Via Zavanasco, 2 20084 Lacchiarella (MI)

Sede operativa: Via Alfonso Corti, 28 - 20133 Milano Tel 02/70633694

Fax 02/70633429 - info@gsanews.it - www.gsanews.it -

Direttore Responsabile: GIOVANNA SERRANÒ

Redazione: SIMONE FINOTTI, CHIARA CALATI, ANTONIA RISI, ANDREA BARRICA

Segreteria: BARBARA AMORUSO - **Diffusione:** GIOVANNI MASTRAPASQUA

Sviluppo e pubblicità: ANDREA LUCOTTI, MARCO VESCHETTI

Progetto grafico: IPN Milano - **Composizione, grafica e impaginazione:** STUDIO GOMEZ

Copia 2,58 Euro - Abbonamento annuo € 70.00 - CCP 38498200

Fotolito: STUDIO GOMEZ - COLOGNO MONZESE (MI)

Stampa: CENTRO POLIGRAFICO MILANO, VIA PUCCINI 64, CASARILE (MI)

Autorizzazione del Tribunale di Milano n° 633 del 19/10/1996. La pubblicità non supera il 50% del numero delle pagine di ciascun fascicolo della rivista. La Casa editrice declina ogni responsabilità per possibili errori ed omissioni, nonché per eventuali danni risultanti dall'uso dell'informazione contenuta nella rivista. Le opinioni espresse dagli autori negli articoli non impegnano la direzione della rivista. Parimenti la responsabilità del contenuto dei redazionali e dei messaggi pubblicitari è dei singoli.



BEAUTY
ESCAPE

HOTEL COURTESY SET

Beauty Escape
Dove il lusso
incontra il sogno



La linea cortesia Beauty Escape è un viaggio sensoriale:
un invito a rigenerarsi, lasciandosi avvolgere dalla bellezza

Fragranze raffinate | Formule cosmetiche avanzate | Design elegante e funzionale

beauty-escape.com

Beauty Escape è un marchio della divisione cosmetica professionale di Italchimica

Sustainable Hotel: analisi, progettazione e bilancio di sostenibilità

UN PROCESSO VIRTUOSO E CONCRETO AL MERCURE HOTEL DI SIRACUSA

La sostenibilità è oggi un fattore di crescita imprescindibile, anche nel settore alberghiero, chiamato a coniugare qualità del servizio, efficienza gestionale e riduzione dell'impatto ambientale. In questo contesto si inserisce Sustainable Hotel, il Progetto operativo di Ihs, società del gruppo Navest specializzata nei servizi per l'hotellerie, che si è ormai affermato come modello consolidato e riconoscibile di gestione responsabile delle strutture ricettive.

Il percorso si articola in tre fasi progettuali. La prima è l'Audit preventivo, che consente di analizzare lo status quo della struttura in termini di consumi energetici e idrici, modalità di raccolta differenziata e organizzazione dei processi interni.

Segue la fase delle Soluzioni, che introduce interventi mirati per ottimizzare le attività di cleaning e restore, ridurre i consumi elettrici e idrici, razionalizzare la raccolta differenziata, formare il personale e sensibilizzare gli ospiti. L'obiettivo finale è la produzione del Bilancio di Sostenibilità, documento che certifica in modo concreto i risultati raggiunti e l'impegno della struttura. L'approccio di Sustainable Hotel si inserisce in un trend internazionale che vede i viaggiatori sempre più sensibili al tema dell'impatto ambientale e sociale delle proprie scelte. Le catene alberghiere e le strutture indipendenti sono chiamate a rispondere a nuove aspettative, in cui la qualità percepita non si misura solo nei servizi offerti, ma anche nella capacità di adottare comportamenti virtuosi e sostenibili. In questo scenario, Ihs si propone come partner strategico in



grado di trasformare la sostenibilità da concetto astratto a valore concreto e certificabile. Tra le realtà che hanno scelto di applicare questo modello vi è il Mercure Hotel di Siracusa, che ha adottato Sustainable Hotel per rafforzare ulteriormente la coerenza tra la propria offerta e i valori di ospitalità responsabile. Una decisione che testimonia come la sostenibilità rappresenti non soltanto un impegno etico, ma anche una leva strategica di competitività e reputazione.

"Siamo particolarmente soddisfatti di avere accompagnato il Mercure Hotel di Siracusa lungo tutte le fasi del progetto Sustainable Hotel, dall'analisi iniziale fino alla produzio-



ne del Bilancio di Sostenibilità. Si tratta di un percorso completo che conferma la solidità del nostro modello e apre la strada a nuove collaborazioni con altre strutture ricettive", dichiarano i responsabili di progetto di Ihs. Sustainable Hotel si conferma così un approccio innovativo e consolidato, capace di integrare la sostenibilità nella gestione quotidiana degli hotel e di trasformarla in un elemento distintivo dell'esperienza di soggiorno. Un percorso che guarda al futuro dell'ospitalità, con la convinzione che solo un modello attento all'ambiente, alle persone e all'efficienza potrà garantire crescita e competitività durature.

"Con Sustainable Hotel abbiamo trasformato la sostenibilità in un elemento distintivo della nostra offerta. Vogliamo che ogni soggiorno al Mercure Siracusa sia non solo un'esperienza di comfort e accoglienza, ma anche un gesto consapevole verso il territorio e l'ambiente. Il nostro impegno è chiaro: ridurre l'impatto ambientale, valorizzare le risorse locali e offrire agli ospiti la certezza di scegliere un hotel che coniuga qualità, innovazione e responsabilità", ha dichiarato Maurizio Garofalo, General Manager del Mercure Hotel di Siracusa (nella foto).

www.ihsspa.it/sustainable-hotel/

Makita Cleaners

PER LA PULIZIA PROFESSIONALE



Makita sviluppa il suo percorso per il mercato della pulizia professionale con una spiccata visione verso il futuro, proponendo un sistema di strumenti innovativi. L'Azienda progetta da diversi anni soluzioni per il controllo e il recupero di polveri, siano esse derivate e quindi legate al settore di building maintenance oppure presenti in ambienti destinati ad uso civile e/o industriale. Grazie all'esperienza strutturata negli anni, Makita oggi è in grado di proporre una serie di macchine sempre più performanti per operare al meglio con interventi di pulizia sicuri, rapidi e professionali; MAKITA CLEANERS, questa è la soluzione a batteria, ciò che Makita presenta oggi sul mercato. Aspiratori a traino, a zaino, scope elettriche, battitappeto, spazzatrici, fino a sistemi autonomi come i robot aspiratori. Oggi tutti noi siamo chiamati a porre maggiore attenzione ai consumi e alla salute dell'uomo e dell'ambiente, è proprio su questa linea che Makita elabora i propri progetti, monitora la produzione con attenzione in ogni fase,

sceglie i materiali migliori garantendo una lunga vita del prodotto.

Le attività di pulizia degli ambienti di lavoro sono un focus su cui si concentrano le aziende. Makita ha inserito i suoi robot di pulizia, prima il DRC200Z e successivamente il DRC300Z in diversi settori. Questi strumenti sono stati scelti da diversi stabilimenti produttivi per la manutenzione ordinaria, garantendo qualità ed abbattendo i costi in esercizio. In particolare, il DRC300Z (premiato come Product of the Year ad ISSA PULIRE 2023) risulta essere la giusta soluzione per ambienti medio piccoli fornendo uno standard qualitativamente elevato. È dotato di funzione di mappatura (fino ad un massimo di 5 locali). Telecamera e radar laser a 360°. APP per smartphone e tablet. Disponibile con spazzole specifiche in base alle superfici interessate. Il robot DRC300Z è uno dei prodotti più innovativi dell'ampia gamma di settore del brand disponibile presso tutti i rivenditori autorizzati.

L'intera gamma Cleaners offre possibilità di scelta di prodotti per diverse tipologie di

esigenze e necessità; dalle scope elettriche ai battitappeto, dagli spalleggiati agli stessi robot. Ognuno di questi prodotti viene fatto testare prima del suo inserimento condividendo con il personale addetto la versatilità, l'ergonomia di utilizzo e l'efficacia negli interventi di pulizia. È chiaro che la trasversalità dei prodotti che utilizzano le medesime batterie delle piattaforme già utilizzate da tutti gli oltre 300 articoli Makita, spesso favorisce la scelta da parte degli utilizzatori finali. Questo aspetto è più evidente presso le imprese di pulizia che operano in strutture ricettive che hanno attivi anche accordi per la gestione della manutenzione del verde.

La gamma di prodotti Makita è unica nel suo genere, senza concorrenti diretti nel settore professionale. La qualità, l'affidabilità e la versatilità dei prodotti Makita, si inseriscono con successo in progetti e bandi di gara di grosse imprese di pulizia; l'utente professionale deve poter contare su strumenti specifici e con performance garantite e Makita risponde perfettamente a questa esigenza.

www.makita.it

Beauty Escape

ELEGANZA E MARKETING OLFATTIVO



Abano Terme, simbolo di benessere ed eleganza italiana, ispira Beauty Escape, la nuova linea cortesia di Italchimica che coniuga design, funzionalità e fragranze raffinate per un soggiorno memorabile. La gamma si articola in quattro collezioni, ciascuna con una propria identità olfattiva:

- Atlantis: energia agrumata, eleganza floreale e profondità muschiata.
- Afrodite: sensualità speziata e fiorita, sofisticata e rigenerante.
- Arbory: freschezza luminosa dalle note floreali e fruttate.

• Setai: aromi di lavanda e salvia per una sensazione di relax e pulizia.

Atlantis e Afrodite sono disponibili anche come profumatori per ambienti a lunga durata, per creare un filo conduttore olfattivo in tutto l'hotel.

Design elegante e soluzioni funzionali. I flaconi ricaricabili Atlantis e Afrodite combinano estetica e praticità: linee sinuose, utilizzo da appoggio o a parete con staffa per massima sicurezza. Arbory (certificata Ecolabel) e Setai adottano cartucce squeezeabili sostituibili, che evitano sprechi e garantiscono igiene e controllo. Atlantis e



Afrodite sono inoltre disponibili in ricariche in carta da 1L, certificate FSC® e Aticelca®, compatibili con i carrelli da piano e ideali anche per strutture più piccole.

Una proposta completa per l'accoglienza moderna

Le collezioni includono bagnodoccia, sapone mani e crema corpo con ingredienti idratanti e texture morbide, oltre a shampoo e balsamo arricchiti con oli naturali per nutrire capelli e cuoio capelluto.

Efficienza logistica e sostenibilità

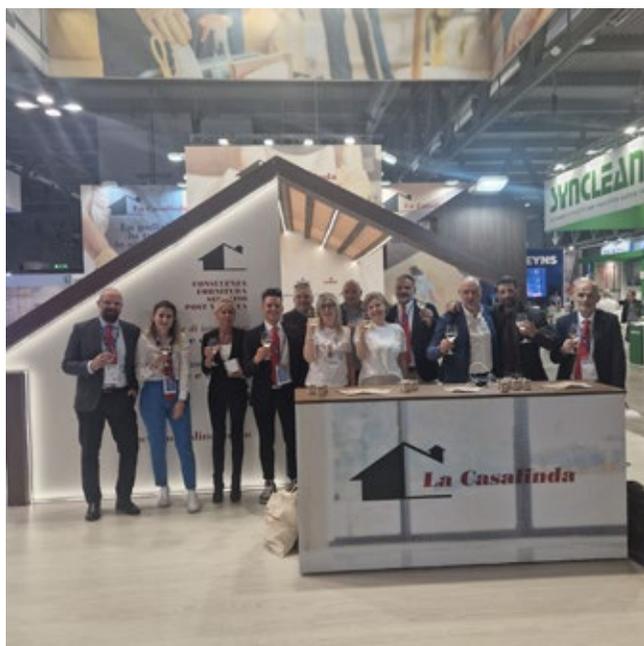
Le ricariche in carta contribuiscono alla riduzione della plastica monouso e ottimizzano i processi logistici, consentendo di movimentare il 25% di prodotto in più per pallet rispetto alle taniche da 5L.

www.beauty-escape.com


**BEAUTY
 ESCAPE**
 HOTEL COURTESY SET

Beauty Escape è un marchio della divisione cosmetica di Italchimica s.r.l.

La Casalinda: IL PARTNER STRATEGICO PER IL PROFESSIONAL CLEANING IN ITALIA



La grande affluenza e partecipazione allo stand di ISSA PULIRE 2025 conferma La Casalinda come punto di riferimento per le imprese del settore della pulizia professionale, offrendo non solo un'ampia gamma di prodotti, ma anche un supporto a 360° grazie a servizi di consulenza specializzata, vendita e formazione del personale. Una formula vincente che ha permesso all'azienda di costruire solide partnership con realtà del Professional Cleaning attive su tutto il territorio nazionale.

Una storia unica dal 1979

Con oltre 5.000 referenze sempre disponibili a magazzino, La Casalinda risponde in modo rapido ed efficiente alle esigenze dei clienti, proponendo soluzioni efficaci, affidabili e sostenibili. Ogni prodotto è selezionato con attenzione per garantire prestazioni elevate, nel pieno rispetto delle normative ambientali e della sicurezza sul lavoro. L'approccio consulenziale rappresenta uno dei tratti distintivi dell'azienda: attraverso un dialogo costante con i propri clienti, La Casa-

linda è in grado di individuare le soluzioni più adatte a ogni contesto operativo, aiutando a ottimizzare i processi di pulizia, migliorando l'efficienza e il contenimento dei costi. Accanto alla fornitura di materiali, La Casalinda investe nella formazione del personale, offrendo percorsi strutturati per trasmettere le competenze necessarie all'utilizzo corretto e consapevole di prodotti, macchinari e tecniche. Un valore aggiunto fondamentale per garantire standard qualitativi elevati e continuità operativa. La combinazione tra esperienza, affidabilità e visione sostenibile rende La

Casalinda un partner strategico per tutte le realtà del Professional Cleaning che vogliono affrontare con successo le sfide di un mercato sempre più esigente e competitivo.

La mission

L'azienda persegue una mission: "Il lavoro e la passione quotidiana per un Pianeta igienicamente pulito ed ecologicamente sostenibile" attraverso la consulenza, l'erogazione di servizi, la fornitura di prodotti e sistemi per la piena soddisfazione del cliente.

La Casalinda anche attraverso il possesso della certificazione ISO 9001 - ISO 14001 - ISO 45001 - SA8000 e con l'adesione al programma di politica energetica green, si impegna in modo costante nell'innovazione, nella ricerca e nella gestione operativa al fine di perseguire questi quattro principi di sostenibilità:

- Minimizzare il consumo di energia
- Attenzione alla sicurezza del personale e al rispetto dell'ambiente
- Ridurre il consumo d'acqua
- Ridurre gli sprechi.

Noleggino

Casalinda offre alla propria clientela servizi di noleggio a breve e a lungo termine di lavasciuga e macchinari vari per la pulizia con e senza riscatto, garantendo sempre le formule migliori e più convenienti, ma soprattutto personalizzate in base alle specifiche esigenze di ogni cliente.

Stabilimento e piattaforme

La Casalinda dispone di tre piattaforme logistiche a Tarantasia (12.000 m²), Amantea (CS) e Palermo in modo da rafforzare la presenza dell'azienda su tutto il territorio.

Consegne e logistica

Le consegne vengono effettuate tramite un'azienda logistica di proprietà su tutto il territorio nazionale, isole comprese, con un servizio altamente flessibile e personalizzabile garantendo tempi rapidi e sicuri. Si avvale della collaborazione di corrieri nazionali certificati.

Assistenza tecnica

Garanzia di adeguata ed efficace assistenza tecnica. Tecnici qualificati supportati da: officine mobili attrezzate; forniti magazzini ricambi, utili per interventi rapidi atti a garantire ai clienti la continuità dell'erogazione dei servizi.

www.lacasalinda.com



SOLight, SOchic e SObasic: L'OFFERTA FALPI PER I SERVIZI ALBERGHIERI



Sono infatti disponibili le nuovissime linee di carrelli SOchic e SObasic: semplici, funzionali, di alta qualità ed economici. Tutti i modelli delle linee SOchic e SObasic sono disponibili in due accattivanti varianti cromatiche: effetto legno ed effetto trama/antracite, così da adattarsi ad ogni necessità.

Entrambe le gamme di carrelli, disponibili poi in quattro differenti misure, offrono un'ampia gamma di configurazioni per soddisfare le esigenze più disparate anche per quegli hotel dagli spazi ridotti.

Sebbene siano destinati a piccole e medie strutture alberghiere, i carrelli SOchic e SObasic mantengono l'impeccabile qualità che contraddistingue anche la linea SOLight.

In conclusione, la gamma di carrelli hotel di Falpi offre oggi soluzioni per tutti i tipi di strutture, garantendo sempre funzionalità, eleganza, robustezza e il carattere riconoscibile del "Made in Italy by Falpi".

www.soluxhotel.com



I carrelli hotel Falpi rappresentano la massima espressione di funzionalità, estetica ed efficienza per il settore dell'ospitalità.

La gamma è suddivisa in due linee che si differenziano per i materiali utilizzati nella fabbricazione.

SOLight: l'esclusività del lusso

L'immagine di un hotel di lusso è il risultato di dettagli che, tutti insieme, concorrono nel restituire un particolare feeling all'ospite. La professionalità del personale, la qualità degli arredi, la pulizia e l'ordine sono le basi sulle quali costruire un'offerta alberghiera di grande livello. Per comunicare al meglio l'attenzione al dettaglio e la cura dedicata al servizio di housekeeping, è essenziale che l'Hotel sia dotato di attrezzature funzionali e robuste, che rispecchino anche in termini estetici, il livello generale di qualità che gli ospiti si aspettano da una struttura di lusso.

La raffinatezza è spesso sinonimo di sobrietà nei colori e nelle forme: i carrelli Falpi della linea SOLight sono infatti caratterizzati da un

design elegante e raffinato, composto da linee essenziali e colori che si fondono armoniosamente con qualsiasi tipo di arredamento, sia esso classico o moderno. Con un'attenzione meticolosa alle esigenze specifiche del lusso, questi carrelli sono stati progettati e creati per offrire un'eccezionale praticità: sono dotati infatti, di cassetti o serrandine e accessori che semplificano il lavoro del personale addetto, migliorando notevolmente l'efficienza delle operazioni di housekeeping.

La linea SOLight è interamente fabbricata in Italia con materiali di alta qualità che resistono all'usura quotidiana, garantendo una durata prolungata nel tempo. Questa caratteristica è di fondamentale importanza per mantenere l'immagine impeccabile di un hotel di prestigio.

SOchic e SObasic: stile e qualità per tutte le esigenze

Anche gli alberghi che prediligono carrelli più tradizionali hanno oggi un prodotto Falpi che si adatta alle loro esigenze.

Amedics: l'esperienza sanitaria AL SERVIZIO DELL'OSPITALITÀ



Amedics Professional, è un'azienda da tempo presente sul mercato con prodotti e servizi per Hotel e strutture ricettive. L'azienda, nata come fornitore di prodotti disinfettanti per il settore sanitario ed ambulatoriale, si è sempre più orientata a mettere a disposizione, anche della potenziale clientela professionale extra medicale, la sua esperienza, anche al di fuori del suo originale mercato di riferimento. Per fare questo passo ha integrato il suo portafoglio prodotti con prodotti che potessero essere utilizzati anche in altri comparti, idonei a soddisfare le esigenze dei settori merceologici nei quali voleva essere presente come partner qualificato. Gli hotel, e le strutture impegnate nell'ospitalità temporanea, negli ultimi anni, sulla spinta della clientela, e di nuove leggi e regolamenti specifici, oltre alle normali e tradizionali attività di pulizia, si sono dovute impegnare nella definizione e realizzazione di procedure e di protocolli di sanificazione e disinfezione; attività che in passato venivano fatta in modo più generico, o solo in alcune zone critiche specifiche delle strutture ricettive. La sanificazione e la disinfezione degli ambienti e del

loro contenuto sono quindi diventate attività di primaria importanza accanto alle operazioni tradizionali di pulizia, che erano fatte da sempre in queste strutture. La necessità di una maggiore attenzione alla disinfezione nasce dal fatto che queste strutture accolgono ospiti provenienti da ogni dove; ospiti che in genere rimangono poi nelle strutture solo per pochi giorni, generando quindi un grande turnover. Questo aspetto unitamente all'epidemia Covid di qualche anno fa, hanno creato una maggiore consa-

pevolezza sulle possibilità e sulle modalità di trasmissione dei germi all'interno di queste comunità, in genere innocui, ma talvolta pericolosamente patogeni. Amedics per dare a questo tipo di clientela professionale, direttamente, o attraverso imprese di pulizia specializzate, delle soluzioni efficaci, che fossero però anche relativamente semplici da implementare, sicure e sostenibili, ha immesso sul mercato nuovi prodotti specifici per il settore della ristorazione e delle comunità: disinfettanti pronti uso o da diluire che soddisfano i requisiti HACCP, unitamente a prodotti destinati anche ai servizi igienici e alle zone dedicate al benessere della persona. Si è impegnata a fornire agli operatori anche un vero e proprio servizio di consulenza e di assistenza, volto a massimizzare i benefici che si possono ottenere utilizzando in modo corretto questi prodotti. Questo mettendo a disposizione dei clienti le proprie conoscenze applicative, e suggerendo soluzioni integrate per la definizione di protocolli sostenibili, non solo dal punto di vista ambientale, ma anche da quello economico, in un'ottica di ecopragmatismo che vada oltre la semplice immagine, ma che le permetta di offrire agli operatori, soluzioni concrete, efficaci e realmente fattibili.

www.amedics.eu



Automazione e intelligenza artificiale: LA RIVOLUZIONE DI VHIT ROBOTICS PER RISTORAZIONE E OSPITALITÀ



Pulizia intelligente di grandi spazi

La pulizia di atri e sale richiede tempo e risorse. Il robot CC1 è una lava-asciuga che ricarica acqua e batterie autonomamente. Assicura igiene e tempi di pulizia tre volte più rapidi dei metodi tradizionali. Durante la sua attività invia messaggi vocali alle persone che incontra per segnalare la sua presenza.

Accoglienza e interazione con i clienti

BellaPro è un assistente per l'accoglienza: saluta i clienti, dà informazioni e intrattiene, chiedendo ad esempio all'ospite/cliente dove deve andare e accompagnandolo. Il suo schermo presenta menù digitali, offerte e contenuti vari.



Trasporto ai piani: un servizio innovativo

Per la consegna di pacchi o cibo in camera, VHIT Robotics propone FlashBot, che si muove agilmente tra le persone e utilizza in autonomia l'ascensore. Arrivato alla camera, suona il campanello e consegna l'ordine in scomparti chiusi, che si aprono solo davanti al destinatario, garantendo sicurezza e riservatezza.

Vantaggi concreti per le strutture

Grazie ai robot descritti, le consegne di cibo e oggetti sono rapide e raggiungono una precisione superiore al 99%. La riduzione delle attività manuali consente di tagliare i costi di oltre il 50%, aumentando la qualità percepita dal cliente. Ricarica autonoma, navigazione multipiano e compatibilità IoT garantiscono continuità operativa e adattabilità. L'innovazione diventa così uno strumento competitivo e migliora l'immagine della struttura o del servizio erogato.

VHIT Robotics: partner per l'innovazione

VHIT Robotics offre prove per testare il prodotto, formazione, assistenza post-vendita, soluzioni flessibili e noleggio a lungo termine. In un mercato sempre più competitivo, l'automazione ottimizza le risorse e offre agli ospiti un'esperienza memorabile. L'ospitalità entra in una nuova era intelligente, in cui tecnologia e attenzione al cliente si fondono per creare servizi più rapidi, sicuri e redditizi.

www.vhitrobotics.com

Ho.Re.Ca., settore focalizzato sui servizi di ristorazione, ospitalità e catering sta affrontando sfide impegnative: costi del personale elevati, standard igienici rigorosi, servizi rapidi e precisi in ambienti affollati. VHIT Robotics, derivata da VHIT, società con cinquant'anni di esperienza, propone soluzioni innovative, che rispondono a variegate esigenze: i suoi robot autonomi accolgono gli ospiti, consegnano oggetti nelle stanze, servono ai tavoli, puliscono sale e spazi comuni.

Consegne rapide e senza errori

La movimentazione di stoviglie è ripetitiva e stancante. I robot camerieri di VHIT Robotics garantiscono consegne autonome, veloci, igieniche e permettono al personale di dedicarsi a attività a valore aggiunto. Con sensori avanzati, i robot si muovono in piccoli e grandi spazi, assicurando precisione e puntualità.

PuduBot è agile e conveniente, KettyBot integra uno schermo per comunicazioni con i clienti, BellaPro interagisce con gli ospiti.



Un cleaning innovativo PER L'HOTELLERIE

Nel settore dell'hotellerie, la pulizia non è solo una necessità funzionale: è il cuore dell'accoglienza, la base della soddisfazione degli ospiti e un fattore chiave per reputazione e fidelizzazione. Foraggio Srl presenta l'FCW Innovation Process, un modello rivoluzionario che trasforma la pulizia in un vero e proprio vantaggio strategico, combinando efficienza operativa, sostenibilità ambientale e sociale, e valorizzazione del capitale umano. Il processo si fonda sul concetto RFC – Residue Free Cleaning, di C.A.L. ITALIA, ovvero l'eliminazione totale di residui post-pulizia, con benefici concreti:

- Benessere degli operatori, grazie a metodi ergonomici che riducono sforzi fisici, stress e necessità di trasportare pesanti secchi d'acqua.
- Riduzione dell'uso di prodotti chimici, con vantaggi per la sicurezza e la salute degli operatori.
- Risparmio di risorse e rimozione dei prodotti chimici, ottimizzando le quantità effettivamente necessarie per ogni intervento.
- Sicurezza e tutela ambientale, riducendo esposizione a sostanze chimiche e inquinamento.
- Protezione delle superfici, per una manutenzione più duratura e costi inferiori.

Dall'esperienza trentennale nasce l'FCW Innovation Process, un sistema completo che integra strumenti, attrezzature e formazione strutturata. Non si tratta più di un prodotto, ma di un ecosistema professionale che unisce competenze tecniche, soft skills e attenzione alla sostenibilità dei lavoratori.

Elemento distintivo è la FCW Academy, certificata UNI ISO 21001:2019, che offre un percorso di professionalizzazione unico nel settore, combinando teoria e pratica. Il risultato: operatori motivati, protetti e competenti, e strutture con standard costanti, efficienza operativa e riduzione dei costi. L'FCW Innovation Process si basa di fatto su cinque principi fondamentali:



Il partner di C.A.L. ITALIA, Alessandro Foraggio, ideatore del processo FCW, e Carmen D'Alessio, governante dell'Hotel Marmorata di Ravello in Costiera Amalfitana (tra le prime strutture ad aver attuato il sistema innovativo).

1. Persone al centro – salute e sicurezza di operatori e ospiti, con metodi che riducono gli sforzi fisici.
2. Efficienza operativa – ottimizzazione dei tempi e riduzione degli sprechi, con consumo d'acqua calibrato secondo le reali necessità.
3. Tutela delle superfici – manutenzione preventiva e preservazione dei materiali.
4. Rispetto dell'ambiente – minor consumo di acqua e prodotti chimici, packaging ridotto e riciclabile.
5. Sostenibilità economica – costi operativi più bassi e valore a lungo termine.

Adottare l'FCW Innovation Process significa per gli hotel igiene impeccabile, efficienza gestionale, standard misurabili e sostenibili-



tà sociale e ambientale, distinguendosi come realtà pronta alle sfide future: più sostenibile, più competitiva e più attenta al benessere dei propri operatori. Con FCW, l'housekeeping non è più solo servizio operativo, ma una leva strategica di successo, capace di creare valore per ospiti e lavoratori.

<https://calitalia.com/la-formazione-adetti-alle-pulizie/>

EFFICIENZA E COMFORT NELLA PULIZIA DEI BAGNI: la risposta di Alca per l'hotellerie

Nel mondo dell'ospitalità, ogni dettaglio concorre a costruire l'esperienza dell'ospite. Tra questi, la pulizia del bagno rappresenta uno degli aspetti più critici: deve essere non solo impeccabile, ma anche rapida, efficiente e olfattivamente gradevole. La gestione quotidiana di camere e spazi comuni richiede prodotti capaci di coniugare efficacia, sicurezza d'uso e risultati visibili, il tutto in tempi ristretti. In risposta a queste esigenze specifiche del settore, Alca propone una soluzione mirata: Fata Elisir, il detergente manutentore pronto all'uso, pensato per la pulizia quotidiana di sanitari, docce, piastrelle e anche superfici delicate come il marmo. Fata Elisir si distingue per la sua formulazione bilanciata: rimuove rapidamente calcare, residui di sapone e sporco leggero, senza intaccare le superfici, lasciando al contempo una fragranza coloniale fresca e persistente, che contribuisce a rendere l'ambiente bagno non solo pulito ma anche piacevolmente profumato. Un valore aggiunto importante, soprattutto in ambienti ad alto ricambio come camere d'albergo, spa o resort.

L'utilizzo è estremamente semplice e pensato per ottimizzare i tempi di lavoro: il prodotto si applica tal quale, direttamente sulla superficie da trattare, tramite spruzzo o con uno straccio imbevuto. Dopo l'applicazione, è sufficiente passare uno straccio umido per rimuovere lo sporco. In caso di sporco più ostinato, è possibile lasciar agire Fata Elisir per qualche minuto prima di intervenire con la rimozione finale. Il prodotto agisce in modo efficace senza rovinare i materiali, anche su marmi e superfici delicate, offrendo così una soluzione unica e versatile.

Utilizzando regolarmente Fata Elisir, si riesce anche a prevenire la formazione di incrostazioni calcaree, evitando la necessità di interventi più aggressivi e lunghi nel tempo. Questo si traduce in un risparmio operativo,



una maggiore durata delle superfici e una standardizzazione della qualità del servizio di pulizia.

Per le strutture ricettive che cercano un equilibrio tra qualità, efficienza e cura del dettaglio, Fata Elisir rappresenta una scelta strategica. Un solo prodotto per più esigenze, nel segno della semplicità operativa e dell'eccellenza nell'accoglienza.

www.alcachemical.it

Esagono International e Gruppo Tenax: SOLUZIONI ELETTRICHE PER L'HOSPITALITY E IL CATERING

Esagono International S.r.l., azienda italiana specializzata nella progettazione e produzione di veicoli elettrici per il trasporto merci e persone, consolida la propria identità entrando a far parte del Gruppo Tenax International S.p.A., leader europeo nelle tecnologie elettriche per l'igiene e la mobilità urbana.

Questa unione strategica apre nuovi scenari anche per il mondo Ho.Re.Ca., dove logistica interna, catering e trasporto leggero richiedono soluzioni sostenibili, sicure e compatte.

Veicoli elettrici per hotel, resort e servizi di catering

La gamma di veicoli Esagono comprende veicoli elettrici N1, pick-up e navette passeggeri progettati per muoversi con agilità in spazi complessi e ad alta frequentazione. Una caratteristica che li rende ideali per:

- Trasporto di alimenti e attrezzature all'interno di cucine centralizzate, centri congressi e strutture alberghiere;
- Distribuzione di beni e forniture per eventi di catering, anche in aree urbane a traffico limitato;
- Trasporto ospiti e personale in resort, villaggi turistici e grandi complessi ricettivi;



- Gestione logistica sostenibile per strutture che puntano su qualità del servizio e riduzione dell'impatto ambientale.

Compattezza e autonomia per la logistica dell'ospitalità

I veicoli Esagono sono studiati per muoversi in modo agile e sicuro in spazi ridotti e location turistiche. L'autonomia operativa e la semplicità di ricarica permettono di coprire turni completi senza interruzioni, garantendo puntualità e continuità al servizio di ospitalità.

Sinergie con il Gruppo Tenax

Grazie all'ingresso nel Gruppo Tenax, Esagono beneficia di una filiera produttiva solida e di una rete di distribuzione internazionale. L'esperienza condivisa nel settore elettrico consente di rafforzare il posizionamento aziendale, mettendo a disposizione del mercato soluzioni sempre più affidabili e orientate alla sostenibilità.

Le competenze maturate da Tenax nei veicoli per l'igiene urbana si integrano con la vocazione di Esagono alla mobilità elettrica leggera, dando vita a un'offerta completa per hotel, resort, comunità e operatori di catering che vogliono distinguersi per efficienza e responsabilità ambientale.

Innovazione e sostenibilità al centro

In un contesto in cui clienti e ospiti sono sempre più sensibili all'impronta ecologica delle strutture ricettive, la scelta di adottare veicoli elettrici rappresenta un valore competitivo. I mezzi Esagono riducono rumore ed emissioni, migliorano la qualità degli spazi di lavoro e contribuiscono a rendere l'esperienza degli ospiti più confortevole e sicura.



Uno sguardo al futuro dell'hospitality

“Entrare a far parte del Gruppo Tenax – afferma il team Esagono – significa avere l'opportunità di portare la nostra tecnologia elettrica in nuovi scenari, come quelli dell'hotellerie e del catering, dove sostenibilità ed efficienza sono ormai imprescindibili. Condividiamo la visione di un futuro in cui la mobilità elettrica non è solo una scelta tecnica, ma un modo per migliorare i servizi e la qualità della vita di chi lavora e soggiorna in questi contesti.”

Con questo passo, Esagono International conferma la propria vocazione all'innovazione elettrica, mettendola al servizio di un settore che guarda sempre più a soluzioni intelligenti e a zero emissioni per distinguersi in un mercato competitivo e in continua evoluzione.

www.esagonointernational.com

INSERTO

PRODOTTI
E SERVIZI PER
**IMPRESE,
DEALERS,
HOTEL**

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

TERZA PAGINA

Best practice
Unexpected Italy
Mercato cleaning professionale
Outsourcing hotellerie **18**

GESTIONE

Macchine pulizia autonome
Qualità dell'aria indoor
Gestione formiche **28**

SCENARI

Hospitality Day 2025
Igiene nella ristorazione
Mode Hotel **36**

TECNOLOGIE

Acqua ozonizzata **44**

+ FOCUS

Attrezzature per la pulizia **48**

alca *advanced cleaning solutions*



Bagni puliti, profumati e brillanti:
per il cliente la prima impressione conta.



www.alcachemical.it

FATA elisir, il nostro detergente per il bagno che si distingue per la sua rapidità nella rimozione quotidiana del calcare, residui di sapone e di sporco. Ha una delicata fragranza fresca coloniale che dura nel tempo, rendendo così ancora più gradevole l'ambiente appena pulito.



EDICOM



LA PULIZIA COME LEVA COMPETITIVA: l'esperienza dell'Horizon Wellness & Spa Resort di Varese



La gestione della pulizia di questo resort a 4 stelle è stata organizzata con un modello "misto". Ne parliamo con il direttore Jacopo Perego e con Davide Romano, co-founder di Best Sourcing, la società che fornisce il servizio.

di Chiara Calati



Tra le colline che circondano il Lago di Varese, immerse in un paesaggio verde e suggestivo, si trova l'Horizon Wellness & Spa Resort che si distingue come rifugio ideale per chi cerca benessere e tranquillità. Lontano dal ritmo frenetico della quotidianità, unisce comfort moderni, cura dei dettagli e un'ospitalità che sa mettere al centro l'esperienza dell'ospite. Camere accoglienti, spazi comuni raffinati e una proposta gastronomica attenta alla qualità arricchiscono un soggiorno che si fa esperienza sensoriale a tutto tondo. L'Horizon Wellness & Spa Resort non è solo una destinazione per chi desidera rilassarsi, ma anche un punto di partenza privilegiato per scoprire le bellezze del territorio, tra natura, arte e tradizione. La gestione della pulizia di questa struttura a 4 stelle, con ristorante interno e un'ampia area benessere, è stata organizzata con un modello "misto", che risulta particolarmente virtuoso in termini di reputazione e soddisfazione dei clienti. Ne parliamo con il direttore **Jacopo Perego** e con **Davide Romano**, co-founder

di Best Sourcing, la società che fornisce il servizio, specializzata nell'housekeeping, che affianca oltre cento strutture in tutta Italia con servizi personalizzati.

Direttore, può raccontarci in breve la vostra struttura e come avete organizzato i servizi di pulizia?

"Il nostro è l'Horizon Resort, un hotel con 63 camere, un ristorante interno ("MIT"), un'ampia area wellness con idromassaggio, sauna, bagno turco, stanza del sale, frigidarium e una zona esterna con piscina e giardino dedicati anche agli eventi. Per quanto riguarda la pulizia, abbiamo scelto l'esternalizzazione: le camere sono affidate in outsourcing a una società specializzata, mentre le aree comuni (ristorante, SPA, spazi esterni) sono gestite direttamente dal nostro personale interno".

Come mai avete deciso di esternalizzare il servizio camere?

"La decisione nasce da due esigenze principali. La prima riguarda la specializzazione e



Jacopo Perego

Direttore dell'Horizon Wellness & Spa Resort

formazione, aree in cui le società di outsourcing hanno una preparazione mirata, garantiscono personale già formato e aggiornato. La seconda è la flessibilità perché riescono a modulare il numero di cameriere a seconda dei picchi di lavoro. Questo ci consente di gestire meglio l'occupazione variabile senza dover assumere o ridurre personale internamente”.

Qual è il ruolo della formazione in questo tipo di organizzazione?

“Per il personale in outsourcing, la formazione è totalmente a carico della società esterna, così come l'esecuzione del lavoro, l'utilizzo di prodotti e attrezzature di loro proprietà, e questo è un grande vantaggio. Per il personale interno, invece, organizziamo noi corsi di aggiornamento, spesso in collaborazione con i fornitori di prodotti e detergenti. Questi incontri servono sia per l'uso corretto dei materiali sia per il rispetto delle norme di sicurezza”.

Dal punto di vista degli ospiti, quanto conta oggi la pulizia?

“Conta tantissimo, ancora più che in passato. Dopo la pandemia, la sensibilità dei clienti sulla pulizia è cresciuta enormemente: è diventata un criterio di scelta e un fattore di fiducia. Per questo abbiamo una governante interna che controlla la qualità del lavoro della società esterna: il controllo è meticoloso, quasi maniacale, per garantire standard sempre alti”.

Ricevete spesso feedback sulla pulizia? Come li gestite?

“Sì, monitoriamo costantemente le recensioni online tramite un software che ci segnala gli argomenti più citati. La pulizia è uno dei punti più apprezzati della nostra struttura, risulta regolarmente tra i parametri con punteggi più alti. Ogni segnalazione viene verificata e, se necessario, corretta tempestivamente”.

Possiamo quindi dire che la pulizia è un fattore competitivo per voi?

“Assolutamente sì. La pulizia non è più solo un requisito “scontato”: è diventata un elemento di differenziazione rispetto alla concorrenza. Un hotel che non garantisce pulizia impeccabile perde credibilità e ospiti”.



State investendo anche nell'aspetto green e sostenibile della pulizia?

“Sì, anche se siamo in fase di evoluzione. Abbiamo già introdotto diverse pratiche: eliminazione dei bicchieri di plastica monouso, sostituiti da cartoncino biodegradabile; riduzione della plastica nelle linee cortesia, con dispenser ricaricabili al posto delle confezioni singole; comunicazioni in camera per sensibilizzare gli ospiti al riuso degli asciugamani. Il prossimo passo sarà ottenere la certificazione ambientale, a cui stiamo già lavorando”.

Che cosa chiedete in concreto ai vostri partner esterni, sia nel servizio di outsourcing che nei fornitori di prodotti?

“Prima di tutto affidabilità: anche se il servizio è esternalizzato, per l'ospite il risultato è sempre percepito come responsabilità dell'hotel. Chiediamo quindi che i nostri standard siano rispettati e condivisi. Per la detergenza, pretendiamo prodotti di qualità e un'assistenza tecnica puntuale, con soluzioni specifiche in base ai materiali da trattare. Collaboriamo anche sulla formazione del personale, per garantire l'uso corretto dei prodotti”.

Davide Romano di Best Sourcing, come nasce la progettazione di un servizio di pulizia in un hotel e nell'Horizon in particolare?

“Il punto di partenza è sempre l'ascolto della struttura. Ogni hotel ha dinamiche proprie, quindi studiamo i flussi, i volumi di camere, le aree comuni e le esigenze della direzione. L'obiettivo è trasformare un costo fisso – quello del personale interno – in un costo variabile, mantenendo qualità e continuità. Così abbiamo fatto anche presso l'hotel Horizon. Non ci limitiamo a essere semplici fornitori: ci consideriamo partner strategici e oggi lavoriamo stabilmente con circa un centinaio di hotel”.

Qual è il peso della pulizia nella reputation di un hotel?

“Enorme. Basta guardare le recensioni online: pulizia e connessione wi-fi sono i primi fattori che gli ospiti menzionano. Dopo la pandemia l'attenzione è cresciuta ancora. Oggi un hotel, per essere competitivo, deve essere non solo pulito ma anche percepito come ambiente sicuro, sanificato e curato nei dettagli. È un elemento che incide direttamente sulla brand reputation e su questo abbiamo lavorato in sinergia con la direzione e la struttura dell'hotel. Noi non vendiamo semplice lavoro, ma qualità percepita. Il nostro compito è permettere all'hotel di offrire ai propri ospiti un ambiente impeccabile, perché oggi la pulizia non è solo un requisito, è un fattore competitivo”.



Davide Romano

Co-founder di Best Sourcing

Come organizzate e gestite il personale?

“Abbiamo un sistema strutturato. Ci sono gli area manager, che seguono più strutture e gestiscono la parte burocratica e organizzativa, e le governanti, che invece si concentrano sull'operatività quotidiana e la gestione diretta del personale mantenendo i rapporti diretti con la direzione. Il personale viene selezionato, inserito in un periodo di prova direttamente sul campo e poi seguito con aggiornamenti periodici. Per noi la stabilità è essenziale: cerchiamo di non spostare continuamente gli addetti da un hotel all'altro, perché la continuità porta qualità. Il personale che lavora all'Horizon si sente parte sia dell'azienda che dell'hotel”.

Il turnover resta però una sfida per il settore. Come lo affrontate?

“È vero, il turnover è fisiologico, ma lavoriamo per ridurlo. Investiamo in formazione, motivazione e soprattutto nel rispetto dei diritti dei nostri dipendenti: i nostri collaboratori devono percepire affidabilità. In più cerchiamo di creare senso di appartenenza, sia verso Best Sourcing che verso la struttura in cui lavorano, come già dicevo. Il personale deve sentirsi parte di una squadra, non un semplice numero”.

Quali strumenti usate per garantire qualità e controlli costanti?

“Abbiamo procedure precise: facciamo Audit, abbiamo protocolli operativi, controlli incrociati tra governanti e area manager e strumenti digitali che permettono di monitorare in tempo reale lo stato delle camere. Tutto questo dà sicurezza all'hotel e garantisce standard uniformi. Un aspetto fondamentale è anche la trasparenza nei rapporti con la direzione: ci assumiamo la responsabilità del servizio sotto tutti i punti di vista sia operativi che etici”.

E per quanto riguarda i prodotti e le tecnologie?

“Utilizziamo prodotti certificati Ecolabel e linee green, con sistemi di dosaggio controllato per evitare sprechi. Anche le attrezzature sono realizzate con materiali riciclati e riciclabili. Per alcuni interventi specifici usiamo prodotti più tecnici, gestiti direttamente dalle governanti per garantire sicurezza. Sul fronte tecnologico stiamo introducendo tablet e sistemi digitali per facilitare comunicazioni e tracciabilità, ma la pulizia delle camere resta un'attività che richiede la professionalità dell'essere umano: nessun robot può sostituire l'occhio e la cura di una cameriera ai piani”.



Manuela Mandressi di Tremand

fornitore di attrezzature, macchine e prodotti per la pulizia professionale sia dell'Horizon Wellness e Spa resort sia di Best Sourcing.

SCOPRI LA NOSTRA GAMMA



porta l'innovazione al servizio
dell'uomo

www.vhitrobotics.com

UNEXPECTED ITALY E IL MANIFESTO DELL'OSPITALITÀ ETICA: UN NUOVO MODELLO DI TURISMO RESPONSABILE



Tra over-tourism e prezzi insostenibili, nasce una risposta che mette al centro autenticità, etica e rispetto per i territori. Con l'app Unexpected Italy e il Manifesto dell'Ospitalità Etica, già sottoscritto da quasi 500 operatori italiani, i fondatori Elisabetta Faggiana e Savio Losito lanciano una sfida al turismo di massa, proponendo un modello fondato sul radicamento e sulla trasparenza.



Un'estate segnata da contrasti

La stagione turistica italiana vive da tempo una polarizzazione evidente: da un lato spiagge svuotate e località costiere con cali fino al 25% delle presenze, in regioni come Emilia-Romagna e Calabria, come evidenziato dai dati del sindacato italiano balneari (Sib) nel mese di luglio, dall'altro vette e laghi "da Instagram" sempre più saturi, con problemi di sicurezza, qualità e sostenibilità. Il risultato è un turismo squilibrato, dove i residenti faticano a difendersi dall'assalto dei visitatori e i viaggiatori spesso si sentono delusi da un'offerta che privilegia il guadagno facile a scapito dell'autenticità. In questo scenario, si colloca la visione di Unexpected

Italy, start-up innovativa fondata da **Elisabetta Faggiana** e **Savio Losito** (nella foto), recentemente premiata anche in sedi internazionali come le Nazioni Unite.

"Una bussola per viaggiatori consapevoli"

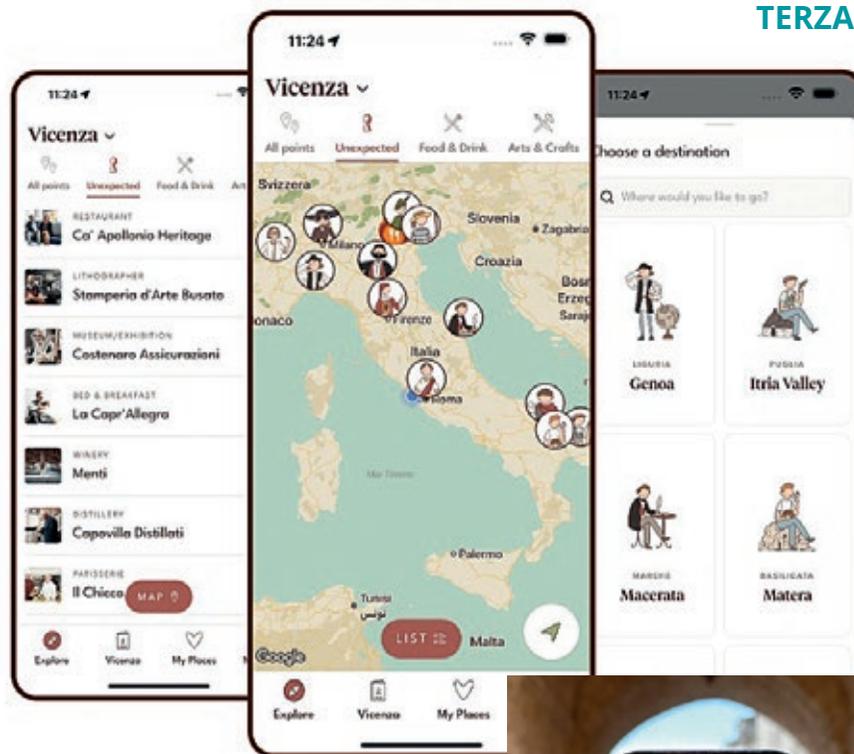
Definita così dal 'The Guardian', Unexpected Italy nasce come app pensata per mappare luoghi autentici e creare un collegamento diretto tra viaggiatori e realtà locali: artigiani, osti, produttori, piccoli albergatori. Non un semplice catalogo turistico, ma una bussola per chi vuole vivere l'Italia vera, lontano dai percorsi inflazionati e dalle logiche del turismo di massa. La tecnologia diventa alleata della lentezza e della qualità: attraverso intelligenza

di Chiara Calati

artificiale e sistemi di raccomandazione, l'app propone esperienze calibrate sugli interessi del viaggiatore, favorendo una distribuzione più equilibrata dei flussi e riducendo la pressione sulle mete più esposte.

Il Manifesto dell'Ospitalità Etica

Cuore del progetto è il Manifesto dell'Ospitalità Etica, già firmato da quasi 500 operatori. Il documento definisce un modello turistico che si oppone agli eccessi dell'overtourism e promuove un approccio rispettoso, fondato su dieci principi chiave: trasformare il turismo in una forza positiva per residenti e viaggiatori; sensibilizzare sugli impatti del turismo di massa; sostenere un modello sociale basato su valori e partecipazione locale; promuovere artigianato, agricoltura e tradizioni senza intermediazioni speculative; mettere la sostenibilità al centro, con obiettivi concreti e verificabili; incentivare un turismo lento, legato a cammini, ciclismo e mezzi a basso impatto; custodire i mestieri e i saperi antichi a rischio di estinzione; abbattere le barriere architettoniche e garantire accessibilità; incoraggiare l'uso di energie pulite; usare la tecnologia non per standardizzare, ma per personalizzare e destagionalizzare. *"Sottoscrivere il Manifesto - afferma Elisabetta Faggiana - è il primo passo per abbracciare un impegno condiviso e una prospettiva autentica. Alle parole devono seguire azioni concrete e responsabili, supportate da un rigoroso processo di screening, raccomandazioni locali e verifiche in loco, per assicurare che ogni realtà abbia e mantenga un approccio etico e di valore, perché chi accoglie con professionalità ed etica c'è e va valorizzato. Il Manifesto non è uno slogan, ma un patto di responsabilità. Chi lo sottoscrive si impegna a un approccio etico e trasparente, verificato attraverso screening e controlli sul territorio. È un modo per dire che l'Italia non è fatta solo di luoghi da cartolina, ma di comunità vive che meritano rispetto."* Savio Losito, co-founder di Unexpected Italy, aggiunge: *"Il problema non è tanto pagare molto, ma pagare molto per avere poco. Il prezzo deve sempre essere commisurato all'offerta, così un ristorante esclusivo, con pochi coperti, un team preparato e materie prime eccellenti ha giustamente un prezzo più elevato rispetto ad una trattoria semplice, autentica, con cucina locale e prezzi più accessibili. Entrambe sono valide, se c'è trasparenza e valore reale"*.



Ribelli con le radici, una sfida aperta

L'adesione al Manifesto crea una comunità di host, ristoratori e artigiani che si definiscono "ribelli con le radici": operatori che rifiutano scorciatoie e mode passeggere per restare fedeli alla propria identità. Il risultato è una rete nazionale che intende valorizzare l'Italia minore, quella dei borghi, delle botteghe e delle esperienze a chilometro zero. Questa filosofia risponde a un bisogno sempre più sentito: un turismo che non consumi il territorio, ma lo custodisca, creando un circolo virtuoso tra economia locale, sostenibilità ambientale e soddisfazione del viaggiatore. Unexpected Italy non è solo un'app, ma un movimento culturale che vuole cambiare il modo di intendere l'ospitalità in Italia. La sfida è ambiziosa: trasformare il turismo in una forza positiva capace di coniugare prosperità economica, conservazione del patrimonio culturale e ambientale, benessere dei residenti e soddisfazione dei viaggiatori.

La voce di chi usa l'app

Le prime recensioni da parte dei viaggiatori e degli operatori locali confermano la bontà del progetto. Gli utenti sottolineano come l'app non si limiti a elencare destinazioni, ma guidi verso esperienze autentiche, facendo scoprire luoghi sconosciuti e attività selezionate con cura. La grafica semplice e intuitiva viene apprezzata per l'immediatezza, mentre la



missione di fondo è percepita come un valore aggiunto: viaggiare con Unexpected Italy significa vivere esperienze più ricche, con un senso di partecipazione e rispetto per chi accoglie. Dal lato degli host, ristoratori e albergatori evidenziano l'opportunità di essere valorizzati per ciò che realmente offrono, senza la pressione delle commissioni o delle logiche omologanti delle grandi piattaforme. La possibilità di raccontare direttamente la propria storia viene vissuta come un riconoscimento della propria identità e professionalità. Come ricordano i fondatori, la chiave è la coerenza: parole e principi devono tradursi in azioni concrete. Solo così sarà possibile restituire al turismo italiano quella dimensione di autenticità e bellezza che lo rende unico al mondo.

CLEANING PROFESSIONALE, UN MERCATO CHE “FA LA DIFFERENZA”



Per chi lavora nell’HORECA il mercato del cleaning professionale è un alleato prezioso nel lavoro quotidiano che contribuisce a creare ambienti accoglienti e igienicamente sicuri. Scopriamolo più da vicino grazie ai dati dell’ultima indagine quali-quantitativa promossa da AFIDAMP, associazione che riunisce i fabbricanti e i distributori italiani di prodotti, macchine e attrezzature per la pulizia professionale, e realizzata da Cerved.



Il mercato del cleaning professionale, solido, dinamico e innovativo, gode di ottima salute e può davvero fare la differenza in tutto il settore HORECA. Ecco perché vale la pena di scoprirne tutte le potenzialità partendo dai dati: quelli messi nero su bianco dall’annuale indagine quali-quantitativa AFIDAMP-Cerved su produttori e distributori del cleaning italiano.

Ben sette miliardi di valore complessivo

L’indagine, condotta tra aprile e giugno 2025 e riferita all’annualità 2024, restituisce un ritratto fedele del comparto produttivo come di quello distributivo: un ecosistema che vale complessivamente circa sette miliardi di euro e si distingue per resilienza, capacità di innovazione e apertura internazionale. Spiega **Carmine Iuliano** di Cerved: *“Il mondo del cleaning continua a dimostrare una grande maturità. Il principale elemento di forza sta nella capacità di reagire alle sfide del mercato*

nazionale e di quelli internazionali”. Importante il ruolo della rete commerciale e del marketing, leve fondamentali per costruire relazioni solide e durature.

Ottime performance di Chimici e Macchine

Il valore complessivo del mercato della produzione, emerso dall’indagine che ha coinvolto 200 aziende secondo le metodologie Cawi e Cati (con interviste via web e telefoniche), si attesta nel 2024 intorno ai 4 miliardi di euro, in linea con il 2023. Scendendo nel dettaglio, emerge che il segmento Chimici si conferma il più rilevante con circa 1,5 miliardi di fatturato, seguito da quello delle Macchine, che vale oltre 1,1 miliardi. La Carta ha registrato una lieve contrazione, mentre Attrezzature, Fibre e Panni e Altri prodotti hanno mantenuto un andamento stabile o lievemente positivo. L’export continua a giocare un ruolo fondamentale, con il 50% del fatturato totale.

di **Simone Finotti**

Vocazione internazionale

Una vocazione internazionale che si sente molto nelle Macchine, con una quota del 67%, nelle Attrezzature (57%) e nella Carta (55%), mentre la componente chimica rimane prevalentemente orientata all'interno. Il principale mercato di riferimento è rappresentato dall'Europa occidentale, seguita dall'Europa orientale e dal Medio Oriente.

Molti si affidano all'Intelligenza Artificiale

Non poteva mancare il riferimento all'IA, perché il tema dell'intelligenza artificiale ha fatto il suo ingresso tra le iniziative concrete: già un'azienda su quattro ha avviato applicazioni nel 2024, in particolare per l'ottimizzazione della *supply chain*, la manutenzione predittiva, il design di nuovi prodotti e il controllo qualità. Riguardo ai servizi offerti, la consulenza pre e post-vendita rimane dominante, seguita da formazione, assistenza e noleggio. I settori di sbocco principali per la produzione sono l'industria, con una quota rilevante del settore metalmeccanico (60%) e alimentare (57%), oltre all'HORECA e alla sanità, che risultano in netta crescita.

Si continua a ricercare e brevettare

Anche quello della sostenibilità resta un tema-chiave. Come ormai da diversi anni a questa parte i prodotti "green" incidono in modo stabile sul fatturato, con una leggera riduzione della quota superiore al 50%. A questo proposito vale la pena mettere in evidenza che, nonostante la crescente presenza di articoli da paesi emergenti, la metà delle imprese non ha modificato le proprie strategie commerciali; le restanti hanno puntato su innovazione, branding e ottimizzazione dei costi. Si tratta di realtà con una spiccata vocazione in Ricerca & Sviluppo: un quarto delle aziende ha registrato brevetti negli ultimi cinque anni, a testimonianza dell'investimento crescente in innovazione e ricerca.

Alleati preziosi per l'HORECA: ecco i dealer!

Come sempre l'indagine ha analizzato anche il ruolo e il peso sull'intero settore del Cleaning Professionale del canale distributivo, con interviste condotte in questo caso

su 250 aziende del settore. Si tratta, come ben sappiamo, di riferimenti preziosi per chi gestisce una struttura alberghiera e ricettiva in generale. Anche in questo caso la prevalenza geografica è concentrata al Nord, ma con una distribuzione più equilibrata rispetto al comparto produttivo, includendo anche Centro e Sud Italia. In termini merceologici l'offerta delle aziende distributrici si conferma ampia e diversificata, con una netta predominanza nella vendita di prodotti per la pulizia professionale (90%), seguiti da attrezzature (70%), macchinari (66%) e servizi di noleggio (53%).

I trend della distribuzione, mercato da 3 miliardi

Il giro d'affari totale del comparto nel 2024 si avvicina ai 3 miliardi di euro, con un'incidenza significativa delle aziende più strutturate: il 15% delle imprese genera oltre metà del fatturato complessivo. Si tratta d'altra parte di un trend che segue ciò che avviene in altri Paesi europei, e di cui su queste pagine diamo testimonianza ormai da tempo. I prodotti chimici risultano i più rilevanti in termini di incidenza media sul fatturato, seguiti da prodotti di consumo e dalla vendita di macchine. Anche in questo caso il comparto appare in crescita leggera rispetto al 2023, sia per i volumi sia per la strutturazione interna.

Il post-vendita, dalla consulenza al supporto

Un altro aspetto che interessa non poco la clientela alberghiera è quello della consulenza e, in generale, di tutto il post-vendita. Come sta andando? I dati confermano che il mercato servito è prevalentemente regionale, anche se cresce la quota di aziende che operano a livello nazionale e interna-

zionale. In termini di servizi, la consulenza di vendita è quella che assorbe il maggior numero di giornate/anno, seguita da manutenzione, noleggio e formazione.

Tre aziende su quattro organizzano corsi di formazione

A proposito di quest'ultimo aspetto, importantissimo per la fidelizzazione della clientela (anche quella alberghiera) e la crescita del know-how complessivo del settore, si sottolinea che l'offerta formativa interna alle aziende è stabile: circa il 75% di esse organizza corsi, soprattutto in ambito commerciale e tecnico-operativo. La composizione della *customer base* è fortemente radicata: circa il 70% dei clienti è infatti continuativo. Se passiamo ad analizzare i settori di "sbocco", tra quelli che generano maggior valore troviamo l'HORECA (hotel, ristorazione e catering), che vale circa 520 milioni: un comparto che continua a rivelarsi essenziale per l'intero mercato del cleaning professionale italiano.

HOSPITALITY

OXY CARE
QUALITY CLEANING

Riduci
le referenze
sul carrello,
aumenta
le performance
di **pulizia**
e la percezione
di pulito

SOCHIL

OUTSOURCING PER L'HOTELLERIE: qualità, innovazione e partnership al servizio dell'ospitalità



Marco Maggioni, Direttore della Filiale Hotel Dussmann, approfondisce la nuova divisione dedicata ai servizi in outsourcing per il settore alberghiero. Dalla strategia aziendale alla personalizzazione dell'offerta, dalla competenza del personale alla tecnologia: un modello che trasforma il fornitore in un vero e proprio partner per gli hotel.

di Chiara Calati

Cosa ha portato alla nascita della filiale hotel?

“Da sempre la nostra strategia è stata quella di differenziare i servizi e i settori di attività, dalla pulizia, alla ristorazione, dal portierato alla manutenzione, crescendo quasi sempre in modo organico. Dopo l'esperienza nell'healthcare e in ambito industriale, abbiamo individuato nell'hotellerie un settore in forte evoluzione, con esigenze sempre più specifiche. Nel 2023 abbiamo deciso di lavorare a questo progetto, investendo internamente in risorse operative e commerciali, per arrivare ad ufficializzare una divisione autonoma e dedicata, con una filiale esclusivamente per il settore alberghiero, ad aprile di quest'anno”.

Gli hotel si stanno orientando sempre di più sull'outsourcing? Quali sono i vantaggi?

“Sì, è una tendenza sempre più diffusa, ragion per cui le aziende che lo forniscono devono essere sempre più strutturate, organizzate e specifiche per questo settore. La prima esigenza è la qualità del servizio: pulizie, portierato, manutenzione, guardiania e tutti i servizi di facility richiedono competenze aggiornate e tecnologie innovative, che spesso le strutture

interne non riescono a gestire da sole. Esternalizzare permette di avere standard elevati, continuità operativa e tempi di intervento rapidi. La seconda esigenza è la garanzia della gestione di tutta la parte giuslavoristica, articolata e complessa, di cui l'hotel non si deve più preoccupare. Noi siamo riconosciuti tra le aziende più solide e affidabili in questo ambito, e questo dà serenità ai nostri clienti. Infine, l'outsourcing porta un vantaggio economico, senza nascondere, attraverso una gestione più efficiente e una riduzione dei costi”.

Non si tratta solo di fornitura, ma di progettazione in partnership del servizio?

“Esattamente. Non offriamo pacchetti standard, ma costruiamo insieme ai clienti servizi su misura. In alcuni casi la collaborazione è nata già in fase di progettazione del processo di outsourcing. Ciò significa lavorare insieme non solo su aspetti tecnici e organizzativi, ma anche giuslavoristici e di compliance. Questo approccio viene molto apprezzato: ci sentiamo “di famiglia” all'interno degli hotel in cui operiamo”.

Quali servizi sono maggiormente richiesti dagli hotel?

“Il punto di ingresso è spesso l'housekeeping, ma una volta consolidata la fiducia si esten-



Marco Maggioni

Direttore della Filiale Hotel Dussmann

de rapidamente anche ad altri servizi come manutenzione, portierato, food & beverage e persino sicurezza. Il valore aggiunto è offrire un pacchetto completo, che risponde all'esigenza di continuità, affidabilità, flessibilità del servizio e assistenza costante”.

Qual è l'approccio alla diffusione sempre più massiva di nuove tecnologie?

“All'inizio c'è sempre un po' di scetticismo, soprattutto da parte di chi è abituato a gestire i servizi “in casa”. Ma quando dimostriamo concretamente i vantaggi – dal monitoraggio energetico alle attrezzature avanzate per le pulizie – la tecnologia diventa un alleato indispensabile. Per noi non è un costo a fondo perduto, ma un investimento che aumenta efficienza, sicurezza e sostenibilità”.

La sostenibilità è sempre più centrale per gli hotel. Come vi muovete in questo ambito?

“Abbiamo investito molto, sia a livello italiano sia di gruppo, ricevendo diversi riconoscimenti

in materia di ambiente e responsabilità sociale. Non ci limitiamo a garantire standard minimi, ma aiutiamo i clienti a valorizzare le loro politiche green. Dalle soluzioni di manutenzione energetica all'uso di prodotti e attrezzature ecologiche per la pulizia, offriamo strumenti concreti che rispondono sia alle normative sia alle nuove sensibilità dei clienti finali”.

Un punto critico è sempre la gestione del personale. Come affrontate questo tema?

“La formazione è un pilastro. Offriamo una formazione obbligatoria sulle norme che regolano i rapporti di lavoro, sugli aspetti della sicurezza, ma anche percorsi di crescita e specializzazione specifici per l'hotellerie. Questo permette di fidelizzare il personale. Il turnover è uno dei problemi più diffusi nel settore ed è necessario investire molto in politiche di retention. Non è un caso che il nostro tasso di turnover sia molto basso rispetto alla media”.

Dove siete già operativi con la nuova divisione?

“Al momento ci stiamo concentrando su Lazio e Campania. A Roma siamo presenti in strutture di prestigio come l'Hotel Quirinale, l'Hilton e gli hotel della catena H10. In Campania collaboriamo con gli hotel Vanvitelli e a breve inizieremo con altre tre strutture di riferimento a Napoli. Non vogliamo una crescita a macchia di leopardo: preferiamo uno sviluppo graduale ma sostenibile, sempre accompagnato dall'adeguato rafforzamento delle funzioni interne”.

Qual è il riscontro da parte degli albergatori?

“Molto positivo. In questo settore il passaparola conta ancora molto e ci sta aiutando a crescere. Gli hotel apprezzano la tempestività, la professionalità del personale, la copertura multidisciplinare e la sicurezza di normativa. È un circolo virtuoso: la soddisfazione degli operatori e dei clienti finali si traduce in fiducia e in nuove collaborazioni”.



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

Macchine autonome per la pulizia in hotel, È ARRIVATA LA GUIDA AFIDAMP



Il gruppo di lavoro di AFIDAMP (Associazione Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzature per la Pulizia Professionale) dedicato alle macchine ha pubblicato la nuova "Guida alle macchine autonome per la pulizia professionale": vi si dettagliano funzioni, tipologie, tecnologie di navigazione e molto altro. Uno strumento utile anche per il settore alberghiero.

Anche in hotel, ormai, l'utilizzo di macchine autonome per le operazioni di pulizia è prassi consolidata, soprattutto per determinate esigenze di pulizia: se è vero che il settore alberghiero, per le sue peculiarità, è fra quelli in cui la pulizia manuale ha ancora un ruolo decisivo, è altrettanto innegabile che anche qui l'automazione stia conquistando spazi sempre maggiori.

Un utile strumento per orientarsi

In questo senso è molto utile, per gli hotel e le strutture ricettive, la nuova "Guida alle macchine autonome per la pulizia professionale", frutto del lavoro del "focus team" di AFIDAMP (Associazione dei Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale e l'Igiene degli ambienti e scaricabile dal sito dell'associazione (www.afidamp.it). La nuova guida si rivela uno strumento completo per orientarsi in un settore tra i più dinamici: l'accelerazione tecnologica nelle pulizie professionali, in effetti, ha portato allo sviluppo di macchine autonome sempre più avanzate, progettate per migliorare l'efficienza operativa, essere sicure per gli operatori e ridurre l'impatto ambientale.

Un universo da esplorare

Un universo che l'associazione ha voluto esplorare e approfondire in un documento, destinato a tutti gli attori della filiera, dai produttori e distributori agli utilizzatori finali. Precisa **Stefania Verrienti**, Direttore AFIDAMP, "lo scopo è facilitare la transizione verso tecnologie innovative che migliorano la produttività, garantiscono alti standard di igiene e sicurezza e riducono l'impatto ambientale".

Sezioni specifiche

Il testo è suddiviso in sezioni focalizzate su specifici aspetti. Si parte da un'analisi dei



principali tipi di macchine professionali, come lavasciuga, spazzatrici e aspirapolvere, con particolare attenzione alla loro capacità di automatizzare attività ripetitive, caratteristica molto utile anche nei contesti dell'ospitalità. Vengono poi approfondite le tecnologie di navigazione e i sistemi di controllo che rendono possibili le operazioni autonome, descrivendo l'uso di sensori avanzati, software di navigazione e strumenti di reportistica.

Le lavasciuga, alleate essenziali in hotel. Ma non solo

Tra i capitoli più interessanti c'è quello dedicato alle lavasciugapavimenti, che combinano le funzioni di lavaggio e asciugatura, ideali per la pulizia di superfici dure in diversi contesti; le spazzatrici, progettate per la rimozione di detriti, polvere e sporco leggero, e adatte sia per ambienti interni sia esterni come ad esempio i parcheggi; ma anche le aspirapolvere, che utilizzano uno

di **Umberto Marchi**

o più motori con turbina per generare una depressione consentendo l'aspirazione di polvere, liquidi e particelle. In tutti questi casi le macchine autonome rappresentano una soluzione avanzata per ottimizzare le operazioni ripetitive e migliorare l'efficienza.

Gli elementi-cardine dell'automazione

Gli elementi chiave includono: programmabilità; navigazione autonoma grazie a sensori, telecamere e algoritmi avanzati; raccolta e analisi dei dati. Da non dimenticare poi l'autonomia manutentiva. L'industria sta sviluppando tecnologie innovative per ampliare il campo dell'automazione della pulizia, includendo robot idropultrici, macchine ad iniezione/estrazione automatiche e dispositivi per la pulizia di superfici verticali come vetri, pareti e facciate: come si vede, si tratta di soluzioni molto utilizzate nei vari ambienti dell'hotel, che, come ricordiamo spesso, è una struttura articolata. Il tutto in sinergia con l'attività umana, che resta comunque indispensabile.

Sensori sofisticati per evitare gli ostacoli

In albergo sono diversi gli ingombri che le macchine per il cleaning possono incontrare: per questo si rivelano utilissimi i sensori ad ultrasuoni, che sfruttano onde sonore per individuare oggetti o ostacoli. Tra le principali caratteristiche troviamo la protezione con muri virtuali a 360°, una "barriera invisibile" contro il passaggio di oggetti o persone non autorizzati. Ampio il range operativo: sono in grado di rilevare oggetti a distanze variabili tra 3 cm e 1 m. I più sofisticati comprendono il rilevamento di vetri e materiali trasparenti. Noto l'affidabilità in ambienti luminosi e polverosi.

Telecamere di profondità

Altre dotazioni che possono rivelarsi utili in hotel sono le telecamere di profondità 3D, che sfruttano la visione stereoscopica per rilevare la profondità degli oggetti nell'ambiente (in albergo ce ne sono eccome...). Tra le prerogative spiccano la capacità avanzata di evitare ostacoli, il range operativo tra i 20 cm e gli oltre 10 m, la capacità di rilevamento tridimensionale con mappatura dettagliata degli ambienti.



"Lidar", una frontiera attuale

Una delle frontiere più attuali è quella della tecnologia Lidar (che sta per Light Detection and Ranging): basata sulla scansione laser, è uno strumento fondamentale per la rilevazione e la mappatura dell'ambiente. Le sue principali caratteristiche includono l'ampio range operativo (fino a 40 metri e più), l'elevata risoluzione e precisione con misurazioni altamente accurate delle distanze e la rappresentazione in tre dimensioni degli ambienti per applicazioni avanzate di navigazione autonoma e mappatura complessa.

Nuove tecnologie di navigazione autonoma

La Guida poi entra ancor più nello specifico alla luce del nuovo Regolamento Macchine 1230 del 2023, che diverrà pienamente operativo dal 2027. Ci si addentra nelle tecnologie AMR - Robot Mobili Autonomi, che integrano una varietà di sensori per raccogliere dati in tempo reale sull'ambiente e si distinguono per la loro capacità di navigare autonomamente sfruttando sensori avanzati e algoritmi sofisticati, e Automated Guided Vehicles, che navigano seguendo percorsi predefiniti utilizzando diverse tecnologie di guida, ognuna adatta a specifici ambienti e applicazioni. Interessante anche la parte dedicata al reporting.

Figure professionali e formazione

Il documento si concentra poi sulle figure professionali necessarie per accompagnare nel modo più proficuo la "transizione" al 5.0, dal fleet manager al supervisore. Tutto ciò, tuttavia, non deve far smarrire la strada maestra della sostenibilità: per i robot di pulizia professionale rappresenta un concetto centrale, che include l'adozione di tecnologie e pratiche mirate a ridurre l'impatto ambientale e ottimizzare l'efficienza energetica durante le operazioni di pulizia.

Con un occhio alla sostenibilità

Tutto questo può tradursi, in albergo, in un'attenzione al green che verrà sicuramente apprezzata dai clienti e, in generale, dall'opinione pubblica (non dimentichiamo che ormai si vive di recensioni). Fondamentale, in questo senso, anche il monitoraggio costante dei consumi e delle performance delle macchine e delle batterie, con l'obiettivo di allungarne la vita utile e ridurre l'impatto ambientale nel lungo periodo. Un approccio cruciale per minimizzare l'impatto ambientale riguarda anche l'analisi dell'intero ciclo di vita del prodotto, che la tecnologia permette di monitorare.

Per scaricare la Guida:
www.afidamp.it

ARIA PULITA, COMFORT GARANTITO: COME MIGLIORARE L'ESPERIENZA DEGLI OSPITI



Perché è importante pulire regolarmente gli impianti aeraulici? Una domanda che sembra scontata, soprattutto in hotel, ma che spesso passa in secondo piano per disattenzione, superficialità e scarsa propensione ad investire. Qui alcune importanti risposte, con il prezioso aiuto di AIISA, Associazione italiana igienisti sistemi aeraulici.

di Giuseppe Fusto

Il Covid, per fortuna sempre più lontano, ci ha insegnato – pur nel dramma – tante cose fondamentali: una di queste è l'importanza della qualità dell'aria, negli ambienti privati come in quelli pubblici, nei contesti di lavoro e, ovviamente, di soggiorno.

In albergo è essenziale la qualità dell'aria

Gli alberghi e le strutture ricettive – in cui gli impianti di condizionamento dell'aria indoor sono indispensabili – non fanno certo eccezione: anche senza scomodare la pandemia, dove mettiamo altri rischi altrettanto preoccupanti, su tutti la Legionella? Non c'è bisogno di ricordare che si tratta di una forma morbosa sviluppatasi proprio in con-



testo alberghiero, e che ogni anno coinvolge solo in Italia migliaia di persone. Tra i principali "sospettati" ci sono proprio gli impianti aeraulici, che richiedono una regolare attività di manutenzione e pulizia: un sistema sporco, infatti, può facilmente diventare il ricettacolo di agenti patogeni anche molto pericolosi.

Il ruolo di AIISA

È qui che entra in scena AIISA, l'Associazione italiana igienisti sistemi aeraulici, che dal 2004 si propone di condividere tutte le informazioni inerenti alle procedure più innovative nel proprio campo di azione, e di mettere al servizio di aziende, istituzioni pubbliche e associazioni il proprio know-how tecnico e normativo. Lo fa anche attraverso strumenti di facile accesso e consultazione come le "faq", *frequently asked questions* che si trovano, sempre aggiornate, sul sito dell'associazione (<https://aiisa.eu/faq/>). Fra le quali, ogni tanto, è utile "spigolare" per restare sempre aggiornati su tematiche di fondamentale importanza per il settore dell'hospitality.

Perché è importante tenere puliti gli impianti?

Si parte dalla "madre" di tutte le questioni, vale a dire l'importanza di pulire bene e re-

golarmente i sistemi. Gli edifici provvisti di sistemi di aerazione, infatti, richiedono una regolare pulizia di tutte le componenti aerauliche. Oltre al normale accumulo di polvere e sporcizia ci sono molti altri fattori che incrementano la necessità di interventi regolari. Tra questi la presenza di animali con molto pelo, l'esistenza di eventuali aree fumatori, la contaminazione dell'acqua per danni all'edificio o all'impianto aeraulico, o anche progetti di ristrutturazione dei locali.

Occhio alle patologie e all'età degli ospiti

Attenzione anche alle patologie (allergie, asma o quant'altro) di cui possono soffrire gli occupanti (o ospiti, nel caso degli hotel) dell'edificio: alcuni sono più sensibili alle sostanze contaminanti rispetto ad altri. Ad esempio, chi soffre di allergie e asma, così come i bambini piccoli e gli anziani, tende ad essere più esposto ai rischi derivanti dalla permanenza in un ambiente caratterizzato da una scarsa qualità dell'aria indoor. In questi casi è assolutamente importante assicurarsi che gli impianti aeraulici siano bonificati e mantenuti regolarmente.

Ma quanto mi costa?

Veniamo ai costi, la cui valutazione è strettamente legata a diversi fattori come: tipologia delle condotte aerauliche; dimensione complessiva dell'impianto; facilità d'accesso nei vari punti dell'impianto per gli addetti alla pulizia; numero degli specialisti necessari per operare una corretta bonifica; livello di contaminazione; ulteriori fattori ambientali. Occorre comunque sempre rivolgersi a professionisti e fare attenzione alle proposte che promettono "offerte speciali" o prezzi estremamente bassi, che spesso si riferiscono solo a bonifiche parziali dell'impianto e sono semplici "specchietti per allodole".

E i tempi?

Oltre ai costi, sono particolarmente importanti i tempi (in albergo, si sa, il tempo è... denaro): ebbene, anche il tempo necessario per pulire un impianto aeraulico dipende da molte variabili, come la dimensione dell'edificio, il numero dei sistemi, l'entità della contaminazione e il numero degli specialisti che svolgono il lavoro. Come per ogni scelta importante, può essere molto utile avere una "second opinion", ascoltare cioè

più imprese (di professionisti) e farsi fare preventivi accurati. Analogo discorso deve farsi per le frequenze di intervento: queste ultime sono consigliate sia dal Protocollo Operativo di AIISA sia da documenti della Conferenza Stato-Regione. Tuttavia, possono essere presenti diversi fattori che potrebbero indurre a richiedere una maggiore frequenza.

Benefici concreti e tangibili

Si tratta, lo ripetiamo, di interventi impegnativi, ma da svolgere con professionalità e la massima serietà. I benefici sono tangibili: oltre ad essere una questione di sicurezza, negli hotel è anche, molto più banalmente, una questione di sopravvivenza sul mercato. Pensiamo solo al danno di immagine di un hotel in cui scoppiano casi di legionella o da cui si esce ammalati... Il rischio è concreto! Come ampiamente dimostrato, i sistemi di riscaldamento, ventilazione e condizionamento dell'aria possono potenzialmente diffondere una grande varietà di contaminanti come muffe, funghi, batteri e particelle molto piccole di polvere, che possono compromettere lo stato di salute degli ospiti. La

rimozione di tali contaminanti deve dunque essere considerata indispensabile per attuare un completo programma di miglioramento della qualità dell'aria interna.

Meno usura e maggiore efficienza

Non è nemmeno detto che, guardando al portafoglio, tutto ciò rappresenti solo un costo: i vantaggi possono essere anche di tipo economico. Come referente in Italia Nadca (National Air Duct Cleaners Association), di cui ha adottato le procedure operative - le sole ad essere validate a livello internazionale - AIISA ha sempre il "polso" della situazione anche in merito alle più aggiornate ricerche in materia. A tale proposito, è noto come diversi studi autorevoli dimostrino che la pulizia degli impianti aeraulici consente a tali sistemi di funzionare in modo più efficiente, in virtù della rimozione dei detriti dai componenti meccanici sensibili. E oltre al risparmio energetico generato dalla funzionalità dell'impianto, il risparmio è anche assicurato dalla minore probabilità di usura dei sistemi, che ne aumenta la longevità.

TWT OPERA HOTEL
Tools Technology
ELEGANZA IN MOVIMENTO



OPERA HOTEL - Linea TWT intelligente e modulare che combina carrelli, accessori e componenti perfettamente adattabili alle esigenze di ogni struttura. Con diverse dimensioni disponibili, OPERA HOTEL rende più efficiente la gestione delle camere, facilitando il trasporto di bagagli, prodotti per la pulizia, biancheria e il rifornimento di minibar e buffet. Massima organizzazione, minimo sforzo.

PICCOLE MA RESILIENTI: ALCUNE FORMICHE TRA ECOLOGIA, RISCHI E STRATEGIE DI CONTROLLO



Le formiche rappresentano una delle infestazioni più comuni negli hotel, dove trovano abbondanza di cibo e microambienti favorevoli. La loro presenza diventa problematica per ragioni igieniche, per il rischio di contaminazione degli alimenti e per l'impatto sull'immagine della struttura.



In Europa sono presenti 480 specie autoctone di formiche, circa 13.000 in tutto il mondo distribuite su tutti i continenti, Antartide esclusa. Questi numeri sembrano piccoli, se paragonati al numero di specie di altri gruppi come i coleotteri, ma se si considera la biomassa totale le formiche sono tra i gruppi che ne rappresentano la maggior parte.

Ciclo vitale e sviluppo

Il loro sviluppo è di tipo olometabolo (uovo-larva-pupa-adulto) e gli adulti che si formano hanno ruoli ben definiti e precisi all'interno della colonia. Le operaie (tutte femmine, in alcune specie tutte simili tra loro, in altre con variazioni significative dal punto di vista morfologico, in quel caso si parla di operaie minori e maggiori) si occupano della costruzione del nido, della cura

della covata e della regina, della ricerca del cibo e della difesa dell'ingresso del formicaio. Alcune specie sono dotate di pungiglione funzionante, in altre le operaie possono spruzzare l'acido formico mentre altre specie ancora sono sprovviste del pungiglione o non risulta comunque funzionante. Le operaie di solito possono vivere da alcuni mesi ad un paio d'anni. I maschi, che escono in massa al tempo dell'accoppiamento, hanno come ruolo principale la riproduzione e di solito muoiono dopo il volo nuziale e l'accoppiamento con le future regine che fonderanno nuove colonie. Le regine sono decisamente più longeve (dai 5 ai 30 anni a seconda della specie) e si occupano di fondare nuove colonie e produrre le uova. Anche se si accoppiano con più maschi vengono fecondate da uno solo e conservano lo sperma per tutta la durata della vita.

di **Lorenzo Donati**

Un approfondimento su alcune specie presenti in Italia

Non è possibile esaurire l'intero argomento in questo spazio, analizziamo brevemente un paio di specie presenti in Italia.

Crematogaster scutellaris

Le operaie – di dimensione tra i 3 e i 5 mm – sono aggressive e tutte simili tra loro. Questa specie è presente in tutta Italia: predilige ambienti naturali con presenza di legno ma la si ritrova anche in ambienti urbani, specie tra le pietre o i mattoni. Le colonie, che



Crematogaster scutellaris

possono essere formate anche da diverse migliaia di individui, sono generalmente monoginiche (ovvero è presente una sola regina) e si assiste alla sciamatura tra i mesi di agosto e ottobre. In primavera la colonia si allarga generando dei nidi satellite (anche dentro singole galle in caso di presenza sulle querce) verso i quali è possibile vedere il trasporto della covata da parte delle operaie e che vengono poi abbandonati in autunno.

Monomorium pharaonis

Si tratta di una specie alloctona ed invasiva di ridotte dimensioni, le operaie sono lunghe circa 2 millimetri. Il corpo è giallastro



Monomorium pharaonis

con il gastro più scuro. Colonizzano in natura ambienti aperti caldi e secchi mentre in Europa si trovano esclusivamente all'interno delle abitazioni riscaldate, dove si spostano tramite fessure anche estremamente piccole. Le colonie sono poliginiche (in letteratura sono riportati casi di colonie con più di 2.000 regine) e possono arrivare a contare milioni di individui, il che crea seri problemi in caso di lotta.

Importanza della prevenzione

Chi legge questi approfondimenti con continuità sa già che, iniziando a leggere il paragrafo dedicato alla lotta, prima o poi emerge il concetto di prevenzione come prima arma e di scelta delle tecniche più idonee in base alla specie da fronteggiare. Le formiche non fanno eccezione. Una struttura ben compartimentata e una gestione attenta degli spazi è essenziale per effettuare una lotta efficace.

Difficoltà di identificazione della specie

Alle volte però non basta nemmeno questo per via del gran numero di specie (e di abitudini) di formiche e della loro ridotta dimensione. Appare evidente, qui più che altrove, che capire con quale specie si sta

lavorando diventa fondamentale e siccome l'identificazione non è sempre cosa facile vale il discorso di poter portare qualche campione ad uno specialista o un consulente per determinare la specie (evitate le foto, il più delle volte sono inservibili). Per risolvere completamente una infestazione di formiche occorre eliminare l'intera colonia. Questo non è sempre possibile ma per tentare di farlo occorre colpire *il motore* della colonia ovvero la o le regine: se ci limitiamo ad eliminare le operaie che vediamo girare l'infestazione tenderà a ripresentarsi ciclicamente.

Interventi diretti sul formicaio

In caso sia possibile identificare con certezza dov'è il formicaio (in un giardino, sotto delle mattonelle, ecc...) l'approccio migliore è quello di irrorare il nido con prodotti insetticidi appositamente registrati contro le formiche (insetticidi liquidi, polveri o granuli bagnabili). In genere si tratta di piretroidi che possono essere sinergizzati o meno con PBO ma potrebbe trattarsi anche di neonicotinoidi (Acetamiprid) o pirroli (Chlorfenapyr). Questa tecnica, quando applicabile, è risolutiva anche con una sola applicazio-



Alcune formiche operaie intorno ad una goccia di gel.

GESTIONE

ne e nel breve periodo, purtroppo non è sempre così facile identificare l'ubicazione della colonia.

L'utilizzo di esche insetticide

Quando si lavora all'interno di un edificio può essere pratico l'impiego di esche insetticide. Questi prodotti, anch'essi registrati Presidio Medico Chirurgico (PMC) o Prodotto Biocida (BPR), funzionano diversamente: vengono percepite dalle formiche operaie come fonte di cibo che quindi viene preso e portato nella colonia. Viene sfruttato il meccanismo della

trofallassi, ovvero che alcuni individui, con il compito di procacciare il cibo per l'intera colonia, una volta trovato il cibo lo condividono con altri appartenenti alla propria famiglia che hanno compiti diversi o che non escono dal nido. Se la sostanza attiva viene portata in quantità sufficienti all'intera colonia, regina/e inclusa/e si ottiene l'effetto di eliminazione dell'infestazione.

Aspetti pratici da spiegare al cliente

Nel momento in cui il professionista opta per

questa tecnica deve spiegare bene al proprio cliente che il tempo del controllo sarà lungo, che potrebbero essere necessarie più applicazioni e che in nessun caso il cliente finale deve uccidere con prodotti *fai-da-te* le formiche che si stanno nutrendo del gel. In Italia tutti i prodotti di questo tipo sono molto zuccherini e risultano appetibili in particolar modo all'inizio della stagione. Via via che le formiche cercano cibi più proteici questi prodotti potrebbero risultare meno invitanti e vale sempre il fatto che la competizione con altre fonti di alimento potrebbe essere sempre alta.

Modalità di applicazione

In generale le esche che i disinfestatori impiegano sono in formato gel ma esistono anche delle postazioni dotate di prodotto in gel o granuli al proprio interno. Personalmente preferisco impiegare il gel applicandolo in gocce con l'ausilio di una pistola dosatrice: questo dà una idea di professionalità oltre al fatto che posso decidere io dove e quanto prodotto applicare (rispettando sempre le dosi di etichetta).

Tecniche complementari

In caso di infestazioni particolarmente estese – come, ad esempio, quelle di formica argentina – si possono impiegare anche polveri di diatomee in anfratti e zone di passaggio delle operaie che procedono al foraggiamento, oppure utilizzare in prima battuta dei fumogeni per far diminuire il numero di operaie di formiche legate alla presenza di legno (tipo *Crematogaster* o *Camponotus*) per poi procedere con le esche alimentari, per terminare il lavoro o comunque arginarne fortemente la presenza. In linea generale conviene sempre evitare pratiche pericolose come quella di applicare delle polveri tossiche in aree esterne dove il rischio di dispersione nell'aria e di inalazione sono alti, o di poca durata come l'uso di spray insetticidi in bomboletta nelle zone frequentate dalle operaie.

Pratiche da evitare

La gestione delle infestazioni di formiche richiede quindi conoscenze specifiche, pazienza e l'uso di tecniche mirate ma può essere anche una sfida molto appassionante. Se poi si accende la curiosità riguardo a questi insetti un buon libro da leggere è "Il formicaio intelligente" di Donato A. Grasso edito da Zanichelli. Buona lettura e... buona lotta!




CHRISTEYNS

UNA NUOVA IDEA
DI SOSTENIBILITÀ

RISPARMIO ENERGETICO 

MAGGIORE PRODUTTIVITÀ

MINOR IMPATTO AMBIENTALE

PASSIONATE ABOUT LAUNDRY


CHRISTEYNS

CHRISTEYNS ITALIA • Via Aldo Moro 30, 20042 • Pessano con Bornago (MI) ITALIA • T +39 02 99765200
E info@christeyns.com • W www.christeyns.com



Ridefinisci l'efficienza.

Dal **servizio rapido** nelle strutture più dinamiche, alla **gestione completa** delle camere negli hotel di fascia alta. Le tre linee VDM Hotel sono progettate per adattarsi a ogni livello di utilizzo.



Scopri di più su vdm.it
oppure chiamaci allo **02 93.58.10.11**

FOR | HOTELS

TORNA LA “FULL IMMERSION” PER ISPIRARE CHI OSPITA



In calendario a Rimini il 7 ottobre l’Hospitality Day, l’attesa giornata ideata e organizzata da Teamwork e dedicata al turismo, all’ospitalità e alle tendenze del futuro ricettivo. Cinque arene tematiche, 180 interventi e 200 relatori. “Ormai un appuntamento fisso per migliaia di operatori e un punto di riferimento per tutto il mondo turistico” dice Mauro Santinato. GSA tra i media partner dell’evento.

dalla Redazione

“**C**hi ospita ha bisogno di ispirarsi. E lo può fare una volta all’anno, qui al Palacongressi di Rimini”. A parlare è **Mauro Santinato**, Ceo di Teamwork Hospitality, che introduce così l’edizione 2025 dell’Hospitality Day, l’evento dedicato a titolari, gestori e direttori di strutture ricettive, imprenditori e manager del settore alberghiero, previsto quest’anno per il prossimo 7 ottobre.

Ormai un punto di riferimento

Giunta alla dodicesima edizione, la giornata di “full immersion” è ormai un punto di riferimento nel panorama nazionale del settore dell’ospitalità, un hub d’eccellenza che riunisce migliaia di albergatori e addetti ai lavori per affrontare contenuti, temi e trend su tematiche emergenti, case-history di successo, incontri, networking, nuove conoscenze e scambi di idee su prospettive attuali e future. Un momento in cui operatori turistici, titolari e direttori di strutture ricettive, imprenditori, manager e consulenti si riuniscono per confrontarsi e condividere le proprie esperienze, sviluppare strategie efficaci e scoprire le ultime tendenze del settore.

Le tematiche in programma, dal marketing all’housekeeping

“Gli eventi oggi – prosegue Santinato – sono indispensabili anche e soprattutto nel nostro settore, perché sono in grado di creare e consolidare relazioni vere in un mondo sempre più appannaggio del digitale e del virtuale”. In perfetta coerenza, anche questa giornata sarà una preziosa occasione per ricevere stimoli, consigli e trovare soluzioni confrontandosi con relatori d’eccezione e professionisti del settore, affrontando tematiche quali vendita e sviluppo commerciale, automazione e innovazione digitale, leadership e gestione dei collaboratori, fidelizzazione dei clienti e reputazione, marketing e comunicazione, intelligenza artificiale, sostenibilità e ospitalità inclusiva, ristorazione, housekeeping e progettazione alberghiera.

L’evento in numeri

Ma ora diamo... qualche numero, più eloquente di tante parole: con 15 sale formative, 5 arene tematiche, 250 espositori, uno spazio di networking che si sviluppa su 5mila metri quadrati, più di 180 interventi con 200 relatori nazionali e internazionali, e un numero di visitatori che nel 2024 ha raggiunto 5mila iscrizioni all’evento, dal 2014 Hospitality Day mette in contatto le più prestigiose aziende del settore con i principali player e



operatori dell’ospitalità. Ma ciò che più contribuisce al successo della giornata è senza dubbio l’interesse dei temi affrontati, unito all’attualità dell’approccio e alla qualità dei relatori. Ci torneremo.

Cinque stimolanti “arene” per migliorare e migliorarsi

Cinque, come anticipavamo, le arene tematiche, una più interessante e stimolante dell’altra: l’arena Comunicazione, per migliorare l’utilizzo delle parole, la scrittura e il social media marketing grazie ai consigli dei migliori creativi; l’arena Qualità e Servizio, per scoprire tutto su standard d’accoglienza, esperienza dell’ospite, qualità del servizio con professionisti di importanti hotel e gruppi alberghieri; l’arena Revenue e Digital Marketing, per affrontare tematiche relative a dati, tariffe di vendita e nuove frontiere del marketing digitale; l’arena People have the Power, su gestione delle risorse umane, valorizzazione, motivazione, merito, inclusività e competenze del futuro; la nuovissima arena All you need is AI, interamente dedicata alla rivoluzione dell’intelligenza artificiale in hotel, con dimostrazioni pratiche.



Intelligenza linguistica con Paolo Borzacchiello

"Hospitality Day – aggiunge Santinato – si riconferma come una sessione di formazione continua, con interventi di professionisti con contenuti tecnici e pratici, dimostrazioni e storie di innovazione, tanti casi concreti di albergatori di successo, espositori e aziende con postazioni dove conoscere nuovi fornitori e fare networking". Speaker d'eccezione dell'edizione 2025 è Paolo Borzacchiello, uno dei massimi esperti di intelligenza linguistica. Da oltre quindici anni si occupa di studio e divulgazione di tutto ciò che riguarda le interazioni umane e il linguaggio.

Una scelta attenta

Commenta Santinato: *"La scelta degli speaker è sempre selezionata con l'obiettivo di offrire spunti sui temi più dibattuti, approfondire le tematiche del momento e anticipare i trend del mercato".* Sarà così possibile partecipare a confronti su temi d'attualità e tendenze con sguardi e prospettive diversi e stimolanti, ascoltare interventi e sessioni di singoli professionisti con contenuti tecnici e pratici, assistere a presentazioni e lanci di nuovi prodotti e servizi per migliorare attività e soddisfazione dei clienti, toccare con mano dimostrazioni e storie di innovazione attraverso tanti casi concreti di albergatori di successo. Oltre naturalmente a incontrare espositori e aziende con postazioni dedicate dove conoscere nuovi fornitori e fare business networking.



Mode Eco Mood Hotel: una novità tutta da scoprire

Se ciò non bastasse, Hospitality Day sarà anche l'occasione per scoprire il nuovo Mode Eco Mood Hotel, che verrà presentato ufficialmente proprio nel corso della giornata: un innovativo esempio di accoglienza progettato secondo principi sostenibili, illustrato con la presenza degli studi di architettura coinvolti nel progetto. Saliranno sul palco ben 13 studi di architettura tra i più importanti e significativi nel settore dell'hotellerie, che sono stati chiamati a dare la loro interpretazione di progettazione sostenibile *(ne parliamo diffusamente in altro articolo su questo numero, nDR)*.

Tante ragioni per non mancare

Insomma, sono tanti i motivi per non perdere il "save the date". È sempre Santinato a metterli uno dopo l'altro: *"Prima di tutto – spiega – qui c'è l'occasione di ricevere, in un solo giorno, una qualità e una quantità di stimoli tali che nemmeno in un anno, con le proprie forze, si riuscirebbe a raccogliere. È un evento efficace,*

Guest star d'eccezione, profeta della "magia della parola"

La guest star 2025 **Paolo Borzacchiello** è un vero "profeta della magia della parola": autore di bestseller e podcast di successo, consulente e divulgatore, è il co-creatore di HCE – Human Connections Engineering, la disciplina che studia le interazioni umane. Ogni anno forma migliaia di persone in aula e segue la formazione di aziende, imprenditori e manager in tutto il mondo. Scrive per diverse testate giornalistiche, tra cui Il Sole 24 Ore, ed è spesso in televisione e in radio per promuovere la sua missione, *"La conoscenza rende liberi"*. I suoi podcast sono tra i più seguiti e apprezzati. Ha pubblicato con Mondadori il ciclo di romanzi bestseller *La parola magica, Il Super Senso e La quinta essenza*, i saggi *Basta dirlo, Forse sei già felice e non lo sai, Chiedi bene e ti sarà dato e Bada a come parli*.

concentrato e non dispersivo, in cui trovare soluzioni e approcci pratici ai problemi concreti: l'albergatore potrà incontrare colleghi da tutta Italia con cui confrontarsi e condividere le proprie esperienze e punti di vista, oltre a scoprire prodotti e servizi per risparmiare tempo, innovare ed essere sostenibile".

È tutto pronto per la "Festa dell'ospitalità"

I numeri sono la prima testimonianza del successo: *" Il giorno dopo ogni edizione cominciamo a lavorare a quella successiva, e ciò traccia tra noi e i nostri partner un "filo rosso" che ci lega per tutto l'anno. Questo si traduce in uno stimolo continuo all'aggiornamento, alla ricerca di nuove idee e nuovi punti di vista. Dopo tanti anni, posso dire che Hospitality Day ha migliorato anche il nostro modo di lavorare, e mi auguro che sia così anche per molti partecipanti. Stiamo preparando un'edizione importante e sono sicuro che sarà come sempre una gran bella festa. La festa dell'ospitalità"*.

IGIENE NELLA RISTORAZIONE: da obbligo a valore competitivo



Nel mondo della ristorazione, l'igiene non è solo una questione normativa: è il fondamento su cui si costruisce la fiducia del cliente. Ne parliamo con Sonia Re, Direttore Generale di APCI - Associazione Professionale Cuochi Italiani.

dalla Redazione

In un settore che in Italia conta oltre 328.000 imprese e impiega 1,5 milioni di persone, la pulizia e la cura dell'ambiente, della cucina e del personale è diventata un elemento strategico per la competitività. Sono numeri che dimostrano il peso economico e sociale della ristorazione, un comparto che è chiamato a confrontarsi ogni giorno con clienti esigenti, abituati a viaggiare e a sperimentare cucine di culture diverse: un dettaglio può trasformare un qualunque pasto in un'esperienza da ricordare o, al contrario, compromettere in un attimo la reputazione di un locale. La sfida, dunque, non riguarda solo i menù e le tecniche di preparazione, ma anche la capacità di offrire ambienti sicuri, ordinati e all'altezza delle aspettative.

Il cambiamento è la caratteristica che attraversa continuamente il settore della ristorazione, punto di incontro con clienti di tutte le generazioni e le provenienze. Un cambiamento costruttivo, quindi, che proprio dalla clientela spesso trae l'energia e lo spunto per crescere e costruire nuovi percorsi. Dalle esigenze del cliente sono nati nuovi format, modalità nuove di servire, piatti da proporre. E anche investimenti nell'igiene del proprio locale. Negli ultimi anni il concetto stesso di igiene si è trasformato. Non è più percepito come un "dietro le quinte" riserva-



to agli addetti ai lavori, ma è diventato parte integrante dell'esperienza di consumo. Basti pensare alla diffusione delle cucine a vista, che trasformano la preparazione dei piatti in uno spettacolo, e che allo stesso tempo impongono trasparenza totale: superfici lucide, attrezzature impeccabili, personale formato e consapevole. A confermarlo è **Sonia Re**, Direttore Generale di APCI - Associazione Professionale Cuochi Italiani: "Chi lavora nel-



Sonia Re

Direttore Generale di APCI
Associazione Professionale Cuochi Italiani.

la ristorazione ha saputo trarre insegnamento dalla lezione faticosa della pandemia e dalla ricerca da parte dei clienti di locali attenti, puliti e anche sostenibili. E ne ha fatto anche una leva di marketing. Cucine a vista, certificazioni esposte e contenuti social dedicati alla pulizia sono strumenti per rassicurare il cliente e differenziarsi. Dal nostro osservatorio, APCI da oltre 20 anni rappresenta migliaia di cuochi su tutto il territorio, abbiamo guidato questo cambiamento, anche grazie alla stretta relazione con altre associazioni di categoria come FIPE e AFIDAMP. Dalla collaborazione nascono sempre grandi progetti".

E anche i numeri parlano chiaro. Secondo il Rapporto FIPE 2025 il 40% delle imprese della ristorazione ha effettuato almeno un investimento in innovazione e sicurezza igienico-sanitaria. Investimento che ha portato anche a un aumento, di circa il 3%, dei prezzi medi, ma a favore di costi legati alla sanificazione e alla formazione, anche in ambito igienico-sanitario. Un cambiamento favorito anche dall'introduzione di nuove tecnologie



che permettono di monitorare e di gestire con maggiore attenzione i protocolli igienici e i cicli di pulizia.

“La cultura dell’igiene – prosegue Sonia Re – è cresciuta. Si è compreso che, oltre a poter essere un valore aggiunto da comunicare, costituisce anche un valore nel preservare ingredienti, attrezzature e strumentazioni. È un tema che si lega anche a quello della sostenibilità di un locale, che deve essere di carattere economico e anche sociale. Lavorare bene, con serietà, in ambienti puliti (sia per il personale, sia per i clienti) genera risparmio e valore. Ne parleremo anche all’interno della prossima edizione di HOST, a Milano dal 17 al 21 ottobre, nel nostro spazio che porta avanti il progetto Smart Food, Smart Chef, Smart Future. Un vero e proprio Hub della sostenibilità, dove le tematiche del digitale, del green e del gusto si incontrano. Al centro la formazione del personale, l’importanza degli audit e dei controlli e la garanzia di offrire al cliente, anche grazie all’igiene, un’esperienza sempre indimenticabile, pur in un’ottica di sostenibilità economica per il ristoratore”.

Perché oggi non basta servire un buon piatto: bisogna farlo in un ambiente che trasmetta sicurezza, professionalità e rispetto.

Dussmann

FACILITY MANAGEMENT

FOOD SERVICES

TECHNICAL SOLUTIONS



We care for more

Progressive spirit,
perfect fit,
personal touch.

dussmann.it

DAL PASSATO AL FUTURO IL PROFUMO GREEN DELL'OSPITALITÀ



Il Mode, Eco Mood Hotel a San Giuliano di Rimini, si propone come esempio di accoglienza progettato secondo principi green. L'idea è di Teamwork Hospitality, che ha riqualificato il leggendario "Arlesiana" a partire dal concetto di ospitalità sostenibile. Santinato: "Un nuovo modo di concepire l'accoglienza, un hub di innovazione dell'eco-sostenibilità nella progettazione e gestione alberghiera".



Estate italiana - Studio OTTO

Gli *aficionados* degli anni d'oro della Riviera Romagnola ricorderanno di sicuro il caro vecchio Hotel Arlesiana, classe 1958. Una struttura amatissima da generazioni di turisti, ubicata nel cuore di San Giuliano di Rimini a due passi dal porto e dalla fontana dei Quattro cavalli, in una località che ha fatto la storia dell'ospitalità in uno dei templi della ricettività italiana.

Basso consumo, recupero e rinnovabili

Angoli, strade e scorci in cui si respira un'atmosfera d'altri tempi, ma che purtroppo negli ultimi anni sono sempre più costellati di strutture dismesse, incapaci di stare al passo con un'ospitalità che cambia e relegata al ricordo dell'epoca che fu. Non è così per il mitico "Arlesiana", che oggi assapora una nuova vita grazie a un progetto di riqualificazione orientato alla sostenibilità: è nato così il "Mode Hotel", con un imprinting fortemente green, che mira alla sostenibili-

tà nella progettazione e nella gestione non solo ambientale, ma anche pensando al benessere delle persone, attraverso l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, prodotti con certificazione EPD (Environmental Product Declaration), il risparmio idrico ed elettrodomestici a consumi ridotti.

Un altro successo per Teamwork Hospitality

La squadra vincente che ha ideato il progetto è quella di Teamwork Hospitality, che ha affidato il coordinamento architettonico e la direzione artistica all'architetto Laura Verdi, coinvolgendo ben 12 studi tra i più noti nell'hotellerie. Ne è nato un modello di sviluppo sostenibile, in grado cioè di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri, come già messo nero su bianco dal noto "Rapporto Brundtland" del 1987, che già allora ha posto le basi per un futuro comune. Il progetto, fra l'altro, si inserisce

in un quadro più ampio di riqualificazione urbana e territoriale: *“La domanda di partenza che abbiamo rivolto agli studi coinvolti – spiega il presidente di Teamwork **Mauro Santinato** – era al contempo semplice e molto impegnativa: cosa vuol dire sostenibilità nel settore alberghiero?”*. Da qui è partito tutto.

Per un turismo consapevole

Dopo il Demo Hotel Design, sempre a Rimini, Teamwork Hospitality torna dunque a far parlare di sé con un'altra riqualificazione tanto moderna quanto rivoluzionaria. Ai più attenti non sfuggirà che Mode è proprio l'anagramma di Demo... *“Il concetto-chiave del nuovo turismo è quello di consapevolezza”* ricorda Santinato. *“Un punto fermo che può essere declinato in diverse accezioni: sia l'idea del viaggiare sostenibile, sia la scelta di strutture in coerenza con il tema della sostenibilità; ma anche l'adozione di comportamenti consapevoli, verso prodotti e soluzioni bio con il minimo impatto ambientale. Mode Hotel risponde a tali esigenze, e si propone come un hub di innovazione dell'eco-sostenibilità nella progettazione e gestione alberghiera.”*

Un hub alberghiero di sostenibilità

Vediamo dunque il dettaglio del progetto, che vuole essere un esempio-pilota per dare nuova linfa all'intera ospitalità riminese e rivierasca. Un tema urgente, da queste parti, è infatti quello della riqualificazione di vecchie strutture storiche dell'industria turistica locale. Nel caso di Mode, la struttura si presenta come uno showroom permanente: ogni camera è un'esperienza a sé, che rappresenta la personale visione di ospitalità eco-sostenibile di ogni progettista. Si esce dagli schemi classici di definizione alberghiera, in una sorta di “pensiero laterale” capace di fare scuola a partire dallo stesso concept.

Showroom permanente nel cuore della Riviera

“Per questo progetto abbiamo seguito il percorso tracciato da una serie di keywords che non abbiamo mai perso di vista – prosegue Santinato –. Innanzitutto, “sperimentare”, la novità del mondo dell'ospitalità in un laboratorio reale; poi “coinvolgere” realtà differenti nel progetto per portare nuovi stimoli e idee. Tra i nostri punti di forza ci sono anche unicità



Po Scala - Laura Verdi Studio



Hall - Laura Verdi Studio



Green Slide - The Nest

(ogni format fa storia a sé ed è unico nel suo genere), innovazione, tecnologia, accoglienza, ma anche gestione, esempio (come dicevo, ci proponiamo anche come un driver per il territorio e non solo) e “laboratorio”: abbiamo l'ambizione di creare un luogo che possa diventare un laboratorio di sperimentazione per la sostenibilità nel settore”.

Servizi e co-working nel rispetto dell'ambiente... e dell'arte

Ancor più nel concreto, il layout distributivo prevede nove suite, un'area coworking, una hall e servizi al piano terra. Ogni spazio ha una propria identità e richiama i valori progettuali del tema. Gli esterni, progettati

da Rizoma Architecture, si presentano come un “involucro” performante dal punto di vista del risparmio energetico, con produzione da fonti rinnovabili, in grado di proteggere dagli agenti atmosferici. A trarne beneficio è anche l'ambiente circostante: per le facciate si è optato per una tinteggiatura in grado di assorbire l'inquinamento, con la parete meridionale destinata ad ospitare un'opera di street artist.

Non sprecare le possibilità dell'oggi!

L'ingresso al piano terra e le aree comuni sono studiati da **Laura Verdi** nel progetto *Stai cosy in una second life*. Spiega la progettista: *“È un gioco di parole fra italiano e inglese: trovati a proprio agio in una seconda vita”*.

SCENARI

Ergo: non sprecare le risorse e le possibilità attuali, in tutti i sensi. In particolare, la sostenibilità non è solo un fatto di riutilizzo di materiali, ma si estende anche al benessere della persona, amplificando il concetto di rapporto uomo-ambiente con l'utilizzo di forme organiche e colori naturali.

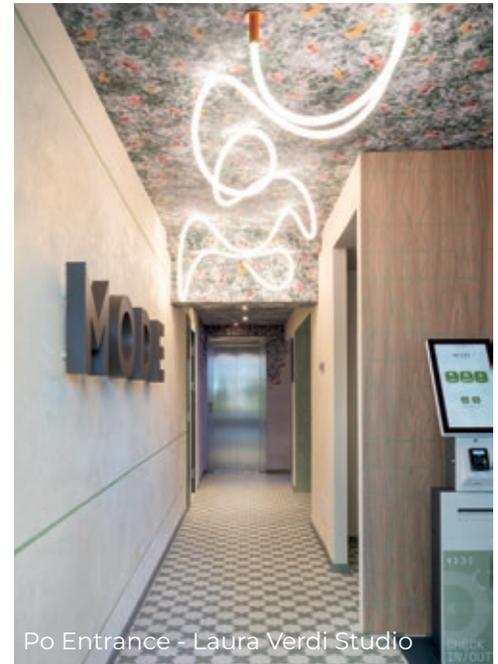
Dalla Terra al Paese delle Meraviglie

Non da meno le aree del piano terra destinate al coworking: "Gea - nel mondo delle Meraviglie" (concept HUB48), si ispira a due

mondi distinti e affascinanti: da un lato la vitalità della dea della Terra, dall'altro l'atmosfera incantata di "Alice". L'obiettivo dichiarato è quello di cercare un equilibrio fra queste due dimensioni apparentemente distanti. Su tutto spiccano il ruolo dell'acqua, l'attenzione alle proporzioni, alla "sezione aurea" e all'armonia naturale.

Le suite: concept unici fra tradizione e futuro

Le suite sono tutte differenti e uniche: al pianterreno troviamo la "Garden Suite" (Ro-



Po Entrance - Laura Verdi Studio

Lo specialista
della
disinfezione
professionale



AMEDICS
PROFESSIONAL

AMEDICS.EU



berta Studio), che rispetta i principi di biophilic design. Al primo piano: "Estate Italiana" (Paola Navone e Gianpaolo Venier per OTTO Studio), che ripercorre la leggenda delle belle stagioni in Riviera, "From Rimini to Havana" (disegnata dal workshop del Corso di Laurea in Design degli Interni Polimi), che ripropone il concetto di second life giocando su materiali e finiture, e "Onirica" (Eclettico Design-Lombardini 22), ricca di suggestioni felliniane: poteva forse mancare il leggendario regista romagnolo in un concept che unisce tradizione e sguardo sognante verso il futuro?

I "piani alti": riciclo e ricerca sui materiali

Il secondo piano ospita "Greenside" (Paolo Scoglio di The Nest), che adotta un approccio bio-ispirato, "Silenzio Sfrenato" (NOA), che esalta il concetto di lusso discreto, e "Sensi Suite" (ovre.design@), alla scoperta di uno spazio olistico da cui uscire più sostenibili. Si passa poi al terzo livello della struttura per incontrarvi le suite "Mare 3.0" (GLA Genius Loci Architettura) e "Mini'mor" (Alessia Galimberti). Si tratta di due concept uniti da un filo rosso ben riconoscibile: l'idea della prima è frutto della volontà di creare una trasposizione materica di un mare che guarda al futuro, punto di arrivo e ripartenza per uno stile di vita circolare, mentre la seconda prevede materiali riciclati e naturali, con profumazioni ricercate all'insegna del benessere non invadente.



SICUREZZA IN CUCINA
ogni giorno



OSPITALITÀ
sicura e protetta



sanificazione dell'aria e degli impianti aeraulici
entasys.it - info@entasys.it

DALLA CAMERA ALLA SPA: L'OZONO COME ALLEATO DELLA SANIFICAZIONE IN HOTEL



Sempre più albergatori stanno prendendo in considerazione l'impiego di nuove tecnologie efficaci e sostenibili per assicurare agli ospiti il massimo comfort igienico. Tra queste spicca l'utilizzo di acqua ozonizzata, nota per le sue potenti proprietà pulenti e disinfettanti. Identikit di un investimento strategico.



di **Carlo Ortega**

È il più potente disinfettante naturale conosciuto, molte volte più efficace – per intenderci – di quelli a base di cloro. Il suo utilizzo è sempre più apprezzato per diversi motivi, a partire dalla sostenibilità, ormai un trend irrinunciabile un po' ovunque. Stiamo parlando dell'ozono, il cui impiego si sta diffondendo sempre più anche nel settore alberghiero.

La qualità dell'esperienza passa anche dall'igiene

Qui, lo sappiamo, la qualità dell'esperienza dell'ospite non si basa soltanto sul livello del servizio, sulle "stelle" conquistate dalla struttura o sul comfort delle camere, ma anche – come parte integrante e irrinunciabile di questo comfort – sulla percezione – effettivamente verificata nei fatti – di un ambiente

sano e igienico. Senza contare il tema della sostenibilità, su cui l'opinione pubblica e l'utenza alberghiera sono sempre più attente, come dimostrano anche seguitissimi programmi tv: la clientela, anagraficamente sempre più giovane, è impietosa in tal senso, e arriva a scegliere e scartare le strutture proprio sulla base delle loro caratteristiche "green". In quest'ottica l'utilizzo dell'acqua ozonizzata si sta rivelando una soluzione innovativa, sostenibile ed estremamente efficace.

Acqua ozonizzata: di cosa si tratta

Nello specifico, si tratta di acqua arricchita con ozono (O_3), una molecola composta da tre atomi di ossigeno, nota per le sue potenti proprietà disinfettanti: altamente reattivo, l'ozono esercita un'azione microbica disgregando le componenti cellulari di batteri, virus ed altri microorganismi. Il generatore

di acqua ozonizzata, attraverso un'azione elettrolitica, converte la normale acqua del rubinetto in un potente microbicide sicuro e naturale: così l'ozono, in soluzione con acqua, diventa un agente ossidante in grado di eliminare batteri, virus, muffe e odori in modo rapido ed efficiente: proprio quello che serve in albergo! E grazie alla sua natura biodegradabile, si degrada rapidamente in ossigeno senza lasciare residui chimici nocivi.

Contro i patogeni, efficacemente

Sul versante della lotta ai patogeni, secondo diversi studi l'acqua ozonizzata è in grado di ridurre fino al 99,9% dei microrganismi, il che la rende ideale per il trattamento di superfici a contatto frequente come maniglie, interruttori, piani di lavoro e sanitari: tutti elementi ben presenti nelle strutture alberghiere, e che rappresentano potenziali

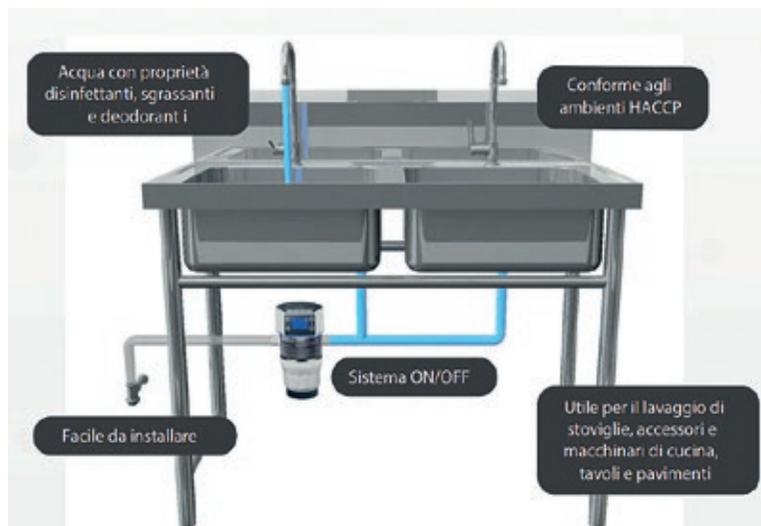
focolai di contagio. Per le sue caratteristiche ossidanti è utilizzata con successo nella sanificazione delle superfici come agente battericida, fungicida e virucida, tanto che durante la stagione pandemica è stata impiegata per contrastare la diffusione del Sars Cov 2 poiché aggredisce gli acidi nucleici degli agenti virali. E' inoltre un potente detergente sgrassante, il che la rende efficace in ambienti come cucine o locali di preparazione e lavorazione degli alimenti. L'ozono, in sintesi, rappresenta una preziosa opportunità anche nel settore dell'ospitalità per migliorare la qualità igienica - e la sicurezza - dell'esperienza alberghiera.

La sostenibilità

Tra i numerosi vantaggi c'è quello della riduzione degli agenti chimici. Ciò non solo riduce il rischio di esposizione a sostanze potenzialmente irritanti per il personale e gli ospiti (l'utilizzo di acqua ozonizzata è semplice e non richiede particolari precauzioni o abbigliamento protettivo), ma rappresenta anche un significativo passo in avanti verso la sostenibilità ambientale: come accennavamo l'ozono, una volta completata la sua azione, si trasforma in ossigeno senza lasciare residui nelle acque reflue. Questo approccio aiuta gli hotel a rispettare i requisiti di sostenibilità e a migliorare l'immagine di struttura eco-friendly.

Riduzione dei costi operativi

L'impiego dell'ozono, nel lungo termine, rappresenta anche un vantaggio di tipo economico: l'investimento iniziale legato all'installazione di un generatore è infatti ampiamente compensato dalla riduzione dell'impiego di acqua e detersivi, oltre che dall'efficienza del processo. In questo modo gli albergatori possono ottenere risparmi anche significativi, abbattendo i costi operativi. A ciò si somma la riduzione di tutto ciò che veicola i prodotti chimici (flaconi, taniche, imballaggi di carta e plastica, trasporti) e dei rischi correlati (fisici, chimici, errato dosaggio, residui e contaminazioni). Sono inoltre semplificate le attività di formazione per l'operatore e velocizzate le operazioni di pulizia in quanto si riducono i passaggi necessari, come la fase di risciacquo. Una delle importanti caratteristiche dell'acqua ozonizzata è infatti quella di non presentare alcuna attività residuale (non lascia residui nemmeno su superfici come vetri e acciaio).



reflexx®

IN SAFE HANDS

REFLEXX N81

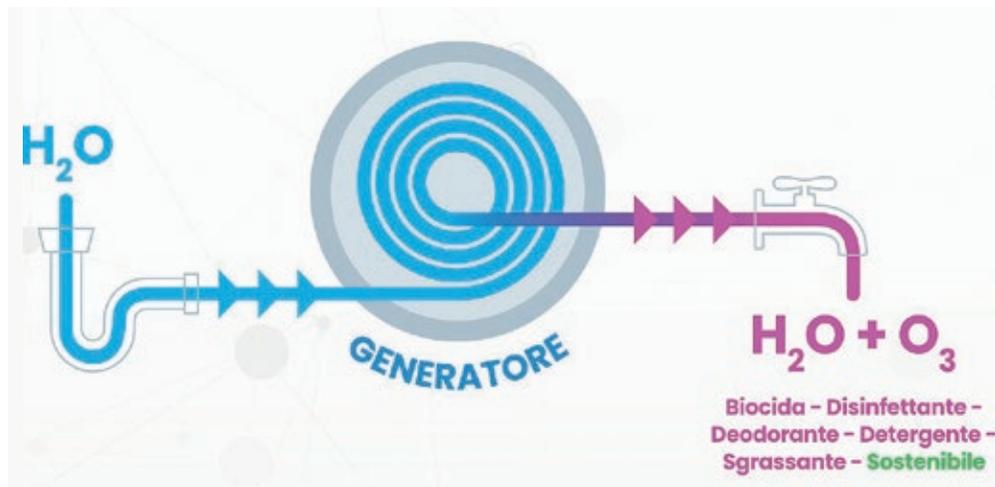
Guanto in nitrile ultrasottile
3,2 gr. (M)

Idoneo per i servizi in ambito Ho.Re.Ca.

Protezione
ed eleganza



www.reflexx.com



Snellimento nelle procedure di pulizia

La metodologia operativa subisce uno snellimento molto evidente già a partire dalla fase preparatoria: l'operatore non deve fare altro che impregnare i panni e le frange in microfibra con l'acqua ozonizzata e, con un unico passaggio, potrà disinfettare ogni superficie/ambiente. Lo stesso si può fare con i serbatoi delle macchine, come le lavasciuga, che poi andranno ad operare direttamente ai piani e negli ambienti da pulire.

Un alleato versatile che dà il meglio di sé

Si tratta in effetti di un alleato versatile, che dà il meglio di sé in una molteplicità di utiliz-

zi e contesti alberghieri. L'acqua ozonizzata può essere infatti impiegata in moltissime aree della struttura: dalle camere, per la pulizia di superfici, tessuti e sanitari, alle aree comuni, per disinfettare pavimenti, mobili e ascensori; dalle cucine, per l'igienizzazione di utensili, piani di lavoro e sistemi di scarico, fino ad aree benessere, spa e piscine per mantenere elevati standard di igiene in questi ambienti sempre rischiosi se non correttamente igienizzati.

Come integrare l'acqua ozonizzata nella struttura alberghiera

Per adottare questa tecnologia è necessario dotarsi di un generatore di ozono, un di-



positivo che produce l'ozono e lo dissolve nell'acqua: il mercato propone diverse soluzioni, ciascuna adeguata alle diverse esigenze, dimensioni e complessità della struttura. L'installazione è semplice e non invasiva: il sistema si adatta a tutti gli impianti idrici già esistenti. In base alle caratteristiche del locale, della struttura e dell'impianto idrico vengono scelti i modelli più idonei in modo da garantire una concentrazione di ozono in acqua adeguata al tipo di utilizzo. Molti fornitori offrono anche servizi di formazione per il personale, il che garantisce un'implementazione del sistema sicura, rapida ed efficace.

Un passo importante verso un'eccellenza sostenibile

L'adozione dell'acqua ozonizzata rappresenta in sostanza un investimento strategico per gli albergatori che vogliono distinguersi in un mercato sempre più competitivo. Offrire ai propri ospiti un ambiente pulito, sicuro e sostenibile, e farlo in maniera eco-friendly, non è solo una necessità, ma anche un potente strumento di marketing. Per questo pensare a soluzioni innovative come l'acqua ozonizzata può incrementare la qualità della pulizia e sanificazione, oltre a migliorare la reputazione dell'hotel, attrarre una clientela più attenta alla sostenibilità e, in ultima analisi, accrescere la fidelizzazione degli ospiti.



Unisciti all' Associazione
Dedicata un Mondo più
Pulito, Sicuro, e Sano

ISSA[®]

Advancing Clean.
Driving Innovation.



Associati e Risparmia
Fino al **40%** Su: _____



Istruzione & Formazione



Certificazioni



ISSA Global Shows



Networking Internazionale

Iscriviti Ora

issa.com/emea/membership/#membership-join



PULIZIA E IGIENE IN HOTEL: DOVE L'OSPITE NON PERDONA



Da sempre si tratta di requisiti essenziali, ma adesso ancor di più: in tempo di reality e recensioni fulminee una struttura non perfettamente pulita è destinata a vedersela molto brutta. Si tratta però di contesti complessi, fatti di vari ambienti ciascuno con le proprie peculiarità ed esigenze di pulizia. Ecco perché è indispensabile affidarsi a professionisti che sappiano mettere a disposizione le giuste soluzioni.



Igiene e hotel sono due termini di un binomio inscindibile: nel mondo degli alberghi l'igiene è un *must* da sempre, ma nell'era dei *reality*, dei *social* e del tam tam impetuoso che corre sulla rete è diventata un requisito indispensabile per restare sul mercato.

Igiene senza compromessi né categorie

Quando si parla di igiene e pulizia in albergo non conta nemmeno la categoria. Senza alcuna distinzione di "classe", la corretta pulizia nelle strutture ricettive è necessaria in tutte le aree ed è imprescindibile ad ogni livello: dal "5 stelle lusso" al "3 stelle", dal resort al villaggio vacanze e così via. In altre parole, nessuna stella in meno può consentire a un hotel di essere meno pulito!

Strutture complesse

Un aspetto da tenere ben presente è che l'albergo è una struttura complessa, articolata in varie aree. Per questo le zone d'intervento sono molto diverse per destinazione,

tipologia, funzione ed altro. Ad esempio, la pulizia giornaliera delle camere, abbinata al rifacimento letti, si svolge in modo diverso da quella delle cucine o delle aree *wellness*, del bar o della sala ristorante, e così via. Ci vogliono accorgimenti, metodologie, strumenti, tecniche e prodotti ad hoc per affrontare e risolvere le varie sfide che la pulizia alberghiera, nelle diverse articolazioni, quotidianamente comporta.

Carrelli: postazioni di lavoro che fanno la differenza

E qui arriviamo al punto: svariate sono le attrezzature e molti i prodotti da impiegare, a partire da carrelli e specifici attrezzi di uso manuale. I carrelli sono senza dubbio il punto di partenza di ogni riflessione sulle attrezzature per il cleaning alberghiero: vere e proprie postazioni di lavoro che possono fare la differenza. Sono diversi gli accorgimenti che chi produce carrelli per hotel deve tenere in considerazione, sia per quanto concerne quelli impiegati per la pulizia vera

e propria, sia per ciò che riguarda i cosiddetti "carrelli di servizio", ossia quelli utilizzati per il trasporto di biancheria, prodotti di cortesia e rifornimento minibar.

Caratteristiche essenziali

Fra le varie prerogative spiccano la robustezza (si tratta di attrezzature impiegate intensivamente e che spesso possono essere soggette a urti, colpi, sfregamenti, passaggi in strettoie difficili) e la maneggevolezza: il carrello deve scorrere bene e spostarsi agevolmente e senza fatica, in rettilineo e nelle curve; ma c'è anche la gradevolezza estetica, perché l'albergo è un luogo in cui l'ospite cerca un'esperienza piacevole a trecentosessanta gradi e i carrelli sporchi non sono certo il migliore dei biglietti da visita. I carrelli dovranno essere anche semplici da pulire e non divenire essi stessi veicoli di sporcizia.

Pulizia... senza lasciare tracce!

Non devono nemmeno lasciare tracce o fare troppo rumore, perché la discrezione è un altro punto fermo: in hotel si desiderano anche silenzio e tranquillità. Se ci si sposta per un attimo nella prospettiva degli utilizzatori, c'è poi l'ergonomia, perché il carrello non deve costringere chi lo utilizza a movimenti

forzati o posture innaturali: deve essere, poi, di facile impiego. Sul versante sicurezza, il carrello - come tutte le attrezzature per le pulizie - dovrà essere ben segnalato e privo di spigoli per evitare le spiacevoli conseguenze di urti accidentali.

Oltre ai carrelli, c'è molto altro

Ma il discorso non si esaurisce qui, perché il carrello non è l'unico "attore in scena". Fra le grandi protagoniste delle pulizie alberghiere ci sono le piccole attrezzature per la pulizia, strumenti di uso soprattutto manuale utili a svolgere specifiche attività di cleaning sulle più diverse superfici: pavimentazioni, arredi, bagni, vetrate, cucine e loro impianti, zone *wellness* ed altre. Parliamo soprattutto di attrezzature per la pulizia manuale perché, vale la pena ricordarlo, anche in tempi di automatismo spinto l'albergo resta un contesto in cui molte operazioni di pulizia continuano ad essere svolte manualmente e "sartorialmente".

Progettati con un'anima "smart"

Ecco dunque che i corridoi, le stanze, i ristoranti, l'area reception, il bar, i bagni e il resto degli spazi ricettivi si popolano di attrezzi

intelligenti (non necessariamente nell'accezione "digitale" del termine), che a resa ed efficacia d'uso accoppiano valori come sicurezza ed ergonomia. Ci riferiamo ad attrezzature come prese, supporti e agganci per frange e panni, tergivetri, spingiacqua, aste, accessori per la spolveratura a secco e a umido, snodi, impugnature. Tutti strumenti che, se progettati con intelligenza e realizzati a regola d'arte, possono giocare un ruolo di primo piano nella qualità e nella semplicità ed efficacia delle pulizie, anche in termini economici.

Garantiscono efficienza e risparmi

Pensiamo ad esempio a quanto tempo può far risparmiare un buon attrezzo, oltre a garantire l'accesso in zone altrimenti irraggiungibili. Ma anche alla possibilità di pulire facilmente superfici, arredi, oggetti o componenti su cui si deve operare manualmente, come per esempio i materiali pregiati che in hotel non mancano. Senza contare l'aspetto ergonomico, fondamentale in un'ottica della salute e sicurezza del lavoro. Insomma, tutti *plus* che solo la scelta delle giuste soluzioni è in grado di garantire. E come sempre il mercato ha parecchio da dire e offrire.



FOCUS

DIANOS



La linea Deoclean è una gamma completa di detergenti superprofumati ad effetto lucido per la pulizia di ogni superficie di un singolo ambiente, con la medesima connotazione di profumo, ma con proprietà pulenti e igienizzanti specifiche per le diverse tipologie di superfici. Tutti i prodotti della linea Deoclean hanno

certificazione CAM. I detergenti hanno anche proprietà antistatiche e sono particolarmente apprezzati nel settore alberghiero per la loro efficacia, ma anche per il concetto di avere un'unica e persistente fragranza, con Deoclean Multiuso, Deoclean Concentrato o Superconcentrato Pavimenti, inoltre con Breze come deodorante per l'ambiente. Varie gradevoli profumazioni disponibili.

www.dianos.net

FALPI

Da anni ormai Falpi ci ha abituato all'eccellenza dei prodotti, ma anche dei clienti serviti. L'ospitalità di alto livello è uno dei palcoscenici

più importanti in questo senso. Falpi, per adattarsi agli spazi più prestigiosi, ha realizzato la gamma di carrelli hotel della linea Solight Housekeeping. Il carrello Service Bar permette di organizzare il ripristino del minibar in modo impeccabile, discreto e ordinato. Tutti i carrelli della

linea Solight Housekeeping di Falpi sono completamente personalizzabili secondo le esigenze della struttura alberghiera attraverso il nuovo Configuratore Falpi (www.falpi.com/it/configurator/solight).

www.falpi.com



FHP



Equipe Hotel è la nuova linea di Vileda Professional pensata per rispondere alle esigenze dell'hotellerie moderna. Combina carrelli, accessori e componenti per il trasporto di amenities, biancheria e strumenti per la pulizia, offrendo soluzioni pratiche e versatili. Ogni dettaglio è studiato per garantire efficienza e adattabilità alle diverse esigenze operative. Tra le soluzioni ci sono Twixter: Sistema pavimenti con mop a doppia faccia in microfibra, o DES: innovativo sistema per la pre-impregnazione controllata dei singoli mop. Scopri Equipe Hotel: dove funzionalità e stile si incontrano.

www.vileda-professional.it

FILMOP INTERNATIONAL

La linea Shine racchiude le eccellenze Filmop per la pulizia dei vetri, progettate per renderla al tempo stesso altamente efficace ed efficiente. Qualità dei materiali, tratti innovativi, elevato comfort e compatibilità con il sistema Uni-Connect sono i punti di forza che contraddistinguono l'intera linea rendendola unica nel suo genere. I top di gamma sono le versioni snodate del supporto per vello Clarus-W Master e del tergivetro Gloss-W Prime che permettono di scegliere se utilizzare gli attrezzi liberamente snodati o se bloccarli in pochi istanti nell'angolazione desiderata.

www.filmop.com



FULCRON PRO

La pulizia dei bagni in hotel richiede prodotti altamente performanti. Con Fulcron PRO, Arexons propone tre soluzioni mirate: Fortkal Acid, disincrostante acido che, con la sua formulazione piacevolmente profumata e priva di fosforo e derivati, rimuove calcare, residui di sapone e cosmetici da rubinetterie, vetri, ceramiche e acciaio; Fortkal Bagno, detergente neutro per la pulizia quotidiana di tutte le superfici del bagno, incluse quelle delicate come il marmo, eliminando depositi di sapone e alo-



ni di calcare; e Fortkal WC, disincrostante in gel che aderisce alle superfici verticali del WC rimuovendo calcare e ruggine, per un'igiene profonda e duratura.

www.fulcronpro.it

ISC

Whiz è il cobot che affianca il personale addetto alle pulizie negli hotel: aspira in autonomia corridoi e spazi ampi, riducendo tempi e fatica. In questo modo lo staff può concentrarsi sulle camere, dove l'attenzione ai dettagli è fondamentale e difficilmente automatizzabile. La collaborazione uomo-robot non sostituisce, ma potenzia: aumenta la qualità complessiva, libera tempo prezioso e garantisce agli ospiti ambienti sempre più accoglienti e sicuri.

www.iscsl.com



SOCHIL



Con OXYCARE gli operatori di hotel e strutture ricettive dispongono di 4 prodotti ad altissime prestazioni che coprono la maggior parte delle applicazioni di pulizia ordinaria richieste dai piani di pulizia. OXYCARE è composta da 3 prodotti pronti all'uso e di un prodotto concentrato, divisi per ambiente di applicazione. PAVIXAN (concentrato) per tutti gli ambienti. XPLURI (pronto all'uso) per cucina. PLUREL (pronto all'uso) per ambienti comuni. BOXI (pronto all'uso) per servizi igienici. L'utilizzo combinato dei quattro prodotti riduce il numero di referenze utilizzate dall'operatore per la pulizia ordinaria delle superfici e aumenta lo standard di pulizia degli ambienti oltre che la percezione del pulito da parte di chi usufruisce dei servizi della struttura.

www.sochilchimica.it

SUTTER PROFESSIONAL

Il sistema Easy Room è la soluzione ideale e flessibile per ogni esigenza nella pulizia delle camere in hotel a partire dalle strutture di piccole dimensioni fino ad arrivare ai sistemi di dosaggio a muro per

le grandi strutture. Un sistema semplice da preparare e ideale per la pulizia di camere e bagni e con prodotti super concentrati certificati Ecolabel o PMC. La dose corretta si può ottenere grazie ai sistemi di diluizione a disposizione e partendo da diverse soluzioni di prodotto, dalle Ecocaps, alla gamma di detergenti ZERO nel comodo flacone Easy Dose o nella versione in tanica e la pratica confezione bag-in-box PICK-A-BOX per sistemi di dosaggio a muro. Non ultima la gamma di pouch RATIO con nuove certificazioni PMC e Ecolabel.

#StayTuned

www.sutterprofessional.it

TAXON

Taxon, ha sviluppato in collaborazione con PL Cleaning Innovation una nuova linea di eco-carrelli multifunzione UNIKK certificati CAM. Disponibili cinque serie diverse, sono stati progettati per rendere il lavoro più semplice e veloce, offrendo strumenti flessibili, sicuri, e personalizzabili. Velocissimi da montare, semplici nell'utilizzo quotidiano, maneggevoli grazie a quattro ruote piroettanti, sono stati sviluppati anche per offrire il miglior rapporto qualità/prezzo senza rinunciare alla solidità. Sono Made in Italy, sinonimo di cura nella realizzazione e attenzione ai dettagli.



www.taxon.it

TTS CLEANING



Sempre pronto all'uso, il manico serbatoio Ray Infinity permette di pulire i pavimenti rapidamente e senza sforzi ed è ideale per le operazioni di pronto intervento e la rimozione tempestiva di sporco imprevisto. Consente di dosare la soluzione detergente in base alle esigenze e previene fuoriuscite accidentali grazie al doppio sistema per la chiusura in sicurezza del serbatoio. Le impugnature girevoli e lo snodo ergonomico agevolano invece il movimento professionale a "∞", prevenendo l'insorgenza nel tempo di disturbi muscoloscheletrici.

www.ttsystem.com

TWT

ALFEO di TWT è l'innovativo sistema di rifornimento flaconi bagno direttamente a bordo carrello. Facile, veloce e pratico, non richiede ingombri aggiuntivi: taniche e meccanismo di gestione sono completamente integrati nel carrello. ALFEO elimina l'uso di prodotti



monodose, consentendo di rifornire i flaconi semplicemente premendo un pulsante, trasferendo il prodotto dalla tanica da 5 Lt al dispenser. L'impiego di taniche grande formato garantisce un notevole risparmio sui costi, velocizza il riempimento e rende più efficienti le operazioni di housekeeping.

www.twt-tools.com

VDM



La storica azienda milanese è un punto di riferimento nel fornire soluzioni di alta qualità per la pulizia e la gestione degli ambienti ricettivi. VDM si distingue nel settore grazie a una gamma diversificata: la linea Easy, più essenziale, e la nuovissima linea Exclusive, interamente realizzata in legno, con cassetti a chiusura soft e ampie possibilità di personalizzazione. Entrambe le gamme sono progettate per offrire capacità contenitiva, facilità di spostamento e silenziosità, minimizzando l'impatto acustico.

www.vdm.it

GSA news

magazine online
dei servizi di
pulizia professionale

Iscriviti alla newsletter
di GSA per ricevere
anche la copia digitale
della rivista



Seguici anche
sui social



www.gsaneews.it

Il trend dei guanti neri conquista l'Ho.Re.Ca.



Nel settore Hotel e Catering, l'attenzione all'igiene va di pari passo con l'immagine professionale. Se i guanti azzurri in nitrile rappresentano da anni lo standard per la sicurezza alimentare – grazie alla loro funzione di controllo visivo e alla conformità alle normative HACCP – oggi i guanti neri stanno registrando una crescita significativa, soprattutto nei servizi di catering e nella ristorazione di alto livello. Il colore nero, infatti, è sinonimo di eleganza e professionalità: trasmette un'immagine ordinata e raffinata, in linea con le aspettative di un pubblico sempre più attento non solo al gusto, ma anche all'estetica del servizio.



Dal punto di vista tecnico, i guanti neri in nitrile offrono spesso le stesse garanzie di protezione dei modelli azzurri: barriera contro contaminazioni, resistenza a sostanze chimiche e vestibilità confortevole anche per utilizzi prolungati. Tuttavia, per le attività di manipolazione diretta e preparazione degli alimenti, i guanti azzurri restano imprescindibili, poiché garantiscono un controllo immediato su eventuali frammenti accidentali. I guanti neri rappresentano la soluzione ideale per catering e servizio in sala, dove estetica e protezione devono convivere; i guanti azzurri restano l'opzione più sicura per la lavorazione in cucina, nel pieno rispetto delle normative di igiene alimentare.

www.reflexx.com

VDM Easy: funzionalità e discrezione per l'hôtellerie moderna

VDM arricchisce il proprio portafoglio con Easy, una linea di carrelli progettata per il settore alberghiero. Pensata per rispondere alle esigenze di strutture con spazi ridotti, la linea si rivolge sia a piccoli hotel e affittacamere, sia a realtà di fascia alta che desiderano evitare ingombri nei corridoi. La caratteristica principale di Easy è la compattezza, che consente agli operatori di spostarsi agilmente tra camere, ascensori e vani stretti, mantenendo ordine e discrezione. I carrelli, infatti, possono entrare nelle stanze senza attirare l'attenzione degli ospiti, permettendo interventi rapidi e invisibili. La linea è apprezzata per la semplicità d'uso, la maneggevolezza e la configurazione completa, adatta alle operazioni quotidiane di pulizia. Disponibile in versione standard, può essere personalizzata in base alle esigenze delle singole strutture. Grazie a una logistica efficiente e a tempi di consegna rapidi, Easy ha già ottenuto un'ottima risposta dal mercato, soprattutto in contesti urbani con edifici storici e ascensori di piccole dimensioni.

www.vdm.it



Performance e sostenibilità a supporto dell'ospitalità

Negli hotel e nella ristorazione collettiva, igiene, efficienza e ottimizzazione dei processi sono leve decisive per garantire qualità del servizio e ridurre i costi operativi. La sostenibilità è ormai parte integrante di questa strategia che diventa un criterio essenziale nella scelta dei fornitori e delle attrezzature.

In questo contesto si distingue Liber, che propone soluzioni professionali come Oregon e Demanat per stoviglie impeccabili. Oregon, brillantante Ecolabel, favorisce l'asciugatura, elimina residui

calcarei e dona brillantezza a cristallo, ceramica e acciaio. Demanat, detergente concentrato, agisce anche in presenza di acque dure e preserva le lavastoviglie da depositi di calcare.

Elemento distintivo dell'approccio di Liber risiede nel suo profondo impegno verso la sostenibilità ambientale: questo si manifesta attraverso un modello operativo che integra processi produttivi ottimizzati, l'utilizzo di packaging riciclati e dosaggi di prodotto calibrati, permettendo agli operatori di unire efficienza operativa, rispetto ambientale e competitività, senza compromessi sulla qualità del servizio.

www.liberchimica.it



NOTIZIE

DEO LEMONGRASS: l'esperienza olfattiva che fa la differenza

Nell'ambito dell'hospitality, l'attenzione al dettaglio è ciò che definisce la qualità del servizio. Oggi la percezione di pulizia non si limita alla sola igiene visiva delle superfici, ma coinvolge in modo sempre più decisivo l'esperienza olfattiva, elemento capace di influenzare imme-



i-mop® Lite

**LA SOLUZIONE INTELLIGENTE
PER LA PULIZIA DEGLI SPAZI RISTRETTI**

i-mop® Lite rivoluziona la pulizia: compatto, leggero e potente,
assicura risultati impeccabili con il minimo sforzo.
Basta camminare, lui fa il resto!



IPC

BY TENNANT COMPANY

diatamente il giudizio di ospiti e clienti. Odori sgradevoli o ambienti privi di identità possono compromettere la sensazione di accoglienza, mentre una fragranza fresca e gradevole diventa parte integrante del comfort percepito. È in questa prospettiva che si inserisce DEO LEMONGRASS, la nuova proposta della linea di deodoranti professionali ICEFOR S.p.A., studiata per eliminare rapidamente i cattivi odori e garantire una profumazione intensa, duratura e rigenerante.

Dopo il successo di referenze già consolidate come DEO BLUE ARTIC e DEO DOUCEUR DE MYRRE, ICEFOR arricchisce la gamma con un deodorante pronto all'uso che porta negli ambienti professionali una fragranza agrumata, dal carattere vivace e persistente. La formulazione con essenza biodegradabile risponde inoltre alla crescente richiesta di soluzioni sostenibili, coniugando performance e rispetto per l'ambiente.

Un ulteriore punto di forza di DEO LEMONGRASS è la sua versatilità: il prodotto può essere nebulizzato direttamente negli ambienti oppure applicato su tessuti come tende e tappezzerie, spesso veicolo di odori persistenti. Questa caratteristica lo rende particolarmente adatto a contesti complessi come hotel, case di riposo, istituti e locali pubblici, dove la gestione dell'esperienza olfattiva è parte integrante dell'accoglienza.

La nuova referenza si integra con gli altri prodotti della gamma, in particolare con i detergenti pavimenti ICEFLOOR Blue Artic LL, ICEFLOOR Douceur de Myrre LL e ICEFLOOR Lemongrass LL, che uniscono capacità detergente e persistenza olfattiva.

www.icefor.com

Carrelli che lasciano il segno



Caratterizzati da un design ricercato e un'imprescindibile cura dei dettagli, i carrelli MagicArt e Dust Titan di TTS soddisfano le specifiche esigenze del settore alberghiero.

La linea MagicArt facilita la pulizia degli ambienti e il riassetto delle camere, offre inoltre soluzioni mini bar progettate per il trasporto e il rifornimento di bevande, stoviglie, posate e salviette. L'esclusiva linea si distingue per la modularità e l'ampio assortimento di accessori che consentono di configurare i carrelli sulla base delle effettive necessità rendendoli così unici. È inoltre possibile personalizzare anche l'immagine stessa dei carrelli, si può infatti scegliere tra le grafiche di serie Anthea e Kapok, eleganti e sofisticate, e una grafica personalizzata con il proprio logo o un'immagine a scelta così da rendere il carrello un efficace veicolo di comunicazione.

I carrelli Dust Titan agevolano invece la gestione della biancheria nelle strutture ricettive e sono disponibili nelle versioni da 2x100, 200 e 300 litri. L'elevata capienza del sacco facilita le operazioni di raccolta mentre l'apposita cerniera permette l'estrazione del contenuto senza doverlo sollevare, evitando così traumi e affaticamento alla colonna vertebrale. La struttura in acciaio verniciato Rilsan, resistente e durevole, può essere compattata in un attimo per ridurre al minimo lo spazio occupato agevolando di conseguenza lo stoccaggio al termine delle operazioni.

www.ttsystem.com

OXYCARE®, soluzioni di pulizia ad alte prestazioni

OXYCARE® è frutto della ricerca Sochil Chimica che ha creato 4 prodotti multiuso di nuova generazione ad altissime prestazioni che coprono la gran parte delle applicazioni di pulizia di strutture ricettive, istituzionali e commerciali. Con OXYCARE® si ottiene un duplice obiettivo: si riduce il numero di referenze utilizzate dall'operatore per la pulizia delle superfici e si aumenta lo standard di pulizia degli ambienti oltre che la percezione del pulito da parte dei clienti.

XPLURI è il detergente pronto all'uso inodore auto-asciugante e igienizzante, ad azione rapida e profonda e che non necessita di risciacquo. Raccomandato per la pulizia quotidiana delle superfici a contatto con alimenti, rimuove rapidamente i residui di cibo delle lavorazioni alimentari senza lasciare tracce. Dona un effetto lucido sull'acciaio inox e sulle superfici specchiate.

PLUREL è il detergente pronto all'uso igienizzante e auto-asciugante raccomandato per rimuovere sporco e residui da tutte le superfici nelle operazioni di pulizia ordinaria, performante nella pulizia dei vetri e degli specchi. Agisce rapidamente sullo sporco senza lasciare tracce, aiuta a rimuovere la muffa ed è lucidante su tutte le superfici specchiate.

BOXI, anticalcare bagno idrorepellente con potere brillantante, igienizzante e sbiancante, asciuga istantaneamente ed è raccomandato per eliminare il calcare non solo dalla rubinetteria e dall'arredo, ma anche da vetri e specchi senza lasciare alcuna traccia. L'acqua torna a scorrere velocemente a terra dopo l'applicazione del prodotto su box-doccia e pareti in vetro. Contrasta con successo cattivi odori e muffa.

PAVIXAN, detergente multiuso concentrato a schiuma frenata polivalente per tutte le superfici dure, igienizzante e utilizzabile anche su superfici a contatto con alimenti; eccellente rimuovente dello sporco con effetto brillantante sui pavimenti e sbiancante sulle fughe, aiuta a combattere i cattivi odori e a contrastare la muffa.

www.sochilchimica.it



Allegrini: il partner strategico per la pulizia professionale

Azienda di riferimento nella produzione di detergenti professionali per l'hotellerie, Allegrini si distingue non solo per la qualità dei prodotti, ma anche per il servizio di consulenza e assistenza offerto ai suoi clienti. Il "Metodo Allegrini", vero e proprio modus



operandi, è pensato per garantire performance elevate, un considerevole risparmio e accompagnare il cliente in tutte le fasi della pulizia professionale.

A partire da un'analisi dettagliata degli ambienti e delle esigenze dei clienti, Allegrini offre consulenza tecnica e piani di igiene su misura (conformi al protocollo HACCP), fornendo corsi di formazione per il personale addetto alle pulizie, oltre a un'assistenza costante, inclusa quella post-vendita.

La definizione di soluzioni personalizzate garantisce alle aziende notevoli risparmi, possibili anche grazie all'utilizzo dell'innovativo sistema di diluizione professionale Allegrini e dei prodotti super concentrati, che permettono un'ottimizzazione dei consumi e un risparmio sugli imballi e i costi di logistica. Tutto ciò si riflette in una significativa riduzione dell'impatto ambientale: uno studio LCA condotto dall'azienda su tre referenze ha mostrato che, per ogni 1000 litri di prodotto, i prodotti concentrati garantiscono un risparmio di emissioni di CO2 rispetto al pronto uso (dell'86,4% nel detergente vetri, 91,5% nello sgrassatore e 92,8% nel multiuso).

Parte integrante del Metodo Allegrini, il protocollo di pulizia e disinfezione degli ambienti Clean is All: verificato dal Dipartimento Ambiente e Salute dell'Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri, consente di informare e rassicurare il cliente finale sull'utilizzo dei detergenti Allegrini e sulle procedure di pulizia, garantendo a tutti gli ospiti di una struttura o attività commerciale una permanenza ancora più sicura.

www.allegrintopclean.com



La Casalinda[®] srl

PRODOTTI E SISTEMI PER IGIENE E PULIZIA

La Casalinda Srl è una realtà affermata, con oltre 5.000 referenze sempre disponibili a magazzino; si è imposta quale azienda partner nelle forniture di detergenti Ecolabel, disinfettanti, dispenser e relativo materiale di consumo in carta Ecolabel, attrezzature e macchinari per le pulizie civili e industriali e per articoli e stoviglie monouso compostabili per alimenti, in particolare per Case di Riposo, Cliniche, Centri Medici e Imprese di Pulizia operanti nel settore Sanitario, Civile e Industriale

CERTIFICAZIONI
La Casalinda Srl ha conseguito certificazioni internazionalmente riconosciute:
ISO 9001
ISO 14001
ISO 13485 – 2016
ISO 22000
ISO 45001
SA 8000



La Casalinda[®] srl

Z.P. Tarantasca Nord 1 12020 Tarantasca (CN)
Tel. +39 0171 944 634 - info@lacasalinda.com - www.lacasalinda.com

Marka: soluzioni olfattive per un'accoglienza d'eccellenza

Nel mondo dell'Hotellerie ogni dettaglio contribuisce a costruire l'esperienza dell'ospite. L'attenzione al comfort visivo è ormai consolidata, ma sempre più strutture ricettive riconoscono nell'esperienza olfattiva un fattore strategico di customer satisfaction. Un ambiente profumato e armonioso, infatti, non solo trasmette una sensazione di pulizia e cura, ma diventa un elemento distintivo capace di rafforzare il ricordo positivo del soggiorno e favorire la fidelizzazione.

In questo contesto si inserisce l'impegno di MK spa che, con il brand Marka, da sempre investe in Ricerca & Sviluppo per offrire soluzioni professionali in grado di coniugare tecnologia, funzionalità ed emozione sensoriale.

Tra le soluzioni di maggior successo troviamo la gamma MARKA DEO, composta da



otto fragranze esclusive, studiate per valorizzare ogni ambiente dalla reception alle camere, dalle aree wellness a tutti gli spazi comuni dell'hotel.

Grazie alla speciale tecnologia formulistica – caratterizzata da una perfetta sinergia tra molecole fissative ed essenze accuratamente selezionate – i Deodoranti Marka garantiscono una persistenza fino a tre giorni, con una concentrazione di profumo fino a tre volte superiore rispetto ai tradizionali deodoranti. Un plus che assicura atmosfere raffinate, accoglienti e durature.

Il packaging, elegante e funzionale, si sposa perfettamente con l'uso professionale e il canale di riferimento: il flacone nero da 500 ml e il trigger ad alte prestazioni assicurano una nebulizzazione uniforme, semplice e immediata.

A completamento della proposta, Marka ha sviluppato i DEO FLOOR, detergenti profumati per la manutenzione quotidiana di superfici come gres, gres porcellanato e marmo.

La loro formula delicata preserva la brillantezza dei pavimenti e, grazie all'allineamento olfattivo con i Deo Ambienti, permette di mantenere in hotel una coerenza sensoriale tra pavimenti e ambienti, creando un fil rouge olfattivo in tutta la struttura.

Con queste soluzioni, Marka si conferma partner ideale per chi vuole trasformare l'ospitalità in un'esperienza multisensoriale, unendo pulizia, eleganza e benessere olfattivo.

Marka è PROTEZIONE PROFONDA PROFESSIONALE

www.markacleaning.com/it/it/professionisti/

Christeyns e la sostenibilità nei prodotti chimici per l'igiene

Christeyns è un'azienda fortemente impegnata nella sostenibilità ambientale, integrando criteri ecologici in tutte le fasi del ciclo di vita dei suoi prodotti chimici per l'igiene. Dalla progettazione alla produzione, fino alla distribuzione e al riciclo, ogni passaggio viene attentamente valutato per ridurre l'impatto ambientale senza compromettere la qualità e l'efficacia.

Durante la fase di sviluppo, Christeyns sceglie ingredienti biodegradabili e riduce al minimo l'uso di sostanze nocive. Anche il processo produttivo è ottimizzato per limitare emissioni di CO2 e consumo di risorse naturali, mentre la logistica è organizzata per massimizzare l'efficienza nei trasporti. L'attenzione si estende anche all'uso finale dei prodotti, supportando i clienti nel ri-



sparmio idrico ed energetico, e al fine vita, promuovendo soluzioni di riciclo e riutilizzo per ridurre i rifiuti.

L'impegno di Christeyns è dimostrato dalla certificazione ecologica del 12% della sua produzione totale e dall'ampia gamma di oltre 100 prodotti con etichette ambientali riconosciute, tra cui Ecolabel UE, Nordic Swan ed Ecocert. Questo impegno è stato premiato nel 2022, quando Christeyns ha ottenuto il riconoscimento come azienda con il maggior numero di licenze Ecolabel

UE, consolidando il suo ruolo di leader nella chimica sostenibile.

Il logo aziendale, caratterizzato dai colori verde e blu, riflette la filosofia di Christeyns: innovare nel rispetto dell'ambiente. Con una visione basata sulla circolarità e sulla responsabilità ambientale, l'azienda continua a sviluppare soluzioni che combinano efficienza e sostenibilità, contribuendo a un futuro più pulito e sicuro per tutti.

www.christeyns.com/it

Pulitori specifici Fulcron Pro: soluzioni mirate per hotel e catering

Con il marchio Fulcron PRO, Arexons porta un secolo di esperienza nella chimica professionale anche nel mondo dell'hotellerie e del catering. La linea Pulitori Specifici, pensata per rispondere in modo mirato alle esigenze di chi opera in contesti ad alta intensità d'uso, trova applicazione ideale in ambienti dove igiene, efficienza e sicurezza sono requisiti imprescindibili.

In ambito cucina, Fornil 860 è il detergente alcalino con spiccato potere decarbonizzante e sgrassante, ideale per forni, griglie, piastre e girarrosti. Per le incrostazioni più ostinate interviene D-Grex, sgrassatore universale capace di rimuovere rapidamente unto e grasso da tutte le superfici lavabili. A completare la cura delle aree food, Steel Gloss è il detergente specifico per acciaio inox: elimina macchie



e aloni mantenendo cappe, piani di lavoro e attrezzature sempre brillanti.

Negli spazi comuni e nelle aree di accoglienza, Active Lux è il multiuso a base idroalcolica indicato per tavoli, arredi e rivestimenti, con effetto brillante che mantiene gli ambienti ordinati e luminosi.

Per i bagni, FortKal Acid è il disincrostante acido studiato per rimuovere calcare e tracce di sapone; FortKal Bagno è il detergente

a pH neutro per la manutenzione quotidiana, adatto anche a superfici delicate come il marmo; FortKal WC è specifico per la pulizia profonda del water, con azione igienizzante e deodorante.

Un insieme di prodotti che, inseriti in un unico sistema, permettono di razionalizzare le procedure di pulizia garantendo risultati professionali in ogni area dell'ospitalità.

www.fulcronpro.it

i-mop® Lite, l'alleato invisibile per un'accoglienza impeccabile

Nel mondo dell'hospitality, la prima impressione è spesso anche la più duratura. Che si tratti di un hotel, residence, resort o B&B, garantire pulizia profonda e costante è una sfida quotidiana, specialmente nei momenti di maggior affluenza e nei cambi di turno serrati del personale.

È qui che entra in gioco i-mop® Lite: una soluzione di pulizia compatta, potente e sorprendentemente semplice da usare. Pensata per semplificare il lavoro dello staff e ottimizzare i tempi, è lo strumento ideale per mantenere alti standard igienici senza rinunciare all'agilità operativa.

Dalla hall alle camere, dai corridoi alle zone comuni, i-mop® Lite si adatta con facilità a ogni angolo della struttura. Grazie al suo design compatto e al manico con sterzo a 360°, raggiunge agilmente anche gli spazi più ristretti, riducendo tempi e sforzi. È più veloce di un tradizionale mocio, più efficace e decisamente più igienico. Il sistema di aspirazione integrata lascia i pavimenti subito asciutti, evitando disagi o rischi per gli ospiti in transito. Il basso livello di rumorosità (solo 68 dB(A)) lo rende perfetto per lavorare in piena discrezione, anche durante l'orario di servizio o in presenza di clienti.

i-mop® Lite è progettato pensando alla praticità quotidiana del personale. I serbatoi dell'acqua pulita e di recupero sono facilmente removibili, semplici da pulire e igienizzare. Il serbatoio di recupero è inoltre dotato di un trattamento antimicrobico che aiuta a prevenire la formazione di batteri e odori sgradevoli: un dettaglio che fa la differenza nel mantenere ambienti freschi e accoglienti. Dotato di batteria a lunga durata, i-mop® Lite offre fino a 60 minuti di autonomia con una sola carica: un vantaggio concreto per le operazioni di pulizia tra i turni o nei momenti di check-in/check-out.

In un settore dove efficienza e cura del cliente devono coesistere ogni giorno, i-mop® Lite rappresenta una scelta strategica: migliora i tempi di intervento, ottimizza le risorse e contribuisce a offrire un ambiente pulito, sicuro e accogliente.

www.ipcworldwide.com





Con RFC INSIEME PER pulire SENZA inquinare



tersano



PRO MIX S4
STAZIONE DOSAGGIO



MIXPOWER

PRODOTTI SUPERCONCENTRATI



I sistemi di dosaggio consentono di evitare che la diluizione dei prodotti sia effettuata in maniera arbitraria dagli operatori, consentono, dunque, di razionalizzare il consumo dei prodotti detergenti.

IL GIUSTO DOSAGGIO FA LA DIFFERENZA

I prodotti Mixpower, insieme alle stazioni di diluizione automatica ProMix S4, costituiscono la soluzione efficace ed economica per le aree principali della pulizia giornaliera.

L'utilizzo di prodotti super-concentrati consente di valorizzare il ciclo dei rifiuti e ridurre l'uso delle risorse, pertanto si ottengono imballaggi dai volumi ridotti.

Gli imballaggi primari dei detergenti impiegati sono in Plastica di Seconda Vita con l'80% di materiale riciclato.



www.liberchimica.it

Hygiene and Sustainability, everywhere.

