

**N.2**  
**FEBBRAIO**  
**2020**

# GSA

**IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI**

**PRODOTTI E  
SERVIZI PER  
HOTEL & CATERING**

**MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE**

## TERZA PAGINA

Trend alberghieri  
Best practice sostenibilità  
Rapporto ristorazione

## GESTIONE

Outsourcing alberghiero  
Dealer pulizia  
Incidenti in horeca

## SCENARI

Forum Pulire  
Carrelli pulizia  
Materassi e dintorni  
Ospitalità sostenibile

## TECNOLOGIE

Pulizia tapparelle

## FOCUS

ASPIRAPOLVERI  
E BATTITAPPETI



[www.gsaneews.it](http://www.gsaneews.it)

**EDICOM**



**L'Ecosostenibilità  
nella ristorazione**



**Sostenibilità ed  
educazione ambientale**

**Qualità Kemika**



OROPIATTI ECO

GRIT ECO

CHANTAL ECO



LIQUIMAC ECO

SIRIO ECO



**Kemika**  
SPECIALITÀ CHIMICHE E  
ATTREZZATURE PER PULIZIE PROFESSIONALI

**Attiva**  
LINEA PROFESSIONALE PER LA PULIZIA  
E IL TRATTAMENTO DELLE SUPERFICI



[www.gruppokemika.it](http://www.gruppokemika.it)

**controlchemi**  
SPECIALITÀ E SISTEMI  
DI DOSAGGIO PER PISCINE

**nova**  
MACCHINE PER  
PULIZIE PROFESSIONALI

# pom

Enjoy your *new* season



Sutter Professional, unendo tecnologia e ricerca, ha scelto **5 tipologie di packaging e 4 formule differenti** per detergere e profumare **ogni ambiente**, ciascuna declinata in **5 fragranze long lasting** per rendere il pulito unico e inconfondibile, con la possibilità di **utilizzare la stessa fragranza per tutte le fasi della pulizia.**

ESSENCE



LONG LASTING

AMBIENCE



LONG LASTING

NATURE - AIR



LONG LASTING

[www.sutterprofessional.it](http://www.sutterprofessional.it)  
[professionalitalia@sutter.it](mailto:professionalitalia@sutter.it)

**Sutter**  
PROFESSIONAL

# PRODOTTI E SERVIZI PER HOTEL & CATERING



## INSERTO

### TERZA PAGINA

- 11** Tendenze alberghiere, cinque passi nel 2020  
[di **Simone Finotti**]
- 14** Belvita, perla del turismo sostenibile  
[di **Umberto Marchi**]
- 16** Ristorazione Fipe, freccia in su ma con cautela  
[di **Carlo Ortega**]

### GESTIONE

- 18** Costi certi, sicurezza del risultato, professionalità senza compromessi: tutti i plus dell'outsourcing alberghiero  
[di **Giuseppe Fusto**]
- 20** Professionisti del problem solving: il (difficile) compito dei dealer della pulizia  
[di **Antonio Bagnati**]
- 22** Infortuni nell'horeca, l'insidia è dietro l'angolo  
[di **Umberto Marchi**]

### SCENARI

- 24** Metti il pulito... in un Forum!  
[dalla redazione]
- 26** In albergo una... carrellata di igiene!  
[di **Umberto Marchi**]
- 28** Il materasso... fa la felicità  
[di **Giuseppe Fusto**]
- 30** Hotel alla ricerca dell'empatia perduta  
[di **Antonio Bagnati**]

### TECNOLOGIE

- 32** Attenti alle tapparelle, ricettacolo di sporco  
[dalla redazione]

## FOCUS

### ASPIRAPOLVERI E BATTITAPPETI

34

ATTUALITÀ **5**  
AFFARI E CARRIERE **37**

CARNET **38**  
ORIZZONTI **39**

**PROFUMATORE BIFASEPLUS**  
DURA FINO A TRE GIORNI

**THE SMART AIRFRESHENER**

SELEZIONA E TRASFORMA I CATTIVI ODORI

**IPOALLERGENICO**

[www.chimiclean.it](http://www.chimiclean.it)  
[info@chimiclean.it](mailto:info@chimiclean.it)  
Tel. (+39) 0932 902055

**ARTICOLO  
A PAG. 45**

**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 Amoroso presso la sede di Milano, Via Alfonso Corti, 28 per esercitare i diritti previsti dal Regolamento EU 2016/679"

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

© Copyright EDICOM srl - Milano

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**  
**ANTONIA RISI**  
Segreteria:  
**BARBARA AMORUSO**  
Diffusione:  
**GIOVANNI MASTRAPASQUA**  
Sviluppo e pubblicità:  
**ANDREA LUCOTTI,**  
**MARCO VESCHETTI**

Progetto grafico:  
**AFIDAMP COMUNICAZIONE**  
Composizione, grafica e impaginazione:  
**STUDIO GOMEZ**  
Copia 2,58 Euro  
Fotolito e stampa:  
**STUDIO GOMEZ - COLOGNO MONZESE (MI)**  
**AZIENDE GRAFICHE PRINTING - PESCHIERA BORROMEO (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.

ISSN 1973-5324  
Abbonamenti:  
**ITALIA ANNUO EURO 70**  
**EUROPA E PAESI EXTRA EUROPEI EURO 130**  
C.C.P. 38498200



# C75, C85 e C100

## Il ritorno di un mito!

# C75 C85 C100



C75, C85 e C100 sono lavasciuga pavimenti uomo a bordo caratterizzate dal design robusto e dall'anima "intelligente" in grado di rivoluzionare la tradizionale idea di pulito. Infatti, grazie all'implementazione delle tecnologie più innovative, è stata migliorata l'esperienza d'uso dando la possibilità all'operatore di interagire con la macchina per sfruttare al massimo le sue funzioni in un'ottica di ottimizzazione dei tempi di intervento e riduzione dei costi.



Grande autonomia grazie anche alla capienza dei serbatoi. Possono arrivare fino a quattro ore di lavoro senza mai fermarsi.



Fari led anteriori e posteriori di serie.



Il dispositivo Pressure Monitoring garantisce la massima efficacia su qualsiasi tipo di pavimento. La pressione massima esercitata sulle spazzole è di 150 Kg.



Con basamento lavante traslante: azionando un semplice comando il basamento traslante fuoriesce a destra per raggiungere lo sporco depositato a filo muro.



  
**comac**  
 professional people

COMAC spa  
 Via Maestri del Lavoro, 13  
 37059 Santa Maria di Zevio - Verona - Italy  
 Tel. +39 045 8774222 - Fax +39 045 8750303

on line: [www.comac.it](http://www.comac.it)      - e-mail: [com@comac.it](mailto:com@comac.it)

Organizzazione certificata Q.C.B. Italia  
 ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, OHSAS 18001:2007

# Qualità e Sicurezza: asticella sempre più in alto in casa Icefor con BRC ed IFS



Tra il finire degli anni novanta e l'inizio degli anni 2000 nasce in Inghilterra, a cura del consorzio dei dettaglianti inglesi BRC (British Retailers Consortium), uno standard per la sicurezza alimentare, il Global Standard for Food. Questo ha lo specifico scopo di garantire, attraverso disciplinari specifici per il settore, la qualità e la sicurezza dei prodotti food a marchio privato (private label o marchio del distributore). Analogamente all'approccio BRC un altro standard prende corpo agli inizi degli anni 2000, questa volta per iniziativa della federazione dei distributori tedeschi, è l'IFS food (International Featured Standard). Successivamente lo standard viene adottato dall'omologa associazione francese e dopo qualche anno ancora da quella italiana. Entrambi gli standard nascono inizialmente per definire la qualità e la sicurezza dei prodotti food a marchio privato, coinvolgendo la filiera produttiva e gli organismi accreditati per il rilascio delle certificazioni e degli audit in base alla norma Uni Cei in iso/iec 17065. In una seconda fase sia BRC che IFS estendono la propria copertura certificativa ad altre ca-

tegorie di prodotti non food, fino ad arrivare ai prodotti detergenti per la casa e ai prodotti per la cura della persona. Per IFS lo standard di riferimento è la declinazione IFS-HPC (household and personal care).

A questo punto molte domande potrebbero sorgere, una sopra tutte le altre: perché un'azienda di detergenti, e per ora rimaniamo in ambito di consumer market, dovrebbe essere "attratta" da queste certificazioni? La risposta più immediata è che la certificazione rappresenta uno strumento indispensabile per qualsiasi azienda che abbia intenzione di lavorare con il mondo della distribuzione (Distribuzione Organizzata e Grande Distribuzione). Con questi strumenti ci si qualifica come possibile fornitore per il mercato europeo della GDO e si accresce la fiducia delle catene distributive verso i propri prodotti. La risposta più mediata è che il percorso per ottenere la certificazione porta a ulteriore razionalizzazione e controllo di tutti i processi di approvvigionamento di materie prime, di semilavorati, di packaging, di produzione, di logistica, fornendo a valle una solida base di relazione di filiera con i propri fornitori.

Quali sono le caratteristiche principali di questi due standard? Sia BRC che IFS si basano su alcuni principi quali: a) l'impegno/risponibilità della direzione. b) l'adozione di un piano di autocontrollo che identifichi i rischi e i pericoli e definisca i relativi punti critici di controllo per il loro presidio. c) l'esistenza di un sistema della gestione della qualità. d) il controllo dell'ambiente e del processo produttivo. e) il controllo del prodotto (laboratori, etichettatura, presenza di allergeni, etc.). f) il controllo dei processi. g) il controllo del personale (formazione, igiene personale, utilizzo di dpi). h) la definizione di specifiche per le materie prime, il packaging, i prodotti semilavorati, i prodotti finiti, la gestione del materiale di scarto. Da notare che con il "modu-

lo" HPC dell'IFS si enfatizza l'approccio secondo le GMP (good manufacture practices) fondamentali sia per la parte cosmetica che per la parte medical device.

E veniamo ora ad Icefor. L'azienda lavora da sempre nei due distinti mercati: consumer (DO, GDO, GDS) e professionale (I&I), ed è sempre stata molto attenta alla qualità e alla sicurezza. Da sempre certificata Iso 9000/9001 (anno 1995), Iso 14001 (anno 1997), OHSAS 18001/ISO 45001 (anno 1999), nel 2007 decise di aggiungere la BRC e nel 2017 la IFS HPC. Le ragioni prime di questa scelta sono rinvenibili in quelle generali che riguardano il settore retail. In realtà poi la decisione è stata assunta in quanto aveva fondamento in un pensiero più articolato, che riguarda il mainstream aziendale del sottoporsi volontariamente ai controlli per migliorare la qualità organizzativa, quella del prodotto e quella del processo. Il tutto finalizzato a dare una risposta ad una domanda sempre più in evoluzione ed esigente. Ebbene di questo approccio ne ha beneficiato anche l'attività del cleaning professionale. Di certo è difficile in un mercato dove il controllo "terzo", gestito dagli enti accreditati, non è così diffuso come si vorrebbe, parlare di BRC ed IFS, ma sicuramente il contributo alla sicurezza, alla legalità e alla rintracciabilità di filiera, alla tutela della salute dei consumatori e degli utilizzatori è così alto in termini di valore che gli investimenti fatti saranno riconosciuti dal mercato. Sicuramente saranno riconosciute eticità ed eccellenza di questo modo di agire, di pensare al business e di garantire la soddisfazione dei clienti, vera e propria ossessione per Icefor.

*Siamo quello che facciamo ripetutamente.*

*L'eccellenza non è dunque un atto,  
ma la nostra abitudine.*

*Aristotele*

[[www.icefor.com](http://www.icefor.com)]



# Solight HouseKeeping: il prestigio è nel carrello

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. Non c'è nemmeno bisogno di sottolineare quanto, in quest'ambito, la pulizia e l'igiene rappresentino un biglietto da visita irrinunciabile.

## Responsabilità di housekeeping

All'interno delle strutture alberghiere la governante ha la responsabilità di un terzo della gestione alberghiera: il reparto piani, ossia le camere, rappresenta un terzo della soddisfazione del cliente generale, ma in particolare modo, essendo prodotto diretto della vendita alberghiera, la camera si rivela un punto focale e di estrema importanza per una sana e produttiva gestione. Difatti il cliente, pur usufruendo di altri servizi, quali la ristorazione, la Spa, la palestra individua nella camera il fulcro del proprio soggiorno. Per rispondere alle aspettative del cliente è opportuno agire con professionalità: attenzione all'ordine, alla pulizia, al decoro ma anche alle spese, ai costi, al rapporto qualità-prezzo.

## Dettagli che fanno la differenza

Il personale deve essere messo nelle condizioni di svolgere il proprio lavoro con strumenti idonei per una corretta gestione del tempo disponibile, e per una suddivisione intelligente del lavoro quotidiano in funzione delle attività da svolgere. Per contribuire a comunicare al cliente che il servizio di housekeeping è svolto con cura, è indispensabile che l'hotel sia dotato di attrezzature funzionali, robuste e che rispecchino, dal punto di vista estetico, il livello qualitativo generale dell'albergo.

## Carrelli d'eccellenza per spazi prestigiosi

Per adattarsi agli spazi più prestigiosi sono nati i carrelli hotel FALPI della linea Solight Housekeeping. Tra i loro punti di forza la solidità, un'elegante struttura in acciaio e alluminio e la possibilità di essere personalizzati secondo le esigenze attraverso il Configuratore Falpi. L'immagine dell'albergo è frutto dell'atmosfera creata da un insieme di elementi: la professionalità degli operatori, la qualità degli arredi, la pulizia, l'ordine e molti altri.

I carrelli Falpi, eleganti e funzionali, quasi non si notano, armonizzandosi con qualsiasi tipo di arredamento, dal più classico al più moderno e tecnologico.



## Il configuratore FALPI

I carrelli della gamma Solight per hotel e alberghi possono essere configurati per adattarsi alle esigenze di ogni struttura e sono personalizzabili con numerosi accessori della linea, secondo le esigenze della struttura alberghiera. Sono disponibili con differenti tipologie di ruote per adattarsi meglio alle pavimentazioni. I carrelli Solight Housekeeping 1 sono più compatti, mentre gli Housekeeping 2,



più capienti, sono ideali per le grandi strutture. Entrambe le tipologie di carrello possono essere completamente chiuse per nascondere alla vista il contenuto. Il carrello Housekeeping 3 permette di personalizzare la raccolta della biancheria.

## Dal minibar al "dietro le quinte"

Il carrello Service Bar permette di organizzare il ripristino del minibar in modo impeccabile, discreto e ordinato. Il carrello Couverture permette di trasportare tutto il necessario con l'utilizzo di un unico carrello, per il ripristino del mini-bar e il riassetto serale della camera. Un servizio veloce svolto in maniera ineccepibile. Il carrello Housekeeping Clean, grazie al suo cassettono di dimensioni generose, permette di ospitare attrezzi e detergenti per la pulizia, lontano dalla vista dei clienti. Soluzioni professionali per un servizio perfetto anche "dietro alle quinte" con gamma Laundry che risponde alle esigenze di quegli hotel che non lasciano nulla al caso. Attrezzature per organizzare il servizio di raccolta, lavanderia e distribuzione dei tessuti: il tutto con carrelli professionali, dal design discreto e minimalista.

# Kiehl, competenza nel segno della sostenibilità

Anche se con notevoli ritardi da parte delle grandi industrie, parlare di “Sostenibilità Ambientale” è diventato un forte denominatore comune quotidiano, che responsabilizza le aziende e gli operatori economici nelle loro scelte e nei loro business. Secondo Kiehl “parlare di ambiente vuole anche dire impostare una profonda analisi e riflessione per il nostro futuro e garantire un presente possibilmente migliore del nostro recente passato”.

## Equilibrio fra prestazione, ambiente ed economia

Il termine “sostenibilità” è quanto di meglio rappresenti l'impostazione di Kiehl, da sempre impegnata a garantire un equilibrio tra prestazione, ambiente in cui opera ed economia di scala. Una buona sostenibilità deve tenere conto di tutti gli elementi che la compongono ed esprimere il meglio in ogni suo aspetto. Concentrarsi su un unico versante, come quello ambientale, non è infatti sufficiente per garantire un risultato sul lungo termine.

## I fattori determinanti della sostenibilità Kiehl

Con la riduzione dei trasporti, grazie all'alto valore di concentrazione dei suoi prodotti, Kiehl concorre alla riduzione delle emissioni. I trasporti sono responsabili di circa un terzo del

consumo finale complessivo di energia nei paesi membri dell'AEA (Agenzia Europea per l'Ambiente) e di più di un quinto delle emissioni di gas serra, nonché di una parte considerevole dell'inquinamento atmosferico e acustico urbano. Inoltre, i trasporti hanno un forte impatto sul paesaggio, poiché suddividono le aree naturali in piccoli appezzamenti di terra, provocando gravi conseguenze per gli animali e le piante.

## Il sistema integrato SGI

SGI, il sistema di gestione integrato, è l'amministrazione unica delle normative ISO in materia di qualità, ambiente e sicurezza sul lavoro. Si tratta di una scelta volontaria da parte delle imprese, che possono così affrontare in maniera globale queste tre aree fondamentali e attuare un processo di miglioramento continuo. Il sistema integrato “qualità ambiente sicurezza” rappresenta il punto di partenza di un'azienda per raggiungere alti livelli di performance, secondo gli standard internazionali predefiniti.

## Kiehl, azienda certificata Iso 9001/14001/18001/50001

Sicurezza, detergenti e prodotti di manutenzione vengono usati quotidianamente per assicurare la pulizia, la salute e il benessere nei luoghi comuni. Sebbene tali prodotti vengano sviluppati dai produttori in modo che siano sicuri



per l'uso previsto, è sempre necessario un certo livello di precauzione da parte dell'operatore e per la sua gestione. Kiehl, grazie alla continua ricerca di materie prime di massima qualità, tutela la sicurezza degli operatori senza penalizzare l'aspetto igienico, fondamentale per la sicurezza delle persone in special modo in ambienti sensibili come ospedali, alberghi, Rsa, scuole e luoghi di pubblica frequentazione. Insomma, grazie alla sinergia tra questi fattori, Kiehl offre una risposta semplice, lineare e senza forzature in tema di “sostenibilità”. Una sostenibilità vista non come diretta conseguenza di un marketing ecologico ma di azioni mirate al perseguimento di azioni consapevoli.

## Politica sostenibile degli imballaggi

Il materiale plastico utilizzato per la produzione degli imballi dei detergenti Kiehl è in polietilene ad alta densità HD-PE in ogni suo componente. Detto materiale è riciclabile al 100% e contiene materiale di scarto riutilizzato in varie percentuali, a seconda della tipologia di prodotto in abbinamento, al fine di garantire l'adeguato livello di sicurezza. Nel fondo delle confezioni viene indicata la tipologia di materiale e il suo riciclo. I cartoni sono di materiale riciclato (tra il 54% e l'80%). La colla dei cartoni è a base di materiali naturali. I cartoni sono ammessi per l'utilizzo nel settore alimentare con contatto diretto. In risposta agli appelli di maggiore sensibilizzazione alla sostenibilità ambientale e in ottemperanza alle normative vigenti, Kiehl ha compiuto un passo in avanti in collaborazione con le aziende fornitrici di materiale per imballaggio, sviluppando contenitori con oltre il 50% di materiale riciclato e garantendo lo stesso livello di stabilità di sempre.

[[www.kiehl-group.com](http://www.kiehl-group.com)]



# Solight

house keeping

HOTEL TROLLEYS

FALPI.

DESIGN FOR CLEANING

CREA IL TUO CARRELLO  
CON IL CONFIGURATORE FALPI.



Seleziona la base

+

Componi il carrello

+

Invia l'ordine o richiedi un preventivo



Il sistema intelligente per la configurazione del tuo Solight HouseKeeping



Configura il tuo carrello in  
pochi semplici passi.  
<http://configuratore.falpi.com/app/>



[www.falpi.com](http://www.falpi.com)



@FALPicleaning



Falpi

# PRODOTTI E SERVIZI PER HOTEL & CATERING

# INSERTO

## IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

### TERZA PAGINA

TREND ALBERGHIERI **11**  
BEST PRACTICE SOSTENIBILITÀ  
RAPPORTO RISTORAZIONE

### GESTIONE

OUTSOURCING ALBERGHIERO **18**  
DEALER PULIZIA  
INCIDENTI IN HORECA

### SCENARI

FORUM PULIRE **24**  
CARRELLI PULIZIA  
MATERASSI E DINTORNI  
OSPITALITÀ SOSTENIBILE

### TECNOLOGIE

PULIZIA TAPPARELLE **32**

### FOCUS

ASPIRAPOLVERI E BATTITAPPETI **34**

**GSA**  
IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI



PER PULIRE  
LO SPORCO  
PIÙ OSTINATO

*Mira 40*

Piccola agile e robusta  
per entrare  
in ogni angolo



 **4CleanPro**

MADE IN ITALY

[www.4cleanpro.com](http://www.4cleanpro.com)



# Tendenze alberghiere, *cinque passi nel 2020*

di Simone Finotti

Sono 5 i principali trend individuati da Trivago per l'hotel del futuro. La parte del leone la fa naturalmente il digitale, con le sue numerose e diverse possibilità, dall'Iot al Virtual reality. Ma si parla anche di prenotazioni dirette, digital marketing, social profile, sostenibilità e... cultura personalizzata.

Per conoscere a fondo i trend di un settore, per cercare di scrutare nel futuro di un comparto o semplicemente per farsi un'idea il più possibile dettagliata di ciò che ci attende, cosa c'è di meglio che affidarsi agli specialisti?

## I trend 2020 secondo gli specialisti

Detto fatto, forse ben pochi meglio

di Trivago sono in grado di fare tutto questo per il comparto alberghiero, ed è per questa ragione che vale la pena approfondire i 5 trend definiti dal metamatore di ricerca per l'anno da poco iniziato. Si tratta ormai di una piccola tradizione, che da qualche anno si ripete e inizia a fare scuola, perché effettivamente permette di cogliere in anticipo le dinamiche di un mercato a volte imprevedibile.

## Aspettative da non deludere

Le aspettative dei clienti, si sa, sono sempre maggiori, e uno dei primi trend in questo senso non poteva che essere quello tecnologico. Non è certo una sorpresa che le tendenze dei prossimi anni, e non solo del 2020, saranno dominate dalla spinta tecnologica. Tecnologie mobili, certo. Ma anche le applicazioni del digitale nel settore alber-

ghiero, che a volte – e parliamo dei casi più estremi – sono addirittura quasi arrivate a sostituire l'uomo.

## Internet delle cose, ancora sulla breccia

Entrando nei casi specifici, ad avere un peso importante saranno ad esempio l'Iot, ovvero Internet delle cose, fra i trend tecnologici in maggiore espansione nell'hospitality. Si tratta in effetti di un'attesa conferma, perché gli oggetti e i dispositivi comunicanti sono ormai da diverso tempo al centro dell'attenzione degli imprenditori del settore e non solo. Enormi sono le potenzialità in questo senso, che non riguardano soltanto il core business alberghiero, ma anche, ad esempio, la possibilità di ottimizzare il consumo energetico e gli stessi servizi di supporto (pensiamo anche alle puli-





zie, sempre più intelligenti e automatizzate). La tecnologia basata sui beacon consente, fra l'altro, di inviare agli ospiti informazioni in tempo reale come offerte, sconti, last minute, suggerimenti turistici e quant'altro.

### Vr e It, non solo acronimi ma ingredienti del successo

Proprio l'intelligenza artificiale è, insieme alla Vr – realtà virtuale, una delle grandi protagoniste dell'ospitalità del XXI secolo, perché permette a hotel e ospiti di interagire in modi sempre più smart: basti pensare ai robot per il servizio in camera o per la reception, o alle esperienze di virtual reality offerte da sempre più alberghi, specie

delle grandi catene internazionali. E come non parlare del riconoscimento facciale, una possibilità che unisce comodità di utilizzo e sicurezza? Un trend da seguire.

### Il carattere? Si vede online

Ma passiamo al secondo punto, che ha sempre a che fare con l'evoluzione tecnologica. Per Trivago sempre più hotel definiranno il loro carattere proprio online. Con l'aumento dell'influenza dei social in termini di marketing e del loro uso da parte dei potenziali ospiti, infatti, non ci si può più permettere di "giocarsela male". Si tratta di un vero e proprio lavoro,



perché non è semplice pubblicare costantemente contenuti rilevanti e distinguersi dalla concorrenza. Servono esperti del campo e squadre di lavoro dedicate.

### L'arte di sapersi raccontare

Dietro tutto questo c'è innanzitutto un efficace storytelling, perché oggi più che mai sapersi raccontare bene è il primo passo verso il successo. Esperienze che restano nella memoria, condivisione di vissuti, scenari instagrammabili, sapori indimenticabili, spazi social: sono solo alcuni degli ingredienti della ricetta del nuovo albergatore "social friendly", e moltissimi lo hanno già capito.

### Intramontabile cultura

Terzo pilastro, la cultura. Ebbene sì: per quanto spesso non ci si pensi, le preferenze degli ospiti-tipo stanno cambiando. Non si cerca più il lusso e lo status symbol, ma esperienze da portarsi a casa, con contenuti culturali rilevanti. L'anno appena iniziato, in particolare, vedrà un aumento dei viaggiatori in cerca di esperienze "locali". Proprio per soddisfare questa domanda gli hotel dovranno essere in grado di offrire ai loro ospiti esperienze di valore, stimolanti e soprattutto





personalizzate (non c'è cosa peggiore per un cliente alberghiero del sentirsi uguale a tanti altri...). Come a dire: la cultura è sì intramontabile, ma anch'essa sta cambiando pelle, o meglio, dovrà adattarsi camaleonticamente alla personalità e alle esigenze di ogni singolo cliente.

### Esperienze sartorializzate

Un'idea vincente potrebbe essere quella di offrire un patrimonio esperienziale personalizzato, come ad esempio costruire itinerari basati sugli interessi dei viaggiatori. Questo vale anche a tavola, dove i menu tradizionali potranno essere sostituiti da specialità a km zero, più sostenibili ed estremamente più affascinanti. E anche l'arte... può avere la sua parte: non è un caso che molti alberghi abbiano già pensato di decorare i propri spazi con opere di artisti locali, fungendo al contempo da gallerie aperte all'esterno, veri e propri palcoscenici privilegiati per giovani talenti.

### L'immane sostenibilità dell'esperienza alberghiera

Poteva mai mancare, nella lista dei trend 2020, quello della sostenibilità? Domanda retorica: no di certo! Se è vero, come è vero, che la tutela am-



bientale è una delle problematiche più rilevanti a livello mondiale, è innegabile il fatto che la sostenibilità svolgerà un ruolo fondamentale per il settore alberghiero (e horeca in generale, ci permettiamo di aggiungere). Ecco perché l'approccio eco-consapevole sarà sempre più premiato nelle scelte dei clienti, sempre più desiderosi anch'essi di svolgere un ruolo attivo in questa importante battaglia. Riduzione delle emissioni, carbon footprint controllata, meno plastica e meno acqua: ecco un poker di possibili iniziative che senza dubbio pagheranno, senza contare il risparmio energetico connesso a tali azioni (storicamente, lo sappiamo bene, gli hotel sono tra le strutture più energivore che ci siano),

ma anche gli sgravi fiscali e le agevolazioni dedicate a chi impatta meno sull'ecosistema.

### Booking diretto e fidelizzazione

E arriviamo al quinto passo: gli alberghi nel 2020 si concentreranno sempre più sulle prenotazioni dirette, cercando fin da subito di fidelizzare il cliente. Come? Ad esempio creando un sito web dal design responsivo piacevole ed efficiente, utilizzando un buon booking engine ad alte performance. In combinazione ci si potrà promuovere con campagne di email-marketing e social media (possibilmente anche con promozioni ben studiate) volte a incrementare o a consolidare la reputazione online dell'hotel.



# Belvita, perla del turismo sostenibile

di Umberto Marchi

**Belvita Leading Wellnesshotels Südtirol difende la natura dell'Alto Adige e punta sul rispetto delle risorse e sulla sostenibilità. Il turismo è un settore strettamente connesso al territorio, che va rispettato e vissuto in perfetta armonia. Ecco le case history più interessanti, nel segno del "viver bene".**

## Turismo e rispetto ambientale viaggiano di pari passo

Contrariamente a quello che per decenni si è pensato, turismo e protezione del territorio non sono affatto in contraddizione. Anzi, si possono rafforzare l'un l'altro in una simbiosi positiva sia per l'attività turistica, che può contare su paesaggi naturali unici, sia per la salvaguardia degli stessi ambienti. Il territorio è così doppiamente valorizzato dalla presenza di queste strutture nate dal recupero di storici masi, perché vissuto attivamente e nel rispetto dell'ecosistema.

## La filosofia del viver bene

Nella filosofia Belvita la sostenibilità ha un ruolo fondamentale: gli hotel associati si impegnano alla responsabilità sociale e al rispetto delle risorse naturali, ponendo attenzione al consumo energetico e idrico, prediligendo beni ecosostenibili, utilizzando metodi di pulizia rispettosi dell'ambiente e prodotti cosmetici ecologici di altissima qualità.

## Si parte dalle cose semplici

Non si deve subito pensare ai massimi sistemi: l'atteggiamento sostenibile inizia da semplici accorgimenti, come l'u-

tilizzo dell'acqua del rubinetto in quelle zone montane dove è letteralmente acqua di fonte, l'invito agli ospiti a far cambiare la biancheria solo se necessario e a portarsi a casa le ciabattine per riutilizzarle; molte piccole attenzioni che nulla tolgono alle strutture di lusso, anzi sono un valore aggiunto per gli hotel del gruppo.

## Design ed elementi in armonia col territorio

Senza contare il design, sempre in armonia con il territorio e arricchito dall'utilizzo di materiali naturali. Anche in cucina si può applicare un atteggiamento attento all'ambiente, riducendo gli sprechi e utilizzando ingredienti di produzione locale da realtà ecologiche; infine gli hotel del gruppo Belvita promuovono la mobilità intelligente incentivando l'utilizzo dei mezzi pubblici, fornendo la ricarica per auto elettriche e il noleggio gratuito delle biciclette, e-bike e mountain bike. Ma ora è arrivato il momento di entrare più nel dettaglio.

## Garanzia R30 dell'Hotel Das Gerstl

Fra gli esempi concreti di sostenibilità del gruppo c'è quello dell'hotel Das Gerstl. La famiglia ha creato il sigillo R30 per identificare quei prodotti che provengono da aziende locali, distanti dall'albergo al massimo 30 km. È un messaggio a favore della regionalità e della stagionalità, per valorizzare i sapori dell'Alto Adige con un'attenzione alla freschezza e genuinità. La garanzia R30 non si ferma ai piaceri culinari, ma si estende anche all'offerta wellness, come per i trattamenti "Benessere di Casa" a base di prodotti locali.

*Nomen omen*, dicevano i latini. E spesso è proprio così. Lo è, ad esempio, nel caso del gruppo Belvita Leading Wellnesshotels Südtirol, perla dell'hospitality dell'Altoadige. Un territorio, come è noto, in cui il successo dei migliori hotel deve molto allo splendore dei paesaggi naturali.

## Un territorio da rispettare e valorizzare

Proprio in quest'ottica Belvita si impegna nella promozione attiva della responsabilità ambientale, incentivando comportamenti sostenibili e attenti alla natura, per assicurare agli ospiti e al territorio circostante, il massimo del benessere e, appunto, del "viver bene".

14  
GSA  
FEBBRAIO  
2020



Hotel Das Gerstl

### “CasaClima classe A” per il nuovo Dolomites Lodge dell’Excelsior

Grande soddisfazione anche per il basso consumo energetico del Lodge dell’hotel Excelsior di San Vigilio di Marebbe, una vera “terrazza” sulle splendide Dolomiti. L’ambiente è stato realizzato utilizzando materiali naturali come pietra, legno, ferro e vetro. Un impianto di cogenerazione produce una parte dell’energia elettrica e del calore per riscaldare l’intera struttura. L’Excelsior è impegnato anche nella mobilità sostenibile: gli ospiti possono parcheggiare l’auto e spostarsi gratuitamente con i mezzi pubblici in estate, mentre in inverno c’è accesso diretto alle piste dall’hotel. Anche il personale alloggia nel resort o vive in paese.

### L’EU Ecolabel del Cyprianerhof Dolomit Resort

Il Cyprianerhof ha ottenuto questa importante certificazione già nel 2014, dopo aver ricevuto il sigillo ambientale nel 1985, segno dell’impegno nel campo della sostenibilità. L’albergo si trova nel cuore delle Dolomiti, patrimonio naturale Unesco, ed è circondato da boschi, prati e natura. Un ambiente prezioso che va protetto e preservato.

### Il caso del Quelle Nature SPA Resort

L’hotel 5 stelle in Val di Casies adotta varie soluzioni ecosostenibili, dalla piscina con acqua salina senza cloro, come è senza cloro il lavaggio della biancheria, all’utilizzo di sola energia idraulica locale, al calore naturale grazie all’impianto di riscaldamento a cippato. Inoltre il distributore di energia elettrica è compreso nel soggiorno per tutti gli ospiti.

### E quello del Naturhotel Lüsnerhof

Un caso davvero virtuoso è quello del Naturhotel Lüsnerhof. Costruito secondo i dettami della bioedilizia con materiali quali argilla, legno massiccio e pietra dolomitica, l’hotel è alimentato



*Dolomites  
Lodge Excelsior*

*Cyprianerhof Dolomit Resort*

da impianto a truciolo di legno, da pannelli solari e da centrale idroelettrica, che lo rendono completamente indipendente a livello energetico. La sostenibilità si basa sui quattro elementi primordiali...

### Fuoco, Acqua, Terra ed Aria

Facendo della sostenibilità un tema universale, che si tratti della produzione di energia utilizzando legno dei propri boschi e acqua dei vicini ruscelli o di ampliare in maniera sostenibile l’infrastruttura. Un turismo sostenibile e dolce si nota anche nel metodo di costruzione biologica, nella Spa e nella cucina naturale, regionale e biologica. L’impegno del Lüsnerhof è porsi in sintonia con natura e paesaggio.

### Esperienze nella natura all’Hohenwart di Scena

Un’esperienza davvero unica è quella di dormire sotto le stelle fra le montagne dell’Alto Adige. Detto fatto: nei mesi estivi l’Hotel Hohenwart offre l’opportunità di trascorrere la notte all’aperto in un comodo letto ai margi-

ni del bosco a 1380 metri di altitudine, vicino al maso Gsteier dell’hotel. In linea con l’idea di valorizzare la natura e l’ambiente, si vuole evitare l’elettricità, consentendo di immergersi nell’atmosfera delle lampade ad energia solare e «staccare» dalle tecnologie. E il team di cucina offre specialità altoatesine in un cestino da picnic.



*Naturhotel Lüsnerhof*

# Ristorazione Fipe, *freccia in su ma con cautela*

di Carlo Ortega

Publicata (e disponibile sul web) l'ultima edizione del Rapporto Fipe, relativa alla situazione 2018. Il settore tiene nonostante la crisi, spinto dalla crescente abitudine a mangiare fuori casa. Bene l'occupazione, soprattutto femminile. Allarme da non sottovalutare: l'eccessiva e rapida mortalità delle aziende tradizionali, surclassate da nuovi modelli più "smaterializzati".

16  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

E' sempre molto interessante dare un'occhiata al Rapporto Ristorazione Fipe, che rappresenta ormai da diversi anni un termometro affidabile sullo stato di salute dei pubblici esercizi del settore horeca in Italia in questo difficile momento di congiuntura economica.

## Le tante variabili di un settore complesso

L'ultimo Rapporto uscito, che si basa come sempre sui dati delle Camere di Commercio, è quello relativo al 2018, ed è consultabile e scaricabile dal sito Fipe ([www.fipe.it](http://www.fipe.it)). In particolare, il Centro Studi Fipe ha analizzato le principali variabili macro di un settore complesso quale è quello della ristorazione senza trascurare, tuttavia, anche alcuni fenomeni micro come, ad esempio, quello relativo alla dinamica dei prezzi di alcuni prodotti di punta del consumo alimentare fuori casa. Domanda ed offerta sono gli spazi che formano il campo dell'indagine con informazioni generalmente tra le più aggiornate ma anche con il ricor-



so a serie storiche per avere contezza dell'evoluzione dei fenomeni, in particolare di quelli più specificatamente economici.

## Dal contesto macroeconomico alle imprese del settore

Lo studio, molto dettagliato, prende avvio (prima parte) dall'analisi del contesto macroeconomico soprattutto per ciò che riguarda la dinamica dei consumi sia nel complesso dell'economia che nello specifico della ristorazione. Particolare interesse riveste la sezione sull'Europa attraverso cui è possibile seguire il posizionamento dell'Italia nel più vasto panorama europeo dei consumi alimentari fuori casa. La seconda parte si occupa di osservare, invece, struttura e dinamica imprenditoriale utilizzando gli archivi delle Camere di Commercio. Stock delle imprese, natalità e mortalità sono i principali fenomeni osservati. La forte vocazione territoriale delle impre-



se di pubblico esercizio ha suggerito di presentare le informazioni almeno a livello regionale.

## Le performance produttive del comparto

Nella terza parte ci si è concentrati sulle performance economiche del settore misurando valore aggiunto, occupazione e produttività. L'illustrazione delle dinamiche strutturali di medio-lungo termine si accompagna alla presentazione di valori aggiornati e al monitoraggio della congiuntura per mezzo dell'osservatorio trimestrale della Federazione. Ampio spazio viene dato alla dinamica dei prezzi nel corso dell'ultimo anno sia in termini di variazioni che di livello con un approfondimento su base regionale.

## L'indagine CATI sui consumi fuori casa

Il lavoro si chiude con l'analisi dei comportamenti di consumo fuori casa effettuata per mezzo di un'indagine CATI i cui principali obiettivi sono stati quelli di misurare il livello di accesso al servizio ed i modelli di consu-



mo e di spesa seguendo il consumatore nelle diverse occasioni della giornata, dalla colazione della mattina alla cena. L'edizione di quest'anno fa il punto, in termini di approfondimento, su alcuni temi di attualità del settore come l'evoluzione degli stili alimentari e la lotta allo spreco alimentare.

### **Gli italiani mangiano ancora fuori... e parecchio!**

Proprio a questo proposito addentriamoci in alcuni dei principali dati che emergono dal Rapporto. Innanzitutto diciamo subito che, nonostante la crisi, gli italiani rinunciano difficilmente all'abitudine di mangiare fuori casa: sono quasi 5 i miliardi di crescita della spesa in questo senso negli ultimi 10 anni, per un totale attestatosi intorno agli 86 milioni di euro. I bar italiani sono circa 150 mila (su un totale di 336mila imprese di ristorazione), e circa 5 milioni i nostri connazionali che tutti i giorni vi fanno colazione o consumano fuori casa almeno il pranzo. Quasi un italiano su 5, invece, si concede il ristorante almeno un paio di volte la settimana, decisamente più

che in passato. Insomma, si è sempre più disposti a spendere per un buon pranzo o una buona cena, o anche per i classici brioche e cappuccino al “solito” bar: una tendenza che si è fatta sentire, in positivo, anche sull'occupazione, cresciuta anch'essa fino ad impiegare, nel solo settore della ristorazione, ben 1,2 milioni di lavoratori, di cui oltre la metà donne (siamo a quota 52%).

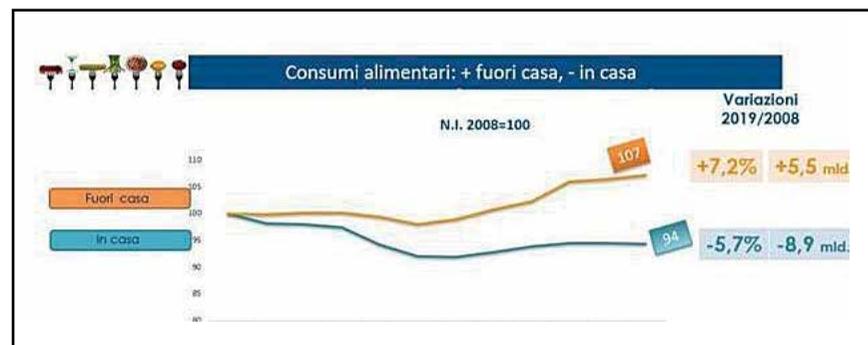
### **Freccia in su per alberghi e ristoranti**

Non stupisce dunque che il settore “alberghi e ristoranti” continui a crescere: infatti ha guadagnato domanda per oltre di 6,6 miliardi di euro, e la ristorazione da sola ha superato i 4 miliardi di euro con un incremento reale del 5,7%. La spesa delle famiglie in servizi di ristorazione è stata nel 2017 (ultimo anno per cui si hanno dati) di 82.868 milioni di euro in valore con un incremento reale sull'anno precedente pari al 4,7%. Allargando lo sguardo

ti antispreco come il doggy bag. Ebbene sì, i tempi e le abitudini cambiano, e ciò che un tempo era visto come sconveniente (portarsi a casa il cibo dal ristorante) oggi è considerato un segno di grande sensibilità ambientale. Importante anche sapere, per molti clienti, se il cibo provenga da allevamenti sostenibili o se sia stato utilizzato il minor quantitativo possibile di plastica.

### **Anche questo settore si “smaterializza”**

Tutti dati che fanno ben sperare, sul versante economico e culturale. C'è purtroppo anche un però, e riguarda la cosiddetta “mortalità imprenditoriale”: infatti, a fronte di un settore che cresce, la crisi (che c'è, eccome) miete non poche vittime, soprattutto fra le realtà più giovani. Un ristorante su quattro, o anche di più, chiude i battenti dopo un anno: una percentuale che raddoppia se si considera un arco di tre anni, e che arriva a sfiorare il



all'Europa, si può affermare che l'Italia sia sempre più solidamente sul podio in questo comparto: siamo infatti terzi, un bronzo che ci fa onore, alle spalle di Gran Bretagna e Spagna.

### **Particolare interesse per la sostenibilità**

Un altro aspetto su cui vale la pena spendere una riflessione riguarda la crescente sensibilità per il mangiare sostenibile, considerato un valore da circa il 70% dei consumatori: un concetto ampio, che va dalla tracciabilità (sapere che si mangia) ad accorgimen-

60% nel quinquennio. A patire le difficoltà sono soprattutto i bar cittadini, superati da negozi di cibi etnici o take away. Un dato su cui riflettere è la “smaterializzazione” di un settore che fino a poco tempo fa sembrava immune, o toccato solo marginalmente da questo tipo di dinamica: a crescere di più sono infatti le aziende senza sede fissa, dinamiche, con personale ridottissimo o libere da pesanti canoni di affitto. D'altra parte il successo di realtà come Glovo, Just Eat e simili la dice molto lunga su dove si stia muovendo il settore.

# Costi certi, sicurezza del risultato, professionalità senza compromessi: *tutti i plus dell'outsourcing alberghiero*

18  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

Pulizie, servizi integrati, facchinaggio. Ma anche reception, conciergerie, custodia, gestione documentale, manutenzioni, fino ad arrivare all'organizzazione del personale. Sono sempre di più, anche tra le "familiari", le strutture del settore alberghiero che ricorrono all'outsourcing, concentrandosi sul proprio "core business". Vediamo come e perché.

di Giuseppe Fusto

Contenere i costi di gestione, ottimizzare le uscite, ma soprattutto poter contare su veri professionisti per i servizi di supporto, concentrandosi sul proprio "core business". Tutti vantaggi per cui l'outsourcing, o terziarizzazione, sta prendendo sempre più piede anche nel settore alberghiero. In principio



furono soprattutto le grandi catene; poi, con l'andare del tempo, sempre più hotel, anche familiari, si sono convertiti all'outsourcing per un ampio ventaglio di servizi.

## Perché esternalizzare?

Outsourcing perché? Innanzitutto per migliorare l'offerta e aumentare l'efficienza, contenendo i costi. Due risultati con una sola mossa, insomma. Ma c'è di più: esternalizzare servizi come la pulizia, facchinaggio, manutenzioni, conciergerie o reception significa affidarsi a chi questi lavori li fa di professione. E non è affare da poco, perché si tratta di servizi che hanno un grande impatto sulla reputazione della struttura.

## Quali servizi

Pulizia e cura quotidiana dell'ambiente hotel sono da sempre in cima alla gra-

duatoria dei servizi esternalizzati. Interessate sono tutte le aree della struttura alberghiera: camere, corridoi e spazi comuni, naturalmente. Ma anche amministrazione, uffici dei dipendenti, ristorante e sale, spa, wellness, piscine, palestre, centri estetici e così via. Ma si parla anche della cura di aree verdi, parcheggi, ecc. Davvero variegato è il caleidoscopio dei servizi esternalizzati: fra gli altri, senza nessuna pretesa di esaustività, ci sono disinfezione, derattizzazione e sanificazione, ma anche trattamenti speciali a tappeti, parquet e moquette, pulizie straordinarie, igienizzazione di superfici o oggetti realizzati in materiali pregiati. Fino ad arrivare alla cosiddetta "couverture", termine con cui, specie negli hotel pluristellati, si identificano tutti quei servizi straordinari di "coccola al cliente" effettuati di norma nella seconda parte del pomeriggio.





### **Non solo pulizia**

Insomma: la pulizia è importantissima, ma non è tutto. Un altro esempio? In un albergo, si sa, molti sono i bagagli da gestire, ma anche le merci che a vario titolo entrano, escono e transitano. Per questo anche il facchinaggio rientra tra i servizi che gli alberghi sono sempre più propensi ad affidare all'esterno. E non solo: capita sempre più di frequente che sia in outsourcing anche il reparto housekeeping, la governante e le figure che coordinano il lavoro del personale, fino addirittura a supervisionare allestimento, stock di prodotti da utilizzare, ordine e successione dei piani di rifacimento camere e pulizie-manutenzioni dei diversi ambienti della struttura, oltre ad avere uno stretto rapporto con i fornitori e la lavanderia. Senza contare il servizio di gestione dei piani ferie, sempre più esternalizzato dagli imprenditori del ramo alberghiero.

### **Molti i vantaggi**

Diversi, e tutti molto validi, i motivi per

cui si sceglie di esternalizzare i servizi di una struttura alberghiera. Economici, come dicevamo: la flessibilità dei costi si sostituisce a uscite fisse che, a volte, sono superiori alle reali esigenze della struttura (pensiamo ad esempio ai periodi di bassa stagione nelle strutture ricettive a forte vocazione turistica, o comunque ai periodi non di punta. Nei momenti di maggiore affollamento, invece, un'impresa in outsourcing riesce a soddisfare in tempo reale qualsiasi tipo di richiesta, facendo fronte anche alle emergenze dovute a picchi di domanda.

### **Professionalità e formazione**

Poi la professionalizzazione: affidare un certo tipo di compiti a gente che li fa di mestiere è una scelta di grande efficacia e sicurezza, anche perché le società che offrono servizi di outsourcing alberghiero hanno a disposizione personale formato e anche attrezzature specifiche per quel tipo di lavoro, i cui costi per acquisto, noleggio e manuten-

zione non saranno più a carico dell'hotel. E scusate se è poco. A proposito di formazione, è chiaro che il personale delle aziende di servizi è anche costantemente formato e preparato, con periodici aggiornamenti a carico dell'impresa stessa.

### **Sia per attività avviate, sia in fase di start up**

Chiudiamo dicendo che la scelta di esternalizzare funziona sia per le attività avviate, che possono "sgravarsi" di incombenze col tempo divenute eccessivamente pesanti, sia per quelle in fase di start-up, che potranno dal canto loro contare su società in grado di offrire di tutto: dal singolo servizio e veri e propri pacchetti chiavi in mano, consentendo così al gestore e/o al proprietario di concentrarsi sul successo della propria attività senza preoccuparsi dei servizi di "contorno", e bilanciando inoltre i rischi di inizio attività.



# Professionisti del problem solving: *il (difficile) compito dei dealer della pulizia*

di Antonio Bagnati

L'hotel non è un cliente come gli altri: ha esigenze e necessità di pulizia sempre più complesse, che devono essere affrontate da veri professionisti, impietosi nel rilevare le criticità almeno quanto nel combatterle. Dalla consulenza alla formazione, il dealer che lavora con gli alberghi non può più permettersi di fare il "semplice" fornitore.

20  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

E' pensabile, nel 2020, un dealer che si limita a consegnare macchine, detergenti, attrezzature, prodotti di consumo, accessori, ricambi? Non più.

## **Un dealer semplice fornitore? Ormai impensabile, almeno in hotel**

O almeno, non più se vuole avere una chance di lavorare bene con gli hotel. Per un distributore della pulizia professionale, infatti, l'albergo è una categoria di clientela particolare, che necessita di grande attenzione non solo in fase di fornitura, ma in ogni momento, fin dal primo incontro. E se certo la precisione, la puntualità e la professionalità nelle consegne marciano ancora insostituibili punti a favore del buon distributore, tutto ciò adesso non basta più. Cerchiamo di capire perché.

## **In hotel non ci si improvvisa**

Le problematiche igieniche dell'albergo sono numerose e tutt'altro che semplici: questo tutti i dealer che cercano il successo commerciale nel mondo dell'Horeca devono averlo ben fisso



in mente. E se il dealer non può certo improvvisarsi, dall'altra parte anche l'albergo deve scegliere bene. Se scelto con oculatezza e lungimiranza, il dealer per l'hotel può rivelarsi un partner strategico capace di indicare i problemi (se non addirittura anticiparli e prevenirli), suggerire possibili soluzioni ed evitare figuracce e mancate fidelizzazioni della clientela. E poi, udite udite, può anche consentire di risparmiare non poco...

## **Albergo, ambiente complesso**

Si sa che l'albergo è un ambiente complesso, da conoscere a fondo. Cosa che, spesso, non fa nemmeno il gesto-

re, specie quando non è il proprietario, o il primo proprietario, della struttura: quando, insomma, non l'ha "vista nascere". Neppure lui, a volte, ha un'idea precisa della vera entità dei problemi che deve affrontare, e magari li sottovaluta o crede di potercela fare da solo. Prendiamo il caso delle cimici dei letti, di cui spesso abbiamo parlato in queste pagine. Oppure della legionella, che purtroppo, in modo ricorrente, torna a riempire le cronache. Ma parliamo anche di sporco comune, di potenziali rischi, di possibili soluzioni. E qui emerge il primo ruolo del dealer, che è quello di fare da consulente qualificato, portando all'emersione e

all'evidenza criticità già in atto o potenziali, e potenzialmente deleterie per l'attività e la reputazione alberghiere.

### Un buon dealer deve “mettere la pulce nell'orecchio”

Non è mai semplice, lo sappiamo, dire anche cose scomode e mettere la classica “pulce nell'orecchio” (ebbene sì, un buon dealer è anche questo), anche avendo il coraggio di dire che ciò che si era fatto in passato non è stata la scelta più corretta, o che c'è bisogno di soluzioni differenti rispetto a quelle messe in atto fino a quel momento. Giusto per fare un esempio: a volte accade che un hotel chiami un dealer per avere una macchina o un cartone di detergenti, e che, proprio da lì, emergano problematiche ben più profonde che possono andare dai locali ammuffiti ai pavimenti sporchi, dalla polvere che si annida su porte, stipiti, armadi alle moquette inguardabili. Quanto sarebbe più facile fornire il prodotto richiesto e stop?

### Gli ambienti più a rischio

Ciò senza contare l'analisi degli ambienti più a rischio, il trattamento degli odori, la gestione di eventuali spa, piscine e così via: in questi casi il primo approccio con il dealer non rappresenta che la punta dell'iceberg. Ecco allora che quella che sulle prime si presentava come una semplice richiesta di prodotto si trasforma ben presto in un rapporto di consulenza competente, meglio ancora se condotta secondo un approccio davvero “sistemico”. Un caso su tutti è quello degli odori: raramente il cattivo odore in questa o quella parte dell'albergo è frutto di circostanze casuali e non controllabili, o comunque non indagabili e risolvibili.

### Forse il problema è di sistema...

E' molto più frequente che si tratti della manifestazione olfattiva di problematiche sistemiche, magari ormai presenti da anni e sedimentate perché “si è sempre fatto così”, “è impossibile in-

## In sintesi, ecco la ricetta

**Riassumendo: per l'hotel c'è bisogno di un dealer che, partendo da una necessità individuata, operi un'analisi complessiva proponendo la giusta consulenza su tutti gli aspetti, senza tralasciare nemmeno quelli apparentemente più assurdi o improbabili. E non si parla solo di pulizia, ma anche, ad esempio, di prodotti di cortesia e di consumo, che vanno ben pensati e studiati per ottimizzare il rapporto costi-benefici in termini di immagine e comfort del cliente. Ha senso tenere un ambiente perfettamente pulito quando poi si offrono saponi che si spappolano nelle mani degli ospiti, asciugacapelli malfunzionanti, carta igienica troppo sfilacciata e i dispenser sempre rotti? Ha senso organizzare un servizio impeccabile quando le rubinetterie sono arrugginite o incrostate? Tutto questo un dealer non può permettersi di ignorarlo, non dirlo e fare il sorriso di facciata. Dovrà invece essere impietoso nel rilevare le criticità (tutte), almeno quanto, poi, nel combatterle.**



tervenire”, “costa troppo”, “ci abbiamo provato in tutte le maniere senza risultato” e così via. Il più delle volte la cosa giusta da dire sarebbe invece “non abbiamo mai fatto la cosa giusta”, oppure “non abbiamo mai affidato la soluzione del problema a un professionista”. O ancora, variazione sul tema, “non si può pretendere di affrontare un problema complesso in una prospettiva semplice”. Per non parlare dell'impianto di aerazione, altro possibile indagato quando si parla di malesseri o patologie.

### Un problem solver professionista

Indagare il problema e proporre soluzioni, questo è il ruolo del dealer. Studiare gli ambienti, porsi domande: com'è la struttura? Come sono distribuiti e dislocati gli ambienti? Dove si trovano, e come circola l'aria? Ci sono accumuli che fanno da volano ai cattivi

odori? Ci sono elementi dell'arredo, oggetti, sanitari malandati o mantenuti in modo scorretto? In che condizioni sono le fosse nere o i pozzetti? E anche se, per molti dealer, è più comodo arrivare, consegnare e correre dal prossimo cliente, un'analisi approfondita rientra a pieno titolo nel lavoro di un professionista dell'igiene. Che naturalmente dovrà poi mettere in atto tutte le strategie per risolvere il problema alla radice. Senza fretta, con la giusta calma e pazienza.

### Vigilare e formare

Un vero esperto porrà attenzione anche dove ci sono le etichette di avvenuta igienizzazione, perché sa che a volte si tratta di operazioni svolte con superficialità, quando non addirittura di veri e propri pro-forma. E ancora: anche se si pensa sempre che lo sporco derivi esclusivamente da uno scarso lavaggio, esiste anche quello che in gergo si potrebbe definire “sporco da eccesso di prodotto”. Di solito si manifesta con una sintomatologia inconfondibile: superfici appiccicose o rovinate, incrostazioni, segni di uso scorretto di formulati o sistemi. E' evidente che qui entra in gioco la formazione, la trasmissione di know-how, conoscenze tecniche, accorgimenti che soltanto un professionista conosce.

# Infortunati nell'horeca, *l'insidia è dietro l'angolo*

di Umberto Marchi

Cadute, tagli, scivolamenti, contusioni, ustioni, sostanze caustiche e inalazioni improprie: anche se non ci si pensa, è lunga la lista di potenziali infortuni che possono interessare chi pulisce nell'horeca. Si tratta di luoghi di lavoro apparentemente tra i più sicuri, ma in realtà pieni di insidie più o meno nascoste. E si sa, il diavolo fa le pentole ma non...



22  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

Sul lavoro, lo sappiamo bene, la sicurezza è un valore non negoziabile, a cui tutti i datori dovrebbero riservare un'attenzione particolare. A volte però non è sempre così, e vuoi per superficialità, vuoi per imprudenza o disattenzione, gli infortuni si verificano eccome, spesso con conseguenze drammatiche.

## **Anche l'horeca è un contesto "a rischio"**

Anche nella ristorazione e, più in generale, nell'horeca, il rischio è sempre in agguato: infatti, sebbene apparentemente si tratti di ambienti di lavoro sicuri, la presenza di particolari attrezzature e prodotti chimici, la temperatura di alcuni oggetti, sostanze o componenti, la frequente necessità di lavorare in altezza e la particolare tipologia di attività svolte rendono potenzialmente pericoloso il lavoro di chi pulisce.

## **Un archivio ricchissimo**

Per rendersene conto è sufficiente dare un'occhiata all'archivio di Informo, il sistema di sorveglianza nazionale degli infortuni mortali e gravi sul lavoro, al-

la cui realizzazione hanno collaborato i principali soggetti istituzionalmente preposti alla sicurezza e salute nei luoghi di lavoro, come il Servizio Sanitario Nazionale, attraverso gli Assessorati regionali alla sanità e i Dipartimenti di prevenzione delle Asl, l'Ispepsl, l'Inail, con il contributo delle Parti Sociali. Il sistema rappresenta ad oggi, forse, il migliore strumento per l'analisi qualitativa dei casi di infortunio collegato al sistema di sorveglianza degli infortuni mortali e gravi.

## **Esempi concreti**

Ma entriamo nel vivo e cerchiamo di analizzare alcuni esempi malauguratamente concreti... come quello del cameriere che ha perso la vista (e non è un'esagerazione, ahinoi) durante le operazioni di pulizia e disostruzione del lavandino del banco bar con soda caustica concentrata in acqua bollente: una bolla d'aria formatasi nelle tubature ha

putroppo provocato un reflusso di soluzione caustica che è schizzato negli occhi del malcapitato. Portato al pronto soccorso, e ricoverato in un reparto oculistico ospedaliero, il lavoratore ha perso l'uso della vista a causa di ustioni alcaline, ha sviluppato una gravissima crisi depressiva ed è morto pochi mesi dopo per carcinoma al colon.

## **Le disastrose conseguenze della superficialità**

La scheda Informo pone l'accento sul fatto che il lavoratore non fosse stato formato/informato, e soprattutto non indossasse adeguati dpi: non indossava occhiali di sicurezza o schermo facciale; pulizia lavandino con soda caustica non corretta. Ma sarebbe stato ancor meglio, diciamo noi, avvalersi, per questo tipo di interventi, di personale manutentore o pulitore specializzato, come quello messo a disposizione da imprese del settore. Rivolgersi a pro-

fessionisti, infatti, non significa soltanto investire in qualità, ma anche ridurre i rischi (anche molto gravi) per la sicurezza.

### **Alto il rischio di cadute**

Stesso discorso vale per uno degli infortuni più frequenti sul lavoro, vale a dire le cadute. In questo caso è andata un po' meglio, e l'operatrice "se l'è cavata", diciamo così, con una frattura al femore. Tutto è successo in sala, durante le pulizie di lampade a parete a poco più di 2 metri di altezza. Durante la discesa dalla scala "a compasso" è improvvisamente scivolata da un'altezza di circa un metro e mezzo. Anche in questo caso, occorre verificare la rispondenza della scala ai più recenti standard CE. Al di là di questo, tuttavia, è chiaro che far eseguire alcuni lavori a personale specializzato riduce la possibilità che tutto questo avvenga, e al contempo rappresenta un importante sgravio in termini di responsabilità per il datore di lavoro, che si potrà concentrare più tranquillamente sulla propria attività.

### **L'impreparazione...**

#### **si può pagare a caro prezzo**

A volte gli infortuni riguardano gli stessi gestori, o soci: è il caso di un lavoratore, socio accomandatario di un esercizio di ristorazione, che si è impegnato di persona nella pulizia di un pozzetto di raccolta acque nei servizi igienici del locale, armato dei più classici formulati disotturanti e disgorganti. Il tutto senza, ovviamente, alcuna precauzione e senza nessun dispositivo di protezione. In questo caso non si è trattato di una reazione fisica, ma chimica. Il risultato, tuttavia, è stato più o meno analogo: una volta versato il disgorgante nel pozzetto avviene una violenta reazione chimica tra il prodotto e l'acqua, ancora presente nel pozzetto stesso, ha fatto sì che il composto esplodesse sul viso del malcapitato, con il risultato di ustioni chimiche di secondo e terzo grado.



### **Gli strumenti per prevenire non mancano**

E questi sono soltanto alcuni esempi: in realtà si tratta di situazioni relativamente frequenti, e se anche gli esiti non sono così gravi (pensiamo ad esempio ai frequentissimi tagli, o contusioni), ciò non significa che non ci si debba premunire. Molto prezioso si rivela, a tale scopo, il documento "Informazioni utili sulla sicurezza sul lavoro in imprese dell'industria alberghiera, della ristorazione, cucine di ospedali e ricoveri", ad opera di Cfsi, Commissione federale elvetica di coordinamento per la sicurezza sul lavoro. Sui prodotti chimici si consiglia, fra l'altro, di tenerli negli imballi originali e tenere a portata di mano le schede di sicurezza.

### **Chiedere sempre le schede di sicurezza**

Se un prodotto viene fornito senza, chiederla al produttore, quindi rispettare le indicazioni di etichette e schede di sicurezza. E' importante anche evitare il contatto di prodotti tra loro incompatibili. Inoltre è importante collocare le istruzioni per l'utilizzo direttamente sul luogo di lavoro, istruire i lavoratori e fornire DPI adeguati. Fondamentale anche tenere i prodotti chimici lontani dagli alimenti (fateci caso: non vi è mai accaduto di sentire strani sapori nei cibi? pensateci...), conservare i liquidi nelle vasche di raccolta e mettere sotto chiave i prodotti chimici pericolosi. Per ciò che riguarda il rischio di incendio ed esplosione, si raccomanda inoltre di osser-

vare le disposizioni di stoccaggio per i liquidi facilmente infiammabili e i gas che possono essere pericolosi.

### **Bisogna avere gli strumenti adatti**

Ci sono poi indicazioni di carattere più generale: attenzione ad esempio ai pavimenti e agli ingombri, per prevenire infortuni dovuti a scivolamento, inciampo e caduta a causa di rivestimento staccato o rialzato, dislivelli o superfici sporche o umide (in questo caso i rivestimenti antiscivolo e le segnalazioni possono rivelarsi salvifici, in attesa di adeguate manutenzioni). Per ristoranti e hotel, importante anche poter contare sugli strumenti adatti per rimuovere lo sporco.

### **Pulire bene, con regolarità e... senza rischi**

E' fondamentale anche pulire le superfici con regolarità, evitando il rischio di cadute in piano, scivolamento su pavimenti bagnati o sporchi, ma anche allergie, malesseri, intossicazioni e ustioni fisiche e chimiche. Ecco che allora diventa importante pulire i pavimenti regolarmente, fornire i dispositivi di protezione individuale e mettere bene in evidenza le schede di sicurezza. Va da sé, ripetiamo, che affidare tutte queste operazioni a professionisti – vale a dire a imprese di pulizia, multiservizi, servizi integrati – rappresenti, ci permettiamo di dire, una scelta spesso preferibile.

# Metti il pulito... in un Forum!

Si delinea il programma di Forum Pulire, in calendario a Milano, Auditorium Testori, il 13 e 14 ottobre, sempre all'insegna del valore assoluto del Pulito. Prima volta per il network Issa Pulire. Ampio spazio anche all'Horeca. GSA media partner.

24  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

## Prima volta per Issa Pulire Network

Forum Pulire 2020, in calendario a Milano, Auditorium Testori, piazza Città di Lombardia, il 13 e 14 ottobre prossimi, è organizzato per la prima volta da Issa Pulire Network, una "rete" in cui Issa riveste un ruolo perfettamente paritetico rispetto ad Afidamp. La nostra rivista è media partner dell'iniziativa fin dalla prima edizione.

## I fattori della felicità

La felicità, recita lo spot dell'evento, è determinata da molti fattori, legati a variabili genetiche o socio-demografiche, economiche, culturali, religiose, politiche. Di tutto questo si parlerà al Forum, con una formula che, pur ricalcando l'impostazione per macroaree tematiche di ampio respiro culturale e interdisciplinare (con riferimenti che spazieranno dall'economia all'arte, dalla scienza alla storia, dalla politica all'innovazione a trecentosessanta gradi) che ha garantito il successo delle precedenti "due giorni", promette importanti novità.

## Un evento sempre più internazionale

"Lo spirito di questa edizione è già ben percepibile" puntualizza **Toni D'Andrea**,

dalla redazione

Ceo di Issa Pulire Network. "La location, di grande impatto, ha un preciso valore istituzionale e non è lontana dal padiglione Unicredit, che ha ospitato le due precedenti e fortunate edizioni. Milano è sempre più città del business, metropoli europea e mondiale, in perfetta coerenza con l'obiettivo di dare al Forum un respiro ancor più internazionale. "A tal proposito Issa ha richiesto che almeno il 40% dei relatori fossero internazionali, e abbiamo già individuato nomi di prestigio".

## Un prestigioso panel di relatori

Ad esempio quello di **Dirk Beveridge**, autore, educatore e consulente che ha al suo attivo decine di pubblicazioni sull'universo del business e sulle implicazioni sociali e culturali. Ma moltissimi saranno gli speaker di grande fama, italiani e internazionali: l'antropologo socioculturale **Jenean Merkel Perelstein**, e ancora il politico **Marco Rizzo**, il poeta **Franco Arminio**, il conduttore **Gerry Scotti**, l'economista **Giulio Sapelli**. E molti altri stanno ancora dando le loro conferme.



Toni D'Andrea,  
Ceo di Issa Pulire  
Network



## Dormire e mangiare bene... fanno la felicità!

Un'intera sessione è dedicata all'horeca, un settore che ha profondamente a che fare con la felicità: pensiamo all'importanza del dormire bene, ma anche all'adagio di feuerbachiana memoria "Siamo ciò che mangiamo"! Significativo il titolo "Designing for cleanliness in hospitality places", con interventi, fra gli altri, del tecnologo alimentare **Massimo Giubilesi**, Ceo di



John Barrett,  
Direttore Esecutivo di Issa



# FORUM PULIRE

CLEANING AS AN ABSOLUTE VALUE

pianificare consapevolmente la propria crescita e determinare con consapevolezza nuovi obiettivi. Il futuro sarà migliore solo se ci impegneremo ad essere migliori noi per primi, e progettarlo insieme nei valori del rispetto e della riconoscenza, della competenza e della legalità.

## Creare il futuro

“Dare forma al futuro: questo è lo scopo di Forum Pulire, e si vince molto bene rivolgendosi un rapido sguardo a ciò che è avvenuto nelle precedenti quattro edizioni”, dice **John Barrett**, Direttore Esecutivo di Issa. “Ebbene -prosegue- questa edizione non sarà certo da meno. Si definiscono intanto anche gli altri temi al centro del dibattito: Donne e lavoro, in un settore ancora prettamente “in rosa”, e inoltre Accoglienza e Appartenenza, bisogni sociali -e obblighi di legge- che rappresentano due facce della medesima medaglia.

## Modelli distributivi nell'era “liquida”

Ma anche i “Modelli distributivi nell'era della discontinuità” (o disruption, o “società liquida”, per dirla con il compianto Zygmunt Bauman), e la “Progettazione del pulito nei luoghi dell'accoglienza” come ospedali, alberghi e ristoranti. Perché il vero progresso inizia con la consapevolezza di che cosa significhi vivere degnamente. I presupposti non mancano, insomma, per fare di Forum Pulire, una volta di più, un grande evento e luogo di ispirazione collettiva.

Giubilesi e Associati. “Grande importanza verrà data alla ristorazione, un tema fortemente legato a quello della felicità e, naturalmente, dell'igiene e della sicurezza”, anticipa.

## “Il mio lavoro, la mia passione”

Per quanto riguarda il mondo alberghiero, è atteso l'intervento di **Pamini Hemaprabha**, Complex Executive Housekeeper presso l'hotel The Westin Dubai Mina Seyahi Beach Resort & Marina, facente parte del gruppo Marriot International. “La mia professione, l'housekeeping, è anche la mia passione”, spiega. Una passione che l'ha portata ad ottenere grandi soddisfazioni e prestigiosissimi riconoscimenti internazionali.

## Grande successo nel 2012

Ebbene sì: ben 8 anni sono già trascorsi dall'esordio del “think tank” più atteso del cleaning (italiano e non solo), nello splendido Palazzo delle Stelline, in corso Magenta, a Milano. Ed ora, dopo altre tre edizioni (una in Fiera e

due all'Unicredit Pavillion di piazza Gae Aulenti) si può proprio dire che l'idea di ritrovarsi negli anni “pari” a riflettere sul Valore Assoluto del pulito ha pagato.

## Un evento “ispiratore”

“Fin dall'inizio -ricorda D'Andrea- il progetto si è posto l'obiettivo di ispirare i protagonisti del mondo dei servizi integrati con tematiche e argomenti di carattere sociale e culturale. “In questi anni siamo cresciuti, abbiamo organizzato e vissuto appuntamenti importanti, emozioni, spunti di riflessione, scambio di conoscenze e idee”.

## Preziose opportunità di incontro

Obiettivo centrato. “Il Forum è per tutti una preziosa opportunità per incontrarsi, ritrovarsi, pensare, discutere al di fuori delle consuete dinamiche commerciali. Grazie al lavoro di tutti, Forum Pulire rappresenta oggi, per il mondo dei servizi integrati e non solo, un'opportunità unica e preziosa per

# In albergo una... *carrellata di igiene!*

di Umberto Marchi

Indispensabile in hotel, il carrello è uno strumento essenziale per il lavoro quotidiano ai piani e non solo. Piccolo o grande, semplice o ben strutturato, permette l'impostazione, la pianificazione e l'organizzazione ottimale delle operazioni di pulizia alloggiando strumenti, prodotti, supporti per attrezzature. Un prezioso alleato che, se ben impiegato, permette di risolvere i problemi, o almeno... di non crearne.

a parlare di carrelli, perché in hotel, oltre alla semplice pulizia degli spazi comuni, che comunque prevede procedure affini a quelle di altri ambienti, a cominciare dal codice colore, c'è anche la pulizia e il rifacimento camere che introduce una serie di necessità specifiche: basti pensare alla biancheria (accappatoi, asciugamani, lenzuola, federe e così via) o, ancora, ai prodotti di cortesia (saponi, shampoo, creme, doccia schiuma, e ancora pettini, cuffie, set per cucito, ciabatte, matite, biro, caramelle, cioccolatini e quant'altro), che vanno sostituiti o reintegrati ogni giorno e che proprio nei carrelli devono trovare alloggio comodo, ordinato e razionale.

**Ad ogni operazione il suo carrello**  
E il rifornimento dei frigobar dove lo mettiamo? A tutto ciò dobbiamo aggiungere, naturalmente, la fase – altrettanto importante – della raccolta (rigorosamente differenziata) dei rifiuti. Ad ogni operazione il suo carrello, insomma. Che dovrà essere, ovviamente, pro-

gettato impeccabilmente per un utilizzo quotidiano, sicuro ed efficiente. Il carrello, insomma, deve adattarsi completamente, diremmo quasi sartorialmente, alle esigenze dell'ambiente in cui viene impiegato. Per questo anche per l'hotel ce ne sono di ogni tipo e misura.

## Di ogni tipo e misura

Si va infatti dai piccoli carrelli per la pulizia degli ambienti più piccoli a quelli più completi e articolati per il trattamento di grandi superfici, che contengono proprio tutto per ogni funzione e necessità: per la scopatura, ad esempio, ci sono scope a frange o a trapezio; per il lavaggio dei pavimenti secchi, strizzatori, mop di ogni tipo; per le superfici in generale spugne, panni in microfibra, guanti di servizio, detergenti; per la spolveratura (o, più tecnicamente, depolverizzazione) frange in microfibra.

## Le caratteristiche essenziali: robusti, maneggevoli

Detto questo, viene evidente considera-

Qual è l'alleato fondamentale nel servizio di tutti i giorni in ogni hotel, dalla piccola realtà a conduzione familiare alla grande catena in cui l'intero servizio di pulizia è esternalizzato? La risposta è univoca: il carrello, naturalmente.

## Le diverse tipologie necessarie in hotel

Ma faremmo meglio ad usare il plurale e

26  
GSA  
FEBBRAIO  
2020



SO light di Falpi





re che produrre carrelli ottimali per gli alberghi non è certo affar semplice: fra gli accorgimenti da tenere bene in considerazione ci sono la robustezza, che deve essere assicurata perché si tratta di attrezzature impiegate intensivamente e che spesso possono essere soggette a urti, colpi, sfregamenti, passaggi in strettoie difficili, ecc.; poi la maneggevolezza: il carrello deve scorrere bene e spostarsi agevolmente e senza fatica, in rettilineo e nelle curve, sterzando facilmente.

### **Non dimentichiamo l'estetica**

Sappiamo anche molto bene che non c'è ambiente, più dell'hotel, in cui l'occhio pretende la sua parte. Per questo quando si parla di carrelli destinati all'ambiente-hotel, fra le prerogative da tenere ben presenti c'è anche, e non certo secondaria, la gradevolezza estetica: perché l'albergo non è un'officina o un'industria, ma un luogo in cui l'utente finale, che poi è l'ospite, cerca un'esperienza piacevole e rifiuta anche il minimo segno di disordine, incuria o trasandatezza (ne va del successo della struttura alberghiera!). Sempre in quest'ottica i carrelli dovranno essere anche semplici da pulire e... difficili da sporcare, anche per non divenire essi stessi veicoli di inquinamento.

### **Sacchi dedicati ai rifiuti**

A proposito di sporcizia: per la raccolta dei rifiuti sul carrello trovano posto

sacchi dedicati, alloggiati e pensati apposta per agevolare una differenziata di qualità (vedere che in un hotel si fa una buona differenziata conta molto nell'opinione dei clienti, sempre più sensibili alle questioni ambientali). Senza contare accessori e ricambi di prodotti di consumo. Per ottimizzare le prestazioni, e di nuovo restare amici dell'ambiente, sistemi più recenti prevedono la possibilità di installare supporti per flaconi dosatori. Insomma, ce n'è per tutte le necessità e esigenze. Grande successo, ultimamente, hanno anche le strutture modulari. Se poi parliamo di materiali, sappiamo che i carrelli possono essere fabbricati in metallo, plastica o entrambi i materiali combinati insieme, e che la scelta dev'essere ben ponderata anche su questo punto.

### **La differenza la fa il dettaglio**

E' proprio il caso di dirlo: spesso è il dettaglio a fare la differenza. E qui di dettaglio a cui fare attenzione ce ne sono tantissimi, non solo in fase di produzione e scelta dell'attrezzatura giusta, ma anche in fase di impiego: ad esempio, spesso non si pensa che i carrelli non devono lasciare traccia quando si spostano. In albergo l'effetto delle tracce di gomma sul pavimento è davvero inguardabile; e non bisogna mai dimenticare la sicurezza, che in questo caso significa soprattutto ergonomia e facilità d'uso.

### **Occhio alla sicurezza!**

Non è facile, e non è nemmeno sicuro, lavorare con strumenti che ti costringono ad assumere posture innaturali o che, pur belli esteticamente, all'atto pratico si rivelano poi di difficile utilizzo. Come accennavamo poco sopra, gli esempi in questo senso sono infiniti: si va dal carrello che non scorre bene sul pavimento, inceppandosi in continuazione o tirando da una parte e dall'altra, all'attrezzatura eccessivamente pesante, che a pieno carico risulta impossibile da spingere o sbilanciato, alla posizione infelice di mensole e ripiani che costringono l'operatore a evoluzioni acrobatiche e faticose "correzioni di rotta" anche decine (o centinaia) di volte al giorno.

### **E alla tranquillità dell'ospite**

Ma sicurezza (e non è una sciocchezza) in albergo significa anche garantire la massima tranquillità agli ospiti. Ad esempio evitando rumori fastidiosi come insopportabili cigolii, o peggio ancora inutili intralci o ingombri, visto che il carrello è comunque un'attrezzatura che occupa il suo spazio. Ecco perché è importante, e non solo sul versante estetico, che gli spigoli siano smussati e non siano presenti zone pericolose. Altre caratteristiche da non sottovalutare.

# Il materasso... *fa la felicità*

Materassi, ma anche cuscini e biancheria. Il sistema-letto è un vero protagonista dell'esperienza alberghiera. Fondamentale tenerlo sempre perfettamente efficiente e pulito, rivolgendosi a professionisti del campo.

Fin troppo facile citare la vecchia canzone di arboriana memoria: "Il materasso è il massimo che c'è... il materasso è la felicità".

## Il riposo, un must dell'esperienza alberghiera

Magari si esagerava, ma neanche troppo: se si considera una stanza d'albergo standard, quasi la maggior parte della metratura è occupata dal letto, il soggiorno nella maggior parte degli hotel è

di Giuseppe Fusto

ancora quantificato in "notti" e il dormire, o comunque il riposo, è di gran lunga l'attività prioritaria che si svolge in albergo.

## Ospiti sempre più attenti

Va da sé che spesso anche le valutazioni degli ospiti si basino spesso proprio sulla comodità dei letti: sull'importanza di dormire bene non si scriverà mai abbastanza, del resto. Ed è anche una questione di sicurezza: molti malesseri o vere e proprie patologie e problemi a livello cervicale, di muscoli della schiena o di circolazione possono derivare dalla scomodità o dal cattivo stato di materassi e dintorni. Senza contare le problematiche respiratorie, dalla "semplice" allergia all'asma. È proprio qui che manutenzione e sanificazione del sistema-letto in hotel mostrano tutta la loro centralità.



## Dal sogno... all'incubo

Quante volte, in albergo, ci siamo imbattuti in materassi troppo rigidi, troppo morbidi, oppure macchiati, sporchi e, nella peggiore delle ipotesi, addirittura maleodoranti? Ecco allora che quello che dovrebbe essere un... sogno, cioè dormire bene, si trasforma in un vero incubo. Parafrasando uno spot d'antan si potrebbe dire: dormire è un piacere, se non si dorme bene che piacere è? Ecco perché offrire servizi scadenti in termini di riposo è un grave un passo falso per ogni hotel, di ogni fascia di prezzo, stelle e latitudine.

## Ma partiamo dai cuscini...

Ancor prima di arrivare al materasso, partiamo dai cuscini: un guanciale scomodo, sporco e piatto può risultare pericoloso sia in termini d'immagine che di salute. Per far riposare bene occorre favorire la respirazione, rilassare i muscoli e mantenere la colonna vertebrale in posizione corretta. Una delle cose più interessanti da osservare, in fase di rifacimento camere, è proprio come gli ospiti hanno "trattato" i cuscini: c'è chi li toglie, chi ne mette due o addirittura tre, impilati o accosta-





ti, chi li piega e li avvolge... inutile nasconderselo: si tratta di segni che qualcosa non ha funzionato.

### **Scegliere bene, pulire ancor meglio**

Se già si inizia a scegliere bene, magari con misure standard (50 x 80 cm) e le giuste caratteristiche (es. classe ignifuga 1M), può essere un buon punto di partenza. Indispensabili però anche una corretta manutenzione e sanificazione dei cuscini. Il lavaggio certificato, ad esempio, contribuisce a mantenere il cuscino in condizioni ottimali e a diminuire gli effetti del tempo. Insomma, è bene rivolgersi a veri professionisti.

### **L'importanza della biancheria**

Bisogna pensare anche alla biancheria: Federalberghi, a questo proposito, suggerisce che gli alberghi a 3 stelle sostituiscano le federe e le lenzuola almeno tre volte a settimana e ad ogni cambio di cliente, e quelli a 4 o 5 stelle tutti i giorni. La biancheria da letto deve presentarsi priva di macchie e in ottime condizioni, se non altro per eliminare acari e polveri ed evitare agli ospiti "disavventure" come dermatiti, infiammazioni cutanee e simili.

### **Considerare il sistema letto nel suo insieme**

E non di sole lenzuola si parla: il termine biancheria da letto comprende anche federe, piumino, top sheet o copripiumino e coprimaterasso. Quest'ultimo, si badi bene, non è affatto un optional, ma è davvero essenziale: oltre ad allungare la vita del materasso, disperde infatti l'umidità del corpo offrendo comfort e sicurezza ed è un grande alleato contro lo sporco. Ora: pulizia, igiene e salute sono valori di cui tener conto quando si offre un servizio turistico professionale.

### **Il materasso, rifugio degli acari**

E veniamo al materasso stesso, che è il ricettacolo privilegiato per gli acari della polvere, responsabili di pesanti reazioni infiammatorie a livello respi-

ratorio. Questi ultimi sono irresistibilmente attirati dalla struttura fibrosa e cellulare dei materassi. Pensiamo anche che sul materasso finiscono innumerevoli residui di sporco, anche di origine biologica, che possono costituire un pericolo per la salute degli ospiti (tracce di sangue, cute e capelli, spesso anche urina, feci o... altro). Non è quindi solo una questione di comodità, eccessiva morbidezza o rigidità, ma anche di pulizia e corretta sanificazione, operazioni che non possono essere gestite a cuor leggero. Per questo è importantissimo effettuare lavaggi periodici e certificati da parte di professionisti del settore.



# Hotel alla ricerca dell'empatia perduta

di Antonio Bagnati

Oggi si punta tutto su tecnologia, lusso, servizio impeccabile. Ma spesso si dimentica che anche l'hotel ha un'anima. Ebbene, come rendere un albergo empatico? Una guida Federalberghi, pensata non solo per gli specialisti, ci conduce passo passo nella realizzazione di un'ospitalità veramente sostenibile. Si chiama "Il mio futuro è sostenibile. Manuale per l'albergo empatico", e offre interessanti spunti, idee e soluzioni per un albergo che... respira con l'ospite.

Sugli alberghi le avevamo ormai sentite tutte. O almeno credevamo, perché nell'aggettivo "empatico", accostato ai nostri amici "stellati", proprio non ci eravamo mai imbattuti.

## Verso l'empatia alberghiera

No problem, comunque: c'è sempre una prima volta. A parlare di albergo empatico è l'interessante opuscolo "Il mio futuro è sostenibile", sottotitolato appunto "Manuale per l'albergo empatico", pubblicato da Federalberghi, in collaborazione con il Centro di Formazione Management del terziario. E in effetti ci sembra proprio che gli autori abbiano fatto centro. A ben pensarci, infatti, oggi gli albergatori scommettono tanto su tecnologia, servizio all'avanguardia, ritrovati sempre più al passo con i tempi. Ma spesso si dimentica che anche l'albergo ha... un'anima, e che questa, ai fini del successo alberghiero, ha molto più peso di quanto immaginiamo.

## Un libro per tutti

La guida, circa 120 pagine scaricabili direttamente dal portale Federalberghi ([www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)), è destinata prioritariamente agli albergatori, ma già a una prima lettura risulta interessantissima per tutte le altre categorie di addetti ai lavori che gravitano intorno al mondo dell'horeca, o anche semplicemente per coloro che vogliono saperne un po' di più. Infatti non si tratta del classico (e a volte, diciamo pure, un po' noioso) libro da e per gli addetti ma piuttosto l'osservazione di chi ha fatto del futuro la propria professione e il proprio viaggio.

## Dall'intuizione di un futurologo

Il libro, corredato da un ricco apparato iconografico e molto piacevole da leggere e consultare, è stato presentato al pubblico in occasione di un seminario organizzato dal Comitato Nazionale Giovani Albergatori, con la partecipazione dell'autore, che si è svolto a Rimini nell'ambito del SIA Hospitality Design 2019. Tutto è nato da un'intuizione di **Thomas Bialas**, giornalista, innovatore e futurologo, che spesso si occupa anche di ospitalità, ed è un viaggio originale in un mondo pieno di stimoli e idee da mettere in pratica nel proprio albergo.

## Il domani? E' sostenibile, ma anche piuttosto complesso

Sempre nel titolo si apre una parentesi ironica (ma non troppo), che accenna al fatto che il futuro, oltre che sostenibile, si presenta anche molto complesso (Il futuro è sostenibile... e maledettamente complesso! Posso chiamarvi, se non lo capisco?). L'idea di una nuova sostenibilità non è affatto da poco, perché prende di petto la parola sostenibilità per decli-



narla nella vita quotidiana di ogni albergo. Un'attività, quella alberghiera, che è in profonda connessione e relazione con persone e territorio.

## Un hotel che... respira con il cliente

Proprio per questo, e qui ci addentriamo nel vivo dell'idea, all'albergo non è affatto assurdo o fuori luogo chiedere di essere "empatico". Ma cosa significa esattamente? Viene abbozzata una prima risposta: un albergo empatico è quello "che respira con ogni cliente per conoscerlo e comprenderlo profondamente". Il testo affronta il tema della sostenibilità ambientale con un approccio innovativo e contiene un'ampia rassegna di buone prassi messe in atto da alberghi di tutto il mondo.

## Un taglio pratico e concreto

Colpisce l'approccio molto pratico, senza orpelli, fronzoli né inutili e fuorvianti giri di parole: "Stringi stringi – si legge – la sostenibilità (che non è più soltanto quella ambientale: il concetto infatti si è esteso all'ambito sociale ed economico) è evitare un futuro peggiore e garantirne, almeno idealmente, uno migliore. In definitiva una cosa è sostenibile quando garantisce un futuro di qualità non inferiore".

Ora: sostenibilità d'impresa significa in sintesi durare nel tempo e far dura-

re nel tempo tutto ciò che ruota intorno all'albergo: a partire dalle risorse, senza dubbio, ma anche il territorio e gli stessi ospiti-clienti. Ma non basta. Bisogna anche focalizzarsi su un nuovo approccio alla sostenibilità che metta in primo piano le relazioni con i clienti, i collaboratori, i fornitori, i partner, il territorio, le istituzioni e i cittadini.

### **Prerequisiti e requisiti per un hotel sostenibile**

Ma quali sono i prerequisiti e i requisiti per un hotel sostenibile? Il prerequisito è l'azione sostenibile che si esplica nell'impatto positivo ambientale, sociale ed economico. Il requisito nuovo è la relazione sostenibile che si esplica nell'impatto positivo delle esperienze e dello stile di vita dei clienti e cittadini.

### **Per conoscere il futuro, inizia dal passato**

“Se vuoi conoscere il futuro, studia il passato”, diceva Confucio, il saggio cinese vissuto tra VI e V secolo a.C. Non è un caso che la guida parta proprio da un rapido “volo d'uccello” sui secoli che ci hanno preceduto, per porre le basi, anche teoriche, del concetto di sostenibilità. Ma questo, intitolato “Le sfide della vera sostenibilità”, non è che il primo dei quattro macrocapitoli in cui è suddivisa la guida: gli altri sono “Le 24 sostenibilità per l'albergo del futuro”, “Work in progress: le sostenibilità sono infinite” e “Le nuove sostenibilità in 10 passi per l'impresa”. Il manuale contiene anche alcune check list per l'autodiagnosi aziendale, volte a sollecitare una riflessione sulle azioni che ciascun hotel può intraprendere per migliorare e rendere più sostenibile la relazione con i clienti.

### **La roadmap dell'albergo empatico**

Quella che maggiormente ci interessa è la seconda parte, che traccia una vera e propria roadmap per gli albergatori che desiderano presentarsi come “empaticamente sostenibili”. Il libro, come in una sorta di procedimento maieuti-

co di matrice socratica, procede per domande-spie, che fanno riflettere l'albergatore sui comportamenti messi in atto, più o meno empatici. Da quanto non senti il tuo cliente? Quando si sta davvero bene in un albergo, oppure Mettiti nei panni di chi viaggia. Per ogni persona ogni momento può risultare insostenibile, distante anni luce dal proprio benessere psicofisico. L'albergo veramente empatico sostiene clienti, cittadini e territorio in ogni momento, per una vera esistenza sostenibile.

### **Sostenibilità 24/24!**

Delle 24 sostenibilità individuate, va detto, alcune aprono ampi orizzonti, altre si chiudono su piccoli dettagli che nessun albergatore può trascurare. Le coppie di termini elencate sono impulsi, punti di partenza per iniziare un viaggio riflessivo e ideativo verso le destinazioni future dell'ospitalità alberghiera. Un percorso per inaugurare un nuovo modello di cliente/residente in nome di una politica di engagement che miri all'autenticità di esperienza e residenza; l'obiettivo è portare all'estremo l'idea dell'ospitalità come pura relazione. Il target è sostenibile quando cessa di esistere come categoria. Il target del futuro è ogni singola persona e ogni singolo stile di vita.

### **Anche il sonno dev'essere sostenibile**

Ma quali sono queste tappe? Eccone alcune che ci hanno particolarmente colpito: si parte dalla Relazione, per continuare con Territorio e Vita sostenibili. Ma dopo questi must arriva anche quello del “Sonno”, che in hotel è fondamentale: sonno in albergo è sostenibile quando ogni dettaglio crea la giusta atmosfera per rigenerarsi bene. L'albergatore coach sostiene ogni facilitazione per combattere una delle piaghe dell'era moderna, l'insonnia, e per diffondere la nuova arte dello sleepness come principale servizio. E che dire delle ambite “Cinque stelle”? Hanno poco valore se non sono frutto di una reale empatia e, anco-

ra una volta, sostenibilità: le stelle di un albergo sono sostenibili quando si basano su parametri qualitativi e non quantitativi. L'albergatore veramente stellato e illuminato sostiene servizi che privilegiano l'esperienza.

### **Il futuro, digitalmente empatico**

Tecnologia, Innovazione e Digitalizzazione costituiscono il tritico digitale, per ricordarci che anche queste ultime devono essere al servizio di un approccio efficace e amico di albergatori e clienti. Al bando, dunque, la digitalizzazione fine a se stessa: anche la tecnologia dev'essere finalizzata a far sentire l'ospite a proprio agio, anzi, in completa simbiosi con la struttura.

### **Servizio e reputazione: l'igiene fa la sua parte!**

Ultima ma non meno importante la Reputazione alberghiera, che è sostenibile quando abbaglia per limpidezza e trasparenza, differenziandosi con un'integrità valoriale che ogni cliente riconosce. L'albergatore social sostiene e accoglie le recensioni dialogando con sostanza, ben sapendo che la vera risonanza richiede rilevanza. E qui ci permettiamo un breve commento, sottolineando, a proposito di servizio e soprattutto di reputazione, come la pulizia giochi un ruolo fondamentale per la buona (o cattiva) fama di un albergo, tanto più nell'era dei social e dell'immediato tam tam digitale. Non è certo un caso se, nel capitolo successivo, si parla anche di toilette sostenibile (quanto abbiamo insistito in questi anni sull'importanza di un ambiente bagno pulito e confortevole?) e di aria sostenibile (idem per la qualità dell'aria, che è anche un fatto di sicurezza per la salute). Completa il manuale una dettagliata check list per l'autodiagnosi aziendale, volta a sollecitare una riflessione sulle azioni che ciascun hotel può intraprendere per migliorare e rendere più sostenibile la relazione con i clienti.

# Attenti alle tapparelle, *ricettacolo di sporco*

dalla redazione

Listelli impolverati, meccanismi mantenuti male e cinghie ingiallite e sfilacciate. Spesso in albergo non si presta la dovuta attenzione alle tapparelle, filtro fra l'interno e l'esterno che già di per sé si presta a diventare un ricettacolo di sporcizia brutto da vedere e potenzialmente pericoloso per la salute degli ospiti.



32  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

Avete presente quando si dice che il miglior modo per nascondere qualcosa è metterlo sotto gli occhi di tutti? Ecco, appunto. Fatti i debiti distinguo, ciò vale anche per lo sporco, che spessissimo si annida proprio dove meno te lo aspetti. E dove gli occhi vanno a finire tutti i giorni.

## Filtro esterno-interno

Un esempio concreto in hotel? Le tapparelle, of course. Guardiane della pri-

vacy e del perfetto oscuramento della camera, entrambi requisiti essenziali dell'esperienza alberghiera, sono anche un ricettacolo ideale per lo sporco esterno ed interno. D'altra parte le tapparelle sono un po' "l'ultimo baluardo" verso l'esterno, e infatti possono essere pensate anche come filtro fra due ambienti, con le conseguenze che possiamo ben immaginare. Polvere, intemperie, insetti, grasso del meccanismo e chi più ne ha più ne metta.

## Dal vano del meccanismo ai listelli, i segnali di incuria da evitare

A proposito di meccanismi, basta dare un'occhiata ai vani di alloggiamento di questi ultimi per rendersi conto che non stiamo dicendo sciocchezze: se non sono regolarmente aperti e puliti, contengono di tutto e di più, dai semplici residui di foglie a tipologie di sporcizia ben più inquietanti (non è raro trovarvi corpi di insetti o addirittura carcasse di piccoli animali).

## Cinghie e corde unte o sfilacciate: che orrore!

Non diversa è la situazione delle cinghie e delle corde delle tapparelle, che spesso risultano annerite, unte, ingiallite oppure sfibrate e sfilacciate. Fateci caso: è un pessimo vedere in una stanza d'albergo, perché denota immediatamente una situazione di grande incuria. E non solo: i potenziali pericoli non sono solo per... gli occhi, ma anche per la salute stessa degli ospiti, perché polvere e sporco, si sa, possono rivelarsi veicoli privilegiati di agenti patogeni.

## Cosa sapere per affrontare preparati il problema

Insomma: siano tradizionali o motorizzate (le due macrotipologie esistenti, entrambe rappresentate negli alberghi), in pvc, in legno o in metallo (i tre materiali che si trovano in commercio) le tapparelle rappresentano un problema di manutenzione e pulizia con cui tutti gli albergatori che optano per questa so-





luzione devono prima o dopo fare i conti. E arrivarci preparati non è malaccio.

### Ogni caso fa storia a sé

Come sempre accade, e come diciamo sempre anche noi su GSA, la pulizia di oggetti, strumenti o attrezzature particolari è un'operazione non standardizzabile. Ne consegue che ogni tapparella, o meglio ogni tipologia di tapparella, deve essere trattata in modo particolare, con tutti gli accorgimenti del caso. Ci sono, certo, indicazioni generali da seguire per tutte le tipologie: la prima cosa da fare, ad esempio, è rimuovere la polvere che ineluttabilmente si trova depositata sui listelli, sia esternamente sia internamente, con spazzole a setole morbide, pennelli o, meglio ancora, attrezzature professionali.

### Polvere e poi detergente ad hoc

La microfibra dà il meglio in questi casi, perché ha un elevato potere di attrazione dello sporco. Una volta rimossa la polvere, può entrare in gioco il detergente, che andrà scelto anche a seconda del materiale da trattare. Una buona macchina aspirapolvere potrà completare il lavoro all'interno del vano e sugli eventuali davanzali, mentre per le corde e le cinghie la situazione è un po' più complicata: a cadenza regolare, a seconda dello stato e dell'impiego, andrebbero sostituite, per man-

tenerne intatti l'efficienza e il decoro. Stessa cosa per le stecche e per le guide laterali che rendono possibile il riavvolgimento della tapparella stessa.

### Ogni quanto tempo?

Cadenza, dicevamo. Ogni quanto effettuare le operazioni di pulizia e manutenzione sulle tapparelle? Anche questo può rappresentare un interrogativo di non immediata soluzione. In effetti anche in questo caso la risposta esatta è... dipende! Possiamo dire che, in genere, durante il periodo estivo – e ciò vale soprattutto per le strutture ubicate in località marittime – la pulizia dovrà essere più frequente, perché la polvere e i detriti si diffondono più spesso e in modo più aggressivo. In un albergo la cadenza ideale potrebbe essere mensile, mentre almeno una volta ogni sei mesi/un anno bisognereb-

be aprire, ispezionare e pulire il cassonetto che alloggia il meccanismo di avvolgimento (se non altro per verificare lo stato del rullo e, nel caso, pulirlo e lubrificarlo).

### Dipende dal materiale

La cadenza, poi, sarà maggiore con alcuni tipi di materiale, come il legno (più soggetto al depositarsi della sporcizia e all'aggressione atmosferica, e anche meno semplice da pulire), e ci si potrà permettere una frequenza minore con i materiali metallici o con il pvc, che sopportano meglio l'azione degli agenti esterni e sono in genere più facilmente pulibili. Per ottenere il massimo dell'isolamento e della protezione, cosa che in albergo non guasta, è poi possibile procedere con appositi prodotti isolanti.

### I vantaggi di averne cura

I vantaggi di una buona manutenzione e pulizia di un'apparecchiatura utile e delicata come le tapparelle sono molteplici in un hotel: innanzitutto l'estetica, poi la funzionalità, perché tenere pulita una tapparella significa anche farla funzionare bene e farla durare più a lungo, evitando usure e disagi vari. Ancora, la sicurezza: una tapparella pulita può evitare di costituire un ricettacolo di agenti potenzialmente patogeni. In ultimo, ma non meno importante, il comfort degli ospiti, per assicurarsi soggiorni (e sonni) tranquilli.



# Potenti e silenziosi... indispensabili in hotel!

di Simone Finotti

**Alleati irrinunciabili in hotel, aspirapolvere e battitappeto devono coniugare potenza ed efficacia con discrezione e silenziosità. Ecco cosa propone il mercato per un ambiente in cui con il pulito... proprio non si scherza!**

Discreti e silenziosi. Eppure presentissimi e indispensabili in hotel, come si capisce fin troppo bene quando... vengono a mancare. Parliamo di aspirapolvere e battitappeto, due alleati irrinunciabili nelle operazioni di pulizia di camere, corridoi e spazi comuni negli alberghi.

## **Negli alberghi non si scherza sul pulito**

Piccola premessa: sappiamo fin troppo bene che quando si tratta di pulizia gli ospiti dell'albergo non sono disposti a fare sconti, ma sono giustamente impetosi e, semplicemente, non tornano più in strutture in cui l'igiene non è percepita come una priorità. Detto questo, l'esigenza di pulizia deve necessariamente "sposarsi" con un'altra necessità irrinunciabile: il diritto alla tranquillità, al relax e al riposo dei clienti dell'albergo, che non vogliono certo essere disturbati da rumori molesti e fastidiosi.

## **Indispensabili in hotel**

Proprio qui va ricercata la "quadratura del cerchio", e proprio qui entrano in scena i produttori, che offrono al mercato soluzioni sempre più all'avanguardia per combattere la polvere e garan-



tire la corretta pulizia di tappeti e moquette, ancora ben presenti in ambito alberghiero. Cuore dell'aspirapolvere è il motore a turbina, che creando depressione rende possibile l'aspirazione attraverso un tubo flessibile. Un contenitore sottovuoto raccoglie il materiale asportato dalla superficie. L'aspirapolvere è ideale sia su superfici dure (marmo, parquet, gres, ecc.) e anche su pavimentazioni tessili, cambiando la bocchetta di aspirazione.

## **Discrezione, potenza**

Parente stretto del "semplice" aspirapolvere è il battitappeto, un tipo di aspirapolvere studiato e progettato specificamente per aspirare in profondità la polvere e i residui di sporco dai tappeti e dalle superfici tessili, venendo incontro anche alle esigenze dei clienti che soffrono di allergie o patologie asmatiche (casi piuttosto frequenti negli hotel). La scelta di un battitappeto deve passare attraverso l'analisi attenta di alcune prerogative: in particolare, la potenza e la silenziosità so-

no le due caratteristiche più richieste di questa soluzione che unisce le due funzioni di aspirazione e spazzolatura per aumentare l'efficacia della pulizia riducendo al contempo i tempi di intervento.

## **Ma anche ergonomia e capacità di raggiungere spazi angusti...**

Non bisogna dimenticare nemmeno l'ergonomia, la semplicità di utilizzo e la manovrabilità anche negli spazi più angusti e ristretti. In albergo infatti molto spesso vi sono passaggi stretti o arredi che rendono poco agevole una buona pulizia. Una macchina professionale deve poter garantire anche questo, attraverso snodi regolabili e apposite protezioni che preservino oggetti e superfici pregiati. Proprio gli accessori, che in molti casi sono offerti di serie, possono rappresentare un prezioso valore aggiunto quando si deve scegliere una di queste macchine, piccoli grandi "gioiellini" insostituibili per un'ottima igiene alberghiera.

### DIVERSEY

DIVERSEY-TASKI AERO 8-15 PLUS, offre una combinazione unica di funzioni con un'efficienza senza pari e una grande facilità d'uso. Motore d'aspirazione brevettato con tecnologia "TASKI Whisper" da 585 W che garantisce le stesse prestazioni superiori ad aspirapolveri con motori da 900W. Dispone di un tasto ECO che riduce il consumo di energia a 295 W. Si diminuisce notevolmente la quantità di corrente assorbita e le emissioni di CO<sub>2</sub>, senza compromettere in alcun modo i risultati di pulizia. Con soli 50dB di pres-

sione sonora è tra i più performanti in termini di silenziosità, premianti in ambito CAM.

[www.diversey.com](http://www.diversey.com)



### ELSEA

X15: L'ultimo nato in ELSEA. Questo aspirapolvere combina un design innovativo e funzionale, con alte prestazioni e bassi consumi. Grazie alla sua potente aspirazione e al suo livello di rumorosità molto basso, l'X15 Garantisce altissime prestazioni. Inoltre, il basso assorbimento di potenza elettrica attesta la X15 in classe di efficienza energetica. Il X15R è dotato di un potenziometro. Maneggevole e facile da usare, questa macchina è dotata di una maniglia ergonomica per facilitare il movimento. La X15 è dotata di un pedale utile con sistema start-stop, con un regolatore di velocità del motore e con una spia per segnalare quando il sacchetto per la polvere è pieno.

[www.elsea.it](http://www.elsea.it)



### GHIBLI & WIRBEL



Ghibli & Wirbel, importante azienda del settore del cleaning professionale, risponde in maniera precisa alle esigenze dell'HO.RE.CA. grazie ad una serie di macchine pensate specificamente per questo settore.

In particolare, Power D 12 HE è l'aspiratore professionale compatto e maneggevole che, grazie

al suo motore di ultima generazione, garantisce il massimo risparmio energetico mantenendo prestazioni insuperabili. Power D 12 HE è anche silenzioso (solo 58 db(A)): la soluzione ideale per ambienti in cui è necessario lavorare con una bassa rumorosità, come quelli del settore alberghiero.

[www.ghibliwirbel.com](http://www.ghibliwirbel.com)

### TMB

Per la pulizia frequente di camere, corridoi ed aree comuni degli hotel TMB propone una vasta gamma di aspirapolvere, adatti ad applicazioni continuative e disponibili in numerose configurazioni, per soddisfare diverse esigenze.

Tra queste, gli aspirapolvere PICCOLO SILENZIO e DRYVER 15RE sono estremamente pratici e maneggevoli, ideali per qualsiasi ambiente. Entrambe le macchine sono dotate di un dispositivo che permette di ridurre la rumorosità, per non arrecare disturbo allo svolgimento di altre attività o al riposo degli ospiti di un hotel.

[www.tmbvacuum.com](http://www.tmbvacuum.com)



### KÄRCHER



Il nuovo aspirapolvere spallabile Kärcher BV 5/1 Bp è pensato per arrivare ovunque anche nei posti più stretti da pulire. E' progettato per chi deve pulire cinema, teatri, bus, aeroplani, treni e anche scale strette e ripide. Lo spallaccio è ergonomico e grazie al sistema brevettato Air Strem Comfort risulta molto comodo da indossare, perché evita il surriscaldamento della schiena e riduce al minimo le vibrazioni. I comandi di accensione ed ecoefficiency e lo stato di carica della batteria sono posizionati sulla cintura.

La nuova gamma di battitappeto di Kärcher, i modelli CV 30/1, CV 38/2 e CV 48/2 propone da oggi nuove funzioni per rendere il lavoro ancora più agevole.

Grazie alla bassa altezza, i battitappeto raggiungono anche punti difficilmente accessibili come ad esempio sotto i letti o gli scaffali. Una spia indica quando è necessario modificare l'impostazione della spazzola a rullo in modo da ottenere il miglior risultato di pulizia possibile per le diverse altezze del tappeto. Per le polveri particolarmente sottili (> 0,3 µm), polline o acari, oltre al sacchetto filtro in vello standard viene utilizzato anche un filtro HEPA 13.

[www.kaercher.com/it](http://www.kaercher.com/it)



L'Annuario dei fornitori per la pulizia professionale è indispensabile per gli acquisti nei comparti: Hotellerie, Imprese di pulizia, Sanità pubblica e privata, Distribuzione organizzata, Industria e molti altri...

800 rivenditori selezionati su tutto il territorio nazionale

Consultazione con ricerca per categoria merceologica, area geografica, ragione sociale

Scheda dei dati anagrafici dei rivenditori, con link attivi e indicazione dei beni e servizi offerti

Comunicazioni commerciali delle principali aziende produttrici del settore



L'Annuario dei Fornitori per la pulizia professionale è un eccezionale strumento per la ricerca di rivenditori di prodotti chimici, macchine, attrezzature, prodotti di consumo, D.P.I., per la pulizia, la disinfestazione ed i servizi connessi.

L'Annuario è disponibile per consultazione sul sito [www.cleanpages.it](http://www.cleanpages.it)

## Coronavirus e turismo

Non solo rischi per la salute. Il coronavirus può mettere in crisi il settore turistico italiano e il suo indotto, commercio in primis. Ad assicurarolo è CNA Turismo, che ha condotto una indagine tra le agenzie di viaggio associate all'Aiav, organizzazione aderente alla Confederazione. Nel dettaglio, le disdette di prenotazione da parte di viaggiatori individuali con meta il nostro Paese ammontano al 4% degli arrivi entro il 28 febbraio e al 3% entro il 30 marzo; stabile l'andamento del prenotato entro il 30 giugno. Più contenuto il risultato negativo dei viaggi di gruppo, che registrano il -2% per gli arrivi entro il 30 marzo e la stabilità entro il



30 marzo e oltre. Si impennano invece le disdette per i gruppi scolastici: costituiscono l'8% del prenotato con arrivi entro il 28 febbraio, il 7% entro

il 30 marzo e l'1% entro il 30 giugno. Il turismo cinese nel nostro Paese genera un movimento economico pari a un miliardo e mezzo di euro. Ed era in costante crescita. Facile comprendere la possibile portata della crisi, a meno che rapidamente non si trovino soluzioni adeguate. Il problema, però, non tocca solo gli albergatori. Va dai trasporti all'enogastronomia e all'artigianato. In bilico in maniera significativa anche lo shopping, soprattutto i generi di lusso. Le agenzie di viaggio lamentano anche un altro aspetto del business turistico alla prova dell'epidemia da coronavirus: il calo degli italiani in viaggio verso l'estero.



## EFCI lancia il progetto SK-CLEAN

EFCI (European Cleaning and Facility Services Industry) sta lanciando il progetto SK-Clean: digitalizzazione nel settore delle pulizie. Il progetto riunirà gli esperti di formazione del settore di tutta Europa per identificare le principali sfide e le migliori pratiche da attuare per accompagnare il settore attraverso una transizione digitale di successo. Il progetto si svolgerà tra febbraio 2020 e agosto 2021. È co-fondato dalla Commissione europea nell'ambito del suo programma "Support for Social Dialogue" della DG EMPL. Se siete interessati a contribuire al progetto, contattate la segreteria all'indirizzo:

**SK-Clean**  
New skills and training for the cleaning industry  
February 2020 – August 2021

EFCI European Cleaning and Facility Services Industry

Co-funded by the Support for Social Dialogue programme of the European Commission, Directorate General for Employment, Social Affairs and Inclusion.

## Tork Xpressnap Fit®, efficienza nella ristorazione

Per facilitare il carico di lavoro e ridurre al minimo inutili e dispendiose attività, Tork ha lanciato il nuovo sistema di tovaglioli intercalati, Tork Xpressnap Fit®. Si tratta del sistema di erogazione di tovaglioli numero uno al mondo e la nuova versione è stata sviluppata proprio pensando a ristoranti indipendenti e a piccole catene a servizio rapido.

Con Xpressnap Fit, Tork vuole aiutare a sfruttare al massimo tempo e spazio: le sue diverse funzionalità, infatti, sono state sviluppate tenendo conto di queste necessità. Xpressnap Fit eroga verso l'alto in modo da poter utilizzare ogni centimetro di spazio sui tavoli dei ristoranti. L'erogazione singola elimina gli sprechi e riduce i rifiuti di tovaglioli inutilizzati di oltre il 50%\*. Inoltre, serve quasi il doppio degli ospiti tra una ricarica e l'altra, riducendo il tempo dedicato al riempimento\*\*. Tork Xpressnap Fit ha anche un pannello pubblicitario personalizzabile – AD-a-Glance® – per consentire agli operatori di essere creativi, comunicare ai clienti e



### Caratteristiche principali

**Facile inizio**  
La piega frontale termina a metà, formando una piega di avviamento che rende il primo tovagliolo facile da afferrare.

**Facile caricamento**  
Per facilitare il caricamento del dispenser, una piastra si blocca nella posizione inferiore quando il dispenser viene aperto.

**Nuova goffatura a foglia**  
Migliora l'esperienza degli ospiti ed è facile da riconoscere.

**Facile utilizzo**  
La piega iniziale facilita l'apertura del tovagliolo alla sua dimensione reale, una volta dispensato.



condividere messaggi di marketing direttamente sul dispenser.

Tork è un marchio globale di Essity e

un partner impegnato con i clienti in oltre 110 paesi.

[\[www.tork.it\]](http://www.tork.it)

## Coronavirus, Assosistema: “Ecco la mascherina giusta per proteggersi”

Assosistema (Associazione dei produttori e distributori dei dispositivi di protezione individuali e collettivi) ha pubblicato un position paper, nel quale indica nelle semimaschere filtranti antipolvere la soluzione giusta per proteggersi dal Coronavirus.

“Si tratta di dispositivi che coprono il naso, la bocca e il mento, costituiti interamente o in larga parte da materiale filtrante e idonei a proteggere contro gli aerosol sia solidi sia liquidi.

I facciali filtranti certificati in conformità alla norma EN 149 (classe FFP2 o FFP3) sono sufficienti a garantire la prevenzione dai rischi biologici aereodispersi, in molte



situazioni lavorative in ambito sanitario; per situazioni più complesse possono essere utilizzati anche DPI con caratteristiche diverse”. Ma Assosistema avverte anche che è importante e doveroso distinguere le maschere di

protezione respiratorie dalle mascherine chirurgiche.

“Quando è necessaria la protezione del personale sanitario – conclude il position paper – si deve utilizzare un DPI ed indossarlo correttamente, avendo cura di seguire le istruzioni del fabbricante e verificando la tenuta della maschera al volto dell'operatore. Questo è fondamentale per garantire la protezione, dato che

anche il dispositivo più sofisticato indossato in maniera non corretta, non serve a nulla”.

[\[www.assosistema.it\]](http://www.assosistema.it)

## Detergenti Borman per mani pulite e morbide

La diffusione in Cina del nuovo Corona Virus ha fatto registrare, anche in Italia, una forte crescita della domanda di mascherine e di prodotti per la igienizzazione delle mani e delle superfici. E' evidente che c'è, una grande preoccupazione per la situazione attuale. Il Corona Virus (2019-nCoV) è molto simile a quello dell'influenza che ogni anno colpisce e, a volte, uccide i soggetti più deboli. Si trasmette tramite gli starnuti e i colpi di tosse o attraverso il contatto delle mani, poi portate alla bocca o agli occhi, con superfici infette. E' dimostrato, infatti, che questi tipi di virus resistono alcuni giorni sulle superfici. Da qui l'importanza di lavarsi spesso le mani. Borman produce i detergenti della serie GIADA/MAGNOLIA,

perfetti per pulire a fondo e lasciare le mani morbide. In particolare GIADA 8 al Sestene (Sestene - disinfettante al 10% di sali d'ammonio quaternari - Reg. Sanità n. 8499) - per tutti i casi in cui oltre all'azione pulente si desidera un'azione disinfettante. Per quando l'acqua non è disponibile, BORMAN propone il proprio GEL IGIENIZZANTE idroalcolico, di cui esistono due versioni: con e senza profumo. E' disponibile in bottiglie da 1 Lt con pompetta dosatrice o è erogabile con il sistema SENSORY, distributore a fotocellula che non richiede contatti da parte dell'utente, infatti è sufficiente avvicinarsi con la mano e l'apparecchio fornisce la giusta dose di gel. Per la disinfezione delle superfici lavabili, Borman produce il detergente disinfettante SESTENE (reg. Sanità n. 8499), il disinfettante deodorante



FENOLENE (reg. Sanità 14561) a base di 2 principi attivi e il disinfettante fungicida XIDENE (reg. Sanità n. 16249) a base di 3 principi attivi, che grazie alla loro combinazione svolge un'azione antiassuefazione dei batteri al prodotto.

[[www.borman.it](http://www.borman.it)]

39  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

## Drive Line: i carrelli di nuova generazione

Drive è l'esclusiva gamma di carrelli motorizzati progettati da Filmop per facilitare l'operatore e agevolare le attività di pulizia: con Drive è possibile movimentare fino a 150 kg senza alcuno sforzo, affrontando agevolmente qualsiasi pavimentazione con pendenza fino all'8%. I carrelli motorizzati riducono il rischio di lesioni a carico dell'apparato muscolo-scheletrico in quanto permettono di sfruttare la portata massima senza però gravare sull'operatore durante il trasporto: la gamma Drive consente infatti di movimentare carichi pesanti senza richiedere sforzi, tutelando la salute e prevenendo le malattie professionali. Inoltre, i carrelli Drive non richiedono alcuna spinta e sono facili da condurre e manovrare anche sulle superfici che possono creare difficoltà come la moquette o

le pavimentazioni esterne. I carrelli motorizzati sono dotati di una console pratica e intuitiva e una di batteria ricaricabile che assicura fino a 8 ore di autonomia in uso e consente di ricaricare tablet e cellulari grazie alla presa USB integrata. La gamma Drive è personalizzabile a seconda delle specifiche esigenze: è possibile scegliere la veloci-



tà di avanzamento da 2 a 4,5 Km/h e le ruote da interno o esterno. I carrelli motorizzati sono disponibili nelle versioni Alpha Hotel Drive ed Emotion Drive, ideali per gli hotel: facilitano la pulizia degli ambienti e il riassetto delle camere, assicurando la massima silenziosità.

[[www.filmop.com](http://www.filmop.com)]

## POM, CLORAM, PICK-A-BOX e OXIPUR

Il 2020 di Sutter Professional entra nel vivo con il restyling della gamma POM diventato realtà.

Cinque profumazioni esclusive, ognuna

delle quali caratterizza 4 tipologie di prodotti con 5 differenti pack, al fine di ottenere una detergenza profonda ed un'elevata deodorazione degli ambienti. Con la nuova gamma è possibile utilizzare la stessa fragranza per tutte le fasi della pulizia grazie ad un elevato



potere long lasting, considerato che la profumazione può durare fino a 72 ore. Sarà da marzo però che il 2020 svelerà le sue carte. Sutter Professional ha preparato un'intera gamma in bag-in-box, esclusiva, completa di sistemi con accessori dedicati.

La nuova gamma Pick-a-box sarà composta da prodotti superfici, lavanderia e lavastoviglie con l'innovativo sistema a 3 prodotti con detergente, sequestrante e brillantante per personalizzare il dosaggio secondo le specifiche esigenze di ogni cliente.

Un'altra importante novità è la nuovissima polvere Oxipur EcoPowder (certificato Ecolabel n. IT/039/005), detersivo per lavanderia dalla formula completa atomizzata ad alto potere pulente per ottimi risultati su bianchi e colorati ed ideale per il mondo Ho.Re.Ca. In più, nel 2020 Sutter Professional conferma la partecipazione alla fiera Interclean ad Amsterdam che si terrà a maggio e rilancia l'impegno nel settore delle piscine con Cloram ([www.cloram.com](http://www.cloram.com)), che ha completato la sua offerta con una gamma sempre più vasta di prodotti e trattamenti specializzati.

Una scelta di mercato che ha portato Sutter Professional ad essere fornitore globale per tutta la propria rete distributiva.

#StayTuned #Enjoy your season

[[www.sutterprofessional.it](http://www.sutterprofessional.it)]

Sistemi di prodotti professionali  
per una perfetta igiene,  
pulizia e manutenzione

**KIEHL**  
die saubere Lösung

## Vivi l'esperienza di benessere sostenibile con ARENAS-eco!



**ARENAS-eco**  
Detergente liquido

- ▲ Eccellenti prestazioni di lavaggio, sbianca anche a basse temperature
- ▲ Senza cloro derivati



# EXPOSANITA'

**MED • CARE • INNOVATION**

22<sup>a</sup> mostra internazionale al servizio della sanità e dell'assistenza

**15|16|17 aprile 2020**

Il 17 aprile in contemporanea con



24<sup>a</sup> edizione dell'evento leader europeo per il mondo della farmacia nell'ambito **Health Care, Beauty Care, Servizi della farmacia e Formazione**

**17|18|19 aprile 2020**

In collaborazione con



Gruppo  tecniche nuove



[www.exposanita.it](http://www.exposanita.it)

Progetto e direzione

**BOS**  
Bologna Fiere | Senaf

# GSA News

## VISITA IL NOSTRO

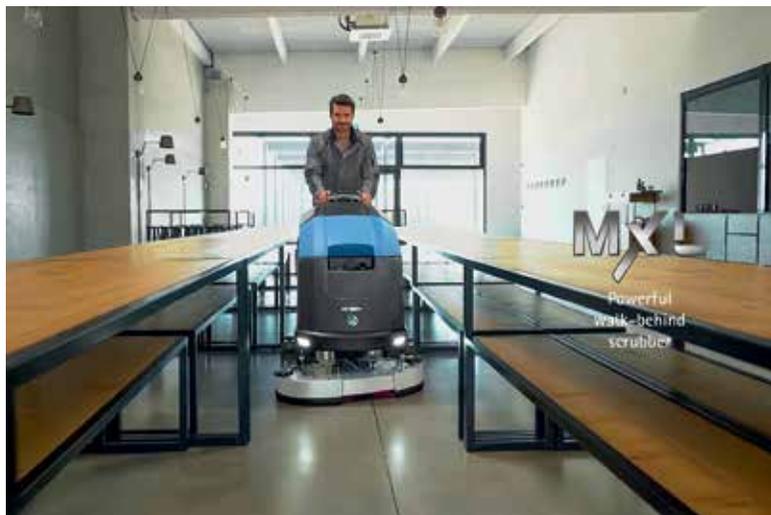
The screenshot displays the GSA News website interface. At the top, there is a navigation bar with the GSA News logo, social media icons, and the website URL [www.Cleanpages.it](http://www.Cleanpages.it). A search bar and a date indicator (February 28, 2020) are also present. The main content area is divided into several sections:

- PRIMO PIANO**: A featured article titled "Coronavirus: precisazioni di Allegrini sul Primagel Plus" dated 27 February 2020. It includes a photo of a Primagel Plus disinfectant bottle and text explaining the company's commitment to hygiene during the pandemic.
- NEWS**: A section with three articles:
  - IMPRESE & DEALERS**: "ANIP-Confindustria: disastro internalizzazione degli addetti alle pulizie nelle scuole" (26 February 2020). The article discusses the challenges faced by cleaning workers in schools.
  - IMPRESE & DEALERS**: "Nuovo Consiglio Direttivo Soligena" (25 February 2020). It mentions the appointment of a new board for Soligena.
  - IMPRESE & DEALERS**: "Entusiasmo, competenza e una formazione 'stellare': è Carmine Esposito." This article highlights the expertise and training of Carmine Esposito.
- ARTICOLI**: A section with one article:
  - IMPRESE & DEALERS**: "Ma il pulito dove va?" (19 February 2020). The article discusses trends in the cleaning industry, such as sustainability, digitalization, and automation.
- FOCUS**: A section featuring "EXPOSANITA' Bologna 15 - 17 Aprile 2020". It includes the logo for EXPOSANITA' and the location/date information.
- Promotional Banners**: Several banners are visible, including one for "LEGGI SUBITO" (Read Now) for the latest issue of GSA magazine, and another for "Consulta l'archivio online di GSA" (Consult the online archive of GSA).

# MAGAZINE ONLINE

[www.gsaneews.it](http://www.gsaneews.it)

## Lavasciuga pavimenti MxL: potenza in formato extra large



MxL fa molto più che pulire, permette di controllare il pulito. Con un maggiore controllo si possono ottenere prestazioni migliori, diminuire i consumi, risparmiare risorse, ridurre i tempi di intervento e i costi. Attraverso una semplice interfaccia digitale, intuitiva quanto un qualsiasi smartphone o tablet, si possono memorizzare, programmi di pulizia specifici per le aree da pulire, così da ritrovarli ogni volta che serve e non rischiare di utilizzare più risorse di quelle necessarie. Acqua, detergente e pressione sulle spazzole sono regolabili per ogni zona memorizzata, così ad ogni nuovo utilizzo basterà selezionare la zona che si deve pulire per iniziare subito con il settaggio corretto. A queste si aggiungono due configurazioni base, Eco mode e Power mode: la prima utilizza tutte le funzioni al minimo, per risparmiare acqua e detergente, la seconda le porta al massimo, per avere più forza lavante solo quando serve. Che effettivamente vengano rispettati i consumi previsti lo si può verificare da remoto attraverso il sistema di telemetria FFM – Fimap Fleet Management, che fornisce tramite l'app My.Machine la possibilità di controllare in ogni momento sul proprio smartphone le informazioni più importanti, quali m<sup>2</sup> puliti, impatto ambientale, posizione e condizioni delle batterie.

MxL mette nelle mani dell'operatore tutto ciò che gli serve per potenziare il suo lavoro, per non fermarsi e svolgere con sicurezza e senza incertezze l'intervento. Si può aspirare lo sporco accumulato in un angolo non raggiungibile con la macchina con l'apposita lancia di aspirazione, senza necessità di interrompere l'intervento per cercare altri strumenti di pulizia. MxL fornisce le istruzioni per eseguire correttamente la manutenzione ordinaria con i video tutorial, evitando così dubbi, perdite di tempo e il rischio che venga svolta nel modo scorretto. Se al termine del turno l'operatore non ha a disposizione un rubinetto nelle vicinanze può utilizzare la pistola spray per risciacquare i serbatoi e concludere la manutenzione, senza doversi spostare o peggio rischiare di non portarla a termine. MxL offre la possibilità concreta di mettere in atto una gestione razionale del pulito, favorisce un sistema di pulizia che rispetta l'ambiente, che aumenta la produttività e riduce il costo per m<sup>2</sup> pulito.

#thisisfimap

[www.fimap.com](http://www.fimap.com)

## L'igiene a portata di mano *Hygiene always at hand*



**Prodotti certificati, professionali,  
ideali per l'igiene di tutti gli ambienti,  
sia pubblici che privati.**

*Certified professional products,  
ideal for the hygiene of all environments,  
public and private.*

**Pronti all'uso / Ready to use**

**Superfici / Surfaces**

**Bagno e Cucina / Washroom and Kitchen**

**Pavimenti / Floors**

**Disinfettanti / Disinfectants**

**Lavanderia / Laundry**

**Naturali / Naturals**

 **borman**

Borman Italiana srl  
via Gramsci 76, 20019 Settimo M. (Mi) Italy  
Tel. (+39) 02 33501283 fax (+39) 02 33500096  
info@borman.it www.borman.it

## Tecnologia e affidabilità unite nella nuova lavasciuga pavimenti Comac C85/100

Erede di una grande tradizione e di uno storico modello di Comac, la versione rinnovata della lavasciuga pavimenti uomo a bordo C85-100 è una macchina assai performante, a 36 V e da 180-240 litri, caratterizzata da un'accattivante linea estetica e da soluzioni tecnologiche particolarmente avanzate. La versione più accessoriata è proposta con display touchscreen, telecamera posteriore, sensore anticollisione posteriore, light pack, pistola per la pulizia dei serbatoi e lancia di aspirazione. C'è un fil rouge che unisce il modello tanto apprezzato in passato a quello che ne rappresenta la naturale evoluzione, immersa nell'epoca delle tecnologie digitali: la massima robustezza, che traspare anzitutto dal design. Un punto cardine che ne ha guidato la progettazione è stato quello di rendere l'operatore sempre più protagonista nel processo di interazione con la macchina, in una prospettiva di otti-



mizzazione sia dei tempi di intervento che dei costi. C85/100 è una macchina adatta a lavorare in grandi spazi, capace di affrontare qualsiasi condizione di sporco, anche la più difficile e pesante. Il suo impiego è ottimale in luoghi dove le superfici da pulire sono impegnative, come magazzini, reparti di produzione, centri commerciali, supermercati e centri logistici. Ultimo, non meno rilevante plus di C85/100, è l'adattabilità alle specifiche esigenze poste dagli utilizzatori finali. Le configurazioni, gli optional e gli accesso-

ri disponibili, offrono la possibilità di proporre la macchina con la massima flessibilità, rendendola perfettamente aderente alle diverse necessità di pulizia. Proprio per questa ragione Comac ha pensato di configurarla in due versioni: Essential e Bright; la prima con una veste essenziale, indispensabile per gli interventi di pulizia incentrati su ottime prestazioni; la seconda con una veste più ricca, capace di offrire ottime prestazioni unite ai più elevati livelli di tecnologia oggi esistenti.

[[www.comac.it](http://www.comac.it)]

44  
GSA  
FEBBRAIO  
2020

## Il sistema di lavaggio e sanificazione di Tersano

Spesso tendiamo a sottovalutare l'importanza che alcune semplici azioni quotidiane hanno nel conservare o meno il nostro stato di salute. Alcune "banali" situazioni o gesti che ripetiamo in automatico tutti i giorni, soprattutto negli ambienti affollati, senza che ce ne accorgiamo, possono essere la piattaforma ideale per la trasmissione di patogeni (batteri, funghi, muffe, virus).

Proprio per questo è importante porre la nostra attenzione su determinate superfici con cui veniamo in contatto di frequente e che possono fungere da veicolo di microbi.

Una corretta pulizia associata ad una sanificazione di tutte le superfici e delle pavimentazioni, risulta di fondamentale importanza per mantenere sotto controllo la carica microbica presente negli ambienti che frequentiamo. I normali detergenti multiuso non garantiscono quasi mai una pulizia profonda e, anzi,



spesso contribuiscono a formare sulle superfici un sottile "film" chimico nel quale vengono trattenute particelle di sporco unitamente a microrganismi. In ambienti critici o in casi di emergenze sanitarie è essenziale oltre alle buone norme di igiene individuali, estendere l'uso di sanificanti a tutte le aree e intensificare le frequenze di lavaggio e igienizzazione. Così facendo si creerà una sorta di effetto scudo limitando la possibilità di trasmigrazioni di batteri e virus tramite gli avventori di locali pubblici e luoghi di lavoro.

E per meglio garantire un'igiene a 360°, sostenibile ed economica si consiglia l'uso di un prodotto non prodotto, generato on-site, a base di una molecola sanificante riconosciuta dai

governi di tutto il mondo: l'ozono stabilizzato in fase acquosa, così come brevettato da Tersano.

Cambiamo il modo in cui il Mondo Pulisce

[[www.calitalia.com](http://www.calitalia.com)]

## Skizzo Air, la nuova frontiera dei profumatori professionali Chimiclean



Gli operatori di settore sono sempre alla ricerca di un prodotto funzionale che possa soddisfare tutte le esigenze di manutenzione giornaliera ma anche le aspettative del cliente finale. I profumatori ambiente di ultima generazione possiedono la capacità intrinseca di coprire i cattivi odori dagli ambienti. Questi prodotti non rimuovono efficacemente il problema ma lo nascondono senza eliminarlo alla radice. La richiesta



sempre più pressante per un prodotto che possa efficacemente interagire con gli ambienti pervasi da cattivi odori ha portato i laboratori Chimiclean alla realizzazione di un profumatore altamente innovativo, che utilizza molecole

capaci di svolgere un'azione specifica e diretta su quelle maleodoranti. Da questa ricerca nasce Skizzo Air, la nuova frontiera dei profumatori professionali, un profumatore altamente innovativo con Tecnologia OTT – Odor Transform Technology. Le molecole di Skizzo Air, infatti, interagiscono con le molecole di cattivo odore, mutandone la struttura, la polarità e l'attività.

Questa mutazione, da cattivo odore a gradevole neutralità, contribuisce a rilasciare nell'ambiente una piacevole fragranza, persistente fino a 72 ore.

Skizzo Air, inoltre, è formulato con oli essenziali di qualità superiore, non contiene gas o altre sostanze volatili ed è disponibile nel pratico flacone da 600ml in 7 eleganti profumazioni. Alle più amate fragranze di Fior di Loto, Agrumi, Lavanda, Aloe e Sharem, Chimiclean ha aggiunto due nuove profumazioni che stanno già conquistando il pubblico.

[[www.chimiclean.it](http://www.chimiclean.it)]



## DRIVE LINE

La linea di carrelli motorizzati più **potente** e **sicura** sul mercato

- ✓ Capacità di carico fino a 150 kg
- ✓ Libertà di movimento su pendenze fino all'8%
- ✓ Manovrabilità su diverse superfici
- ✓ Fino a 8 ore di autonomia in uso





tersano™



**Sicuri di arrivare  
ovunque!**



[calitalia.com](http://calitalia.com)

# MxL

Powerful  
walk-behind scrubber



## Lavasciuga pavimenti MxL: potenza in formato extra large

MxL fa molto più che pulire, permette di controllare il pulito. Con un maggiore controllo si possono ottenere prestazioni migliori, diminuire i consumi, risparmiare risorse, ridurre i tempi di intervento e i costi.

Questo è possibile a partire da una semplice interfaccia digitale, intuitiva quanto un qualsiasi smartphone o tablet, attraverso la quale si possono memorizzare **programmi di pulizia** specifici per le aree da pulire, così da ritrovarli ogni volta che serve e non rischiare di utilizzare più risorse di quelle necessarie. Acqua, detergente e pressione sulle spazzole possono essere diversamente regolate per ogni zona memorizzata, così ad ogni nuovo utilizzo basterà selezionare la zona che si deve pulire per iniziare subito con il settaggio corretto. A queste si aggiungono due configurazioni base, **Eco mode** e **Power mode**: la prima utilizza tutte le funzioni al minimo, per risparmiare acqua e detergente, la seconda le porta al massimo, per avere più forza lavante solo quando serve.

Che effettivamente vengano rispettati i consumi previsti lo si può verificare da remoto attraverso il sistema di telemetria **FFM – Fimap Fleet Management**, che fornisce tramite l'app **My.Machine** la possibilità di controllare in ogni momento sul proprio smartphone le informazioni più importanti, quali m<sup>2</sup> puliti, impatto ambientale, posizione e condizioni delle batterie.

### Trasforma i tempi passivi in tempi attivi

MxL mette nelle mani dell'operatore tutto ciò che gli serve per potenziare il suo lavoro, per non fermarsi e svolgere con sicurezza e senza incertezze l'intervento.

Si può aspirare lo sporco accumulato in un angolo non raggiungibile con la macchina con l'apposita **lancia di aspirazione**, senza necessità di interrompere l'intervento per cercare altri strumenti di

pulizia. Al termine del turno MxL fornisce le istruzioni indispensabili per eseguire correttamente la manutenzione ordinaria, essenziale per garantire prestazioni costanti. Le parti da pulire sono colorate di giallo e in caso di dubbio, si possono guardare direttamente dal display di MxL appositi **video tutorial** che mostrano come realizzare la manutenzione ordinaria e straordinaria, evitando incertezze, perdite di tempo e il rischio che venga svolta nel modo scorretto. Se al termine del turno l'operatore non ha a disposizione un rubinetto nelle vicinanze può utilizzare la **pistola spray** per risciacquare i serbatoi e concludere la manutenzione, senza doversi spostare o peggio rischiare di non portarla a termine.

Vestita di tutti gli upgrade che distinguono la generazione di lavasciuga pavimenti **#thisisfimap**, MxL offre la possibilità concreta di mettere in atto una gestione razionale del pulito. Tempo, risorse e costi sono i fattori chiave di ogni intervento, avere strumenti che consentono di monitorarli e quindi di usarli in modo più consapevole, è la strategia per valorizzarli. Così MxL diventa complice di un sistema di pulizia che rispetta l'ambiente, che aumenta la produttività e riduce il costo per m<sup>2</sup> pulito.

## #thisisfimap



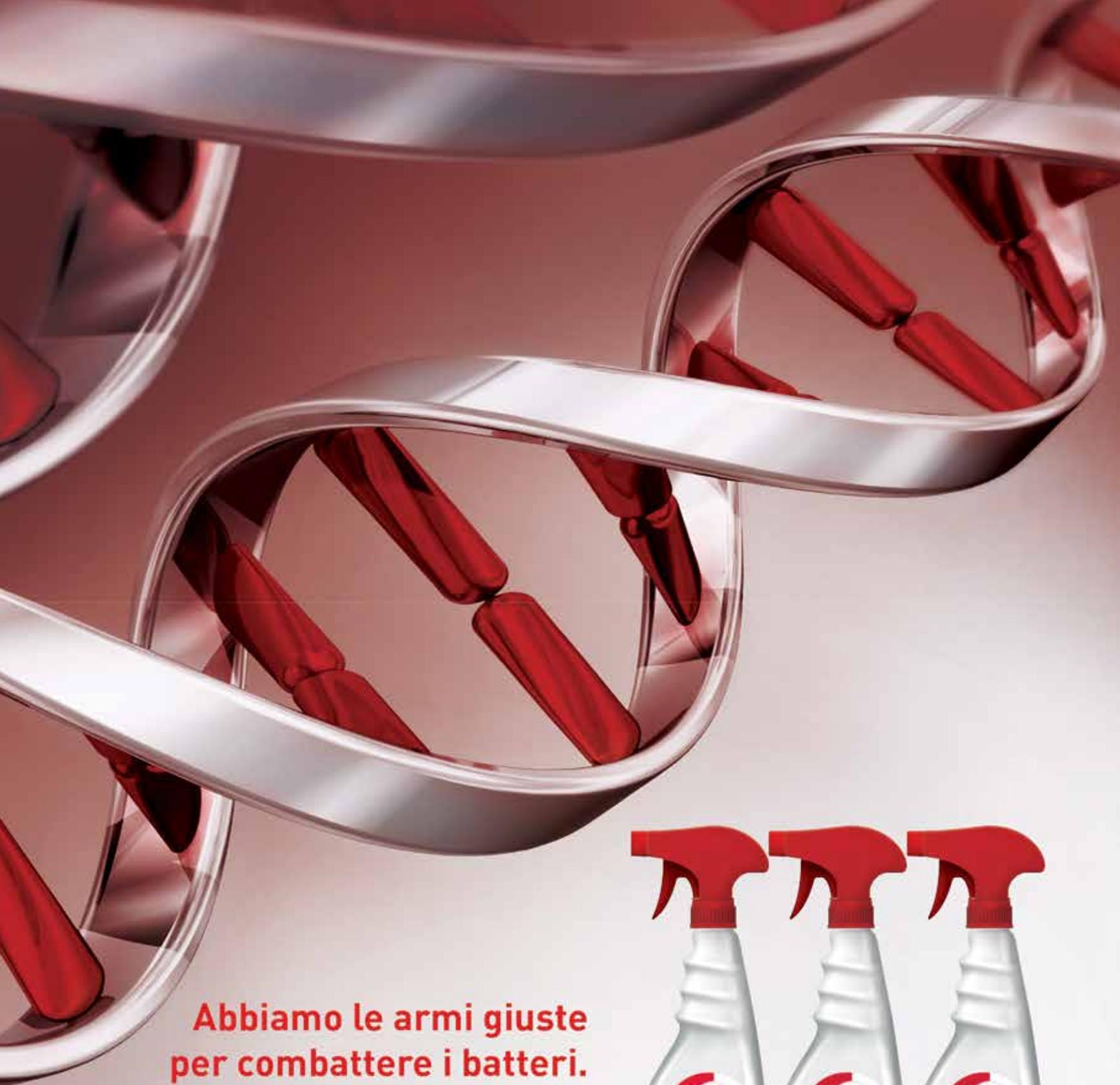
 **FIMAP**®

[www.fimap.com](http://www.fimap.com)

f in   

MACCHINE PER LA PULIZIA PROFESSIONALE:  
LAVASCIUGA PAVIMENTI, SPAZZATRICI, ASPIRATORI, LAVASUPERFICI TESSILI,  
MONOSPAZZOLE

Organizzazione Certificata Q.C.B Italia: ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, OHSAS 18001:2007  
Organizzazione certificata SGS: SA 8000: 2014  
FIMAP spa - Via Invalidi del Lavoro, 1 - 37059 S. Maria di Zevio - Verona - Italy  
Tel. +39 045 6060411 - E-mail: [fimap@fimap.com](mailto:fimap@fimap.com)



**Abbiamo le armi giuste  
per combattere i batteri.**

Presidi Medico Chirurgici per uso professionale.

**icefor**  
l'igiene per natura

