

N.10

OTTOBRE 2017

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

postatarget
magazine
D0005538
NAZ185/2008
Posteitaliane

SERVIZI PER HOTEL & CATERING

MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

TERZA PAGINA

tecnologie in hotel
club family hotel
hospitality trends

GESTIONE

parity rate
sistemi aeraulici
urban waste

SCENARI

afidampcom a host
host milano
hotel green
hans brinker hotel

TECNOLOGIE

odori molesti
pulizia cappe



www.gsanews.it

EDICOM

reflexx®

E SEI IN MANI SICURE!



PROFESSIONAL CHOICE

Reflexx SpA | Viadana (MN) | www.reflexx.com

LA FORZA DEL GRUPPO PER UN MONDO PIÙ PULITO

We Italia è una società di consulenza e distribuzione di sistemi, servizi e prodotti nell'ambito della Pulizia Professionale. La nostra azienda rappresenta una grande realtà imprenditoriale italiana presente con una rete distributiva su tutto il territorio nazionale.



think green, un impegno concreto

Rispetto dell'ambiente e utilizzo corretto dei prodotti: nel nostro interesse, nell'interesse dei nostri clienti, e soprattutto nell'interesse delle generazioni future.



consulenti del pulito

Siamo concentrati sulle esigenze del nostro cliente attraverso una consulenza professionale che identifica la reale necessità e offre la risposta più vantaggiosa.



facciamo grandi numeri insieme

La nostra gamma di servizi e prodotti è frutto della ricerca di grandi produttori nazionali e internazionali: garanzia di soluzioni che mettono d'accordo qualità e prezzo.



ambienti puliti, ovunque vi troviate

Le nostre aree di intervento sono molteplici. Le soluzioni che proponiamo garantiscono ai nostri clienti un ambiente più pulito, più sicuro e più sano.



WWW.WE-ITALIA.IT





La lavasciuga pavimenti che rende il pulito più semplice

Antea è una lavasciuga pavimenti operatore a terra altamente performante alimentata a cavo e a batteria adatta alla pulizia di fondo e di manutenzione di superfici di piccole e medie dimensioni.

Caratterizzata da un nuovo design, Antea si distingue per affidabilità e robustezza, qualità garantite anche da scelte innovative come l'impiego di un telaio, attacco tergipavimento e basamento lavante in pressofusione di alluminio. L'operatore troverà l'utilizzo molto semplice, sia nella selezione dei comandi che nella manovrabilità.

Le dimensioni compatte la rendono ideale per la pulizia di diverse tipologie di ambiente: sanitario, alberghiero, GDO, automotive e strutture pubbliche.



Antea 50 E/B/BT

Antea 50 BTS

Antea 50 BTO Orbital

*Scopri Antea
sul sito www.comac.it*

Attiva il QR Code
sul tuo Smart Phone e scopri Antea



Funzione Eco



Riduce
il rumore



Riduce il consumo
energetico

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      - e-mail: com@comac.it

Una scelta quotidiana che
determina il futuro del nostro pianeta



www.arcochimica.it

Ogni giorno i nostri ricercatori compiono scelte responsabili e coerenti per sviluppare soluzioni altamente tecnologiche a basso impatto ambientale.



CHEMICAL GROUP

SERVIZI PER HOTEL & CATERING



INSERTO

TERZA PAGINA

- 23** Hotel, l'innovazione "tecno" dei prossimi dieci anni
[di **Umberto Marchi**]
- 26** Pulizia e servizio, ecco come accontentare anche le famiglie più esigenti
[di **Antonio Bagnati**]
- 30** Innovazione in hotel, chi si ferma è perduto
[di **Giuseppe Fusto**]

GESTIONE

- 32** Parity rate, maggiore competitività per gli alberghi italiani
[di **Simone Finotti**]
- 34** Condotti aereali, sottovalutarli è un rischio
[di **Giuseppe Fusto**]
- 36** Un progetto virtuoso che fa bene al turismo
[di **Carlo Ortega**]

SCENARI

- 38** Ristorazione, AfidampCom a Host per... guidarci nell'igiene
[di **Simone Finotti**]
- 40** E fanno 40! Torna Host, il lungo weekend dell'hospitality
[dalla redazione]
- 42** Albergatori sempre più "green"
[dalla redazione]
- 44** Quando lo sporco fa... marketing (ma è un'eccezione)
[di **Antonio Bagnati**]

TECNOLOGIE

- 46** Cattivo odore, cattivo ricordo
[di **Simone Finotti**]
- 50** Hotel... a prova di cappa!
[di **Umberto Marchi**]

ATTUALITÀ **7** | CARNET **56**
AFFARI E CARRIERE **55** | ORIZZONTI **57**

GSA il giornale dei servizi ambientali è un mensile inviato tutti i numeri agli abbonati e ai rivenditori del settore. Con sei numeri all'anno raggiunge imprese di pulizia e disinfestazione (gennaio-marzo maggio-giugno-agosto-novembre), con due numeri hotel e società di catering (febbraio-ottobre), aziende sanitarie e comunità (aprile-settembre), industria e grande distribuzione (luglio-dicembre).

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica
Certificazione B2B - Per il periodo 1/1/2016-31/12/2016
Periodicità: MENSILE - Tiratura media: 5.517 - Diffusione media: 5.364
Certificato CSST n. 2016-2592 del 2/3/2017 - Società di Revisione: METODO srl

"Ai sensi dell'articolo 2 comma 2 del Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, si rende nota l'esistenza di una banca-dati personali di uso redazionale presso la sede di Via Alfonso Corti, 28 - Milano. Gli interessati potranno rivolgersi al responsabile del trattamento dei dati sig.ra Barbara Amoruso presso la sede di Milano, Via Alfonso Corti, 28 per esercitare i diritti previsti dal D. Lgs 196/2003"



ASSOCIATO A:
A.N.E.S.
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



© 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 - 70602106
Fax 02/70633429
info@gसानews.it - www.gसानews.it

Direttore Responsabile:
GIOVANNA SERRANO
Redazione:
SIMONE FINOTTI,
ANTONIA RISI
Segreteria:
BARBARA AMORUSO
Diffusione:
GIOVANNI MASTRAPASQUA
Sviluppo e pubblicità:
GIANCARLO GIAMBELLI,
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)
VELAWE B - BINASCO (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

WE CARE for Cleaning

— Soligena progetta sistemi innovativi di Cleaning professionale per pulire, igienizzare ambienti e ottimizzare processi.

Indipendentemente dalle dimensioni dell'impresa e dal cantiere, l'obiettivo è comune: sistematizzare le operazioni per ottenere la certezza del risultato.

Sviluppa con noi
il sistema per la
tua azienda



PRODUTTORI / Piemonte **Falpi** (BI) / Emilia Romagna **È COSÌ** (FC)

DEALER / Piemonte **Eta Service** (BI) – **IMP** (TO)

/ Lombardia **API service** (MI) – **Progiene 2000** (LO)

/ Liguria **Comark Italia** (GE)

/ Veneto **TCA** (VR) – **Bottoni** (VI) – **Sidaf** (VI)

/ Friuli Venezia Giulia **Tecno Clean** (PN) / Toscana **Easy Clean** (FI)

/ Marche **Ital Racoon** (PU) – **RM** (MC) / Lazio **Klinko** (RM)



soligena

WWW.SOLIGENA.IT

REFLEXX, marchio affermato nel settore dei guanti monouso e riutilizzabili, si racconta



Nel mercato dei guanti monouso e riutilizzabili per uso professionale, il marchio Reflexx si sta delineando come uno dei marchi di riferimento. “La strategia che da anni seguiamo in Reflexx è chiara – spiega **Gianni Isetti**, CEO di Reflexx – e si basa su alcuni principi fondamentali che ci differenziano dalla maggior parte della concorrenza: innanzitutto la costanza di produzione e cioè il saper mantenere inalterata nel tempo la qualità di enormi quantità di prodotti.

Il processo produttivo dei guanti è molto complesso. Se la quantità di materia prima non fosse corretta o non fosse distribuita in maniera uniforme sugli stampi di produzione, il guanto non potrebbe garantire la necessaria resistenza e impermeabilità. Inoltre la lavorazione dei guanti avviene con produzioni su larga scala dove il controllo di qualità è necessariamente demandato più alla tecnologia che all’occhio umano che difficilmente potrebbe scorgere un microforo su migliaia di prodotti.

Reflexx, progetta e fa produrre guanti unicamente a fabbriche selezionate per la loro comprovata e certificata capacità di controllo del processo produttivo, e per la costanza di composizione delle materie prime. Per controllare tutto ciò effettuiamo anche controlli periodici sia interni che in laboratori esterni sulla merce che immettiamo sul mercato.

la ricerca della qualità totale è un altro dei nostri principi. la definiamo “totale” perché prestiamo estrema attenzione non solo a tutti gli aspetti qualitativi legati ai prodotti, per noi imprescindibili,

ma anche alla qualità del servizio offerto al mercato, dalla pre-vendita alla logistica fino al servizio di post-vendita e di assistenza che cerca di essere sempre a disposizione del cliente in maniera tempestiva e professionale. Offriamo ad esempio un programma di corsi di formazione ai nostri clienti o ai clienti dei nostri clienti, che abbiamo definito *Reflexx Academy*, per trasmettere loro l’importanza di utilizzare guanti di qualità e per informare delle tante normative che regolamentano l’uso dei guanti come Dispositivi di Protezione Individuale, come Dispositivi Medici e come MOCA (Materiali e Oggetti a Contatto con Alimenti) in ambito food. Un altro esempio dell’attenzione di Reflexx alla qualità totale è l’importante investimento in attività di test. Ad esempio per il Settore Imprese sono stati selezionati alcuni dei guanti Reflexx più utilizzati dal settore e sono stati condotti severi test per valutarne il livello di resistenza agli agenti chimici presenti nei detergenti impiegati dagli operatori delle imprese di pulizia. E’ importante per noi – continua Isetti - essere sempre vicini ai nostri clienti anche con informazioni tecniche e specifiche che li aiutino nella scelta del guanto migliore e che allo stesso tempo aggiungano valore alla nostra offerta commerciale.

Un ulteriore aspetto che caratterizza fortemente Reflexx è la continua ricerca di innovazione in tutti gli aspetti del business, a partire dall’innovazione di prodotto fino all’innovazione negli aspetti di comunicazione delegati sempre più alle piattaforme digitali: sito web, newsletter, mailing, ecc. In termini di novità di prodotto, solo nel 2017 sono stati lanciati ben 9 nuovi modelli di guanti e l’ultima novità sarà presentata alla fiera Colloquium Dental che si terrà a Montichiari (BS) dal 19 al 21 ottobre: la linea Reflexx Care. Si tratta di una linea di guanti monouso completamente nuova sia in termini di tipologia di guanti che di immagine e che è dedicata a tutti i soggetti che hanno problematiche di irritazione, arrossamento, gonfiore della pelle le-

gato all’utilizzo di guanti tradizionali.

Sono sempre più frequenti infatti, non solo le ben note allergie al lattice, ma anche allergie di tipo IV ai componenti chimici utilizzati nella produzione di guanti.

La linea Care si compone di 4 guanti monouso:

- Un guanto in lattice con avena colloidale
- Un guanto in nitrile con avena colloidale
- Un guanto in lattice con aloe
- e ultimo ma non meno importante, un guanto in nitrile senza acceleranti.

L’avena colloidale è un elemento naturale molto usato in cosmetica e dermatologia e noto fin dai tempi antichi. L’abbinamento tra avena colloidale e guanto monouso fa sì che si venga a creare tra guanto e mano una barriera naturale che assorbe l’umidità in eccesso, il sebo e gli oli che si sprigionano con la sudorazione della mano quando indossiamo guanti da lavoro.

Il guanto in lattice con aloe, non è nuovo sul mercato ed è apprezzato per le sue doti lenitive e di nutrizione della pelle.

Il guanto Reflexx Care N350, è invece unico sul mercato e come guanto ipoallergenico, va a risolvere il bisogno di “protezione” dei soggetti che per la loro professione indossano per molte ore al giorno guanti monouso e hanno sviluppato allergie sia al lattice che al nitrile”.

[www.reflexx.com]



2017, l'“anno magico” di Lavorwash



Lavorwash continua a crescere, e il trend prosegue anche nella prima metà dell'anno in corso. E la cosa incoraggiante è che la tendenza, che interessa sia il mercato interno, sia quello estero, mostra segnali interessanti anche in paesi storicamente difficili. Il “come” e il “perché”, oltre a un'anteprima sulle principali novità in cantiere, lo chiediamo al Responsabile Marketing dell'azienda **Dante Rossetti**.

Come sta andando il mercato?

“Siamo contenti e soddisfatti, il trend di crescita fatto registrare nel primo semestre 2017 si sta confermando anche in questo secondo semestre. Buone indicazioni arrivano sia dal mercato interno che dall'estero. L'export, che storicamente per noi è un'area di business molto importante, ci sta dando dei segnali di crescita incoraggianti anche in aree storiche dove negli ultimi anni si era riscontrato un certo rallentamento. Vediamo crescere anche i Paesi dell'area Brics dove l'anno scorso le percentuali di crescita non erano state in linea con le attese”.

Quali prospettive ha Lavor nel futuro a breve e medio termine?

“Per noi la parola d'ordine resta crescere, sia per quanto riguarda i prodotti hobby venduti a marchio LAVOR sia per quanto riguarda i prodotti professionali commercializzati a marchio LavorHyper/LavorPro. Siamo un'a-

zienda orientata allo sviluppo di nuovi prodotti e su questo stiamo lavorando per arrivare pronti a rispondere alle esigenze di un mercato che, specie per quanto riguarda i prodotti professionali, sta crescendo molto a livello tecnico e tecnologico. Il prossimo anno alla fiera Issa Inter-clean di Amsterdam presenteremo delle novità molto interessanti”.

Quanto pesa per voi il mercato italiano, e quanto l'export?

“Oggi il mercato interno pesa per un 30% ed è in crescita, come in crescita resta il mercato estero. Stiamo recuperando quote di mercato sia in Italia che all'estero dove ovviamente il mercato è molto più frammentato e con tassi di crescita a seconda dei Paesi/mercati molto interessanti”.

Quali novità avete in cantiere?

“Il prossimo anno sia in fiera a Colonia, dedicata ai prodotti hobby, che ad Amsterdam, per il professionale, presenteremo molte novità sia a livello tecnico che di ampliamento di gamma. Avendo una ampissima gamma di prodotti, dall'idropulitrice alle lavasciuga, passando per gli aspiratori professionali per arrivare ai generatori di vapore, stiamo lavorando su più aspetti e su molteplici progetti. Il 2018 sarà un anno molto importante per Lavorwash per i molti progetti che porteremo sul mercato”.

Quali sono i prodotti che stanno avendo più riscontro sul mercato?

“Stiamo avendo buoni riscontri sia per quanto riguarda la famiglia delle idropultrici professionali che per quanto riguarda le lavasciuga. Ottimi i volumi e i dati in crescita anche degli aspiratori professionali. Siamo soddisfatti anche per quanto riguarda il vapore professionale, che ogni anno cresce costantemente. Abbiamo esigenze diverse da soddisfare rispetto alle varie tipologie di prodotto e per questo la nostra flessibilità produttiva viene premiata dai clienti”.



Com'è il vostro rapporto coi rivenditori?

“Abbiamo rivenditori in tutta Italia, cerchiamo sempre di instaurare un rapporto di fiducia reciproca di grande collaborazione per rispondere velocemente a tutte le richieste del mercato, a volte studiando anche produzioni ad hoc”.

In tre parole, sintetizzate la filosofia di Lavorwash.

“Grande qualità dei prodotti offerti, rapporto qualità/prezzo per tutta la gamma di prodotti che offriamo, ampiezza di gamma tra le più importanti del mercato sia come prodotti hobbistici che come prodotti professionali”.

Qualche parola sulle sinergie...

“Con la recente acquisizione di Lavorwash da parte di Comet Group, la nostra offerta commerciale diventa oggi ancora più importante. Stiamo già sviluppando sinergie che permettano a tutte le aziende del gruppo di sfruttare i plus e le conoscenze maturate negli anni in settori di mercato complementari. Ciò consente di ampliare la gamma forte di un know-how prezioso e altamente specializzato e di presentarsi ai clienti con un'offerta ed una competenza che difficilmente altre aziende possono vantare. Siamo una realtà molto importante che conta oltre 700 dipendenti ed un fatturato totale da oltre 170 Mln di Euro: un grande gruppo che si concentra su obiettivi comuni, unità di intenti e condivisione e, come è noto, l'unione fa la forza: un detto che, mi sento di dire, delinea molto bene quel che la nostra nuova situazione rappresenta sul mercato”.

[it.lavorpro.com]



Tutti i progetti di Soligena



Sono moltissimi i progetti in cantiere, quelli realizzati e quelli in via di concretizzazione in casa Soligena. D'altra parte il Gruppo ci ha abituato ormai da tempo a un eccezionale dinamismo, sia sotto l'aspetto della presenza sul territorio (nella squadra è recentemente entrata anche la genovese Comark Italia), sia sul versante della ricerca di soluzioni innovative.

L'importanza di investire

“E' sempre importante investire sulle idee”, afferma il vicepresidente **Francesco Marinoni**, 40 anni di esperienza sul campo nel settore del cleaning, “soprattutto nei momenti più difficili. L'esperienza insegna che anche quando sembra non esserci spazio, i prodotti e le soluzioni giuste trovano subito il loro posto nel mercato. E che le idee buone pagano sempre”.

Le iniziative Soligena

In quest'ottica Soligena si sta preparando a crescere ancora: “I produttori che abbiamo nel Gruppo stanno sviluppando molte innovazioni interessanti, alcune delle quali ideali anche per l'Horeca, come i carrelli Kubi di Falpi presentati a Pulire 2017 di Verona, o il sistema Tac Clean+Oxygena per la deter-disinfezione nell'industria alimentare, progettato da È Così. Questa metodologia consente di completare il processo di lavaggio in 3 fasi – in luogo delle tradizionali 5 – senza uso di cloro; inoltre, genera notevoli

risparmi in termini di consumi idrici, energetici e di tempo, riducendo l'impatto ambientale e gli scarichi inquinanti. La nostra intenzione è quella di continuare a mettere in campo i know how maturati nei settori chimico, attrezzature/tessili, sistemi dei nostri soci produttori per fare vera innovazione. Abbiamo in programma, a breve, una linea di detergenti a marchio Soligena, a cui sarà dedicata una figura commerciale che faremo entrare nel team. Al nostro interno stiamo pensando di organizzarci in comitati di lavoro settoriali proprio per valorizzare le esperienze di ciascuno”.

La collaborazione con il Politecnico Torino

“Un'iniziativa importante, che il Consiglio Direttivo di Soligena sta portando avanti è la collaborazione con il Politecnico di Torino per lo sviluppo di novità da portare a Pulire 2019. In particolare, promuovendo un investimento mirato, ci concentriamo grazie anche al lavoro di ricercatori del PoliTo, e di alcuni dottorandi a cui sarà riconosciuta una borsa di studio, nella ricerca sui materiali: non parliamo, quindi, di design di macchine e attrezzature, ma di materiali. E' questo il nostro focus, di più non posso proprio dire. Almeno per ora.”

Un mercato che può crescere ancora

“Cercando di dedicare al mercato uno sguardo un po' più ampio –prosegue Marinoni– posso dire che potremmo fare molto di più. Il nostro mercato potrebbe crescere ancora, spazi non ne mancano. In ogni ambiente, a ben guardare, c'è un problema di igiene e sanificazione, tutti i luoghi di vita e di lavoro hanno esigenze primarie di vivibilità, sia nelle piccole che nelle grandi aree condivise. In tutti gli ambienti va prestata grande attenzione, in ogni minimo dettaglio, alle operazioni di pulizia ordinaria, in modo da agevolare l'uniformità del servizio e poter gestire il monitoraggio dei consumi”.

Progettazione, start-up, monitoraggio, controllo

“Il metodo Clean&Care di Soligena si basa su quattro fasi, tutte essenziali: si parte con la progettazione, perché ogni buon servizio va progettato, senza permettersi alcuna improvvisazione. Poi viene la start-up di cantiere, quindi il monitoraggio e, ultimo ma importantissimo, il controllo. Senza quest'ultimo rischia di diventare tutto inutile, inefficace. La prima domanda che si dovrebbe fare in un albergo riguarda proprio i controlli: “Come fate a verificare le condizioni igieniche di un ambiente?”. E la risposta è che la vista e l'olfatto non bastano, perché la percezione del pulito non coincide con la vera igiene. Ci sono angoli, oggetti o arredi che in hotel non vengono quasi mai sfiorati. Ha presente il desk dove si mettono i bagagli? E ha presente i bagagli dove stanno di norma? Ecco, quell'angolo andrebbe disinfestato e disinfettato, poi non lamentiamoci delle zanzare tropicali...”.

Problemi in hotel?

Soligena ha la soluzione

“O ancora: il telecomando, i cuscini, il copriletto, il materasso... chi li considera? Eppure basta un semplice tampone per capire molte cose. E così, in cucina, le posate, i bicchieri, le stoviglie... Chi le controlla? Da qui bisogna partire con il progetto, consapevoli che la soluzione non arriva mai da un prodotto “magico”, ma sempre da un sistema complesso in cui uno dei ruoli-chiave è quello del personale”. E qui si apre un altro lungo capitolo, quello dell'informazione dell'addestramento: “E' un peccato che in Italia non esistano scuole per chi vuole lavorare nel mondo del cleaning professionale”, spiega Marinoni. “Anche questo è un compito che spetta ai professionisti del settore. E Soligena, anche in questo, è attrezzata”.

[www.soligena.it]



Meliá si affida alla qualità Papalini

A Campione d'Italia, incastonato fra un lungolago dalla vista mozzafiato e uno dei Casinò più noti d'Europa, c'è il bellissimo Meliá Campione, uno degli ultimi nati della storica catena spagnola.

Un boutique hotel a 5 stelle

Cinque stelle, quaranta camere distinte in quattro tipologie, un ristorante d'eccellenza e un'area Spa, la struttura ha la vocazione di un "boutique hotel", di lusso ma dal clima accogliente e familiare, come sottolinea il Resident Manager **Luca Barion**. "Si tratta di un albergo non grande ma prestigioso, e lo si vede subito anche dalle scelte progettuali e dagli ambienti curati nel dettaglio". E non è solo un albergo, ma un centro di ritrovo, relax, cultura.

Veri professionisti

"L'hotel è partito con il piede giusto. La media permanenze supera i 2 giorni, con picchi nei weekend." Non semplice organizzare il lavoro: "Spesso capitano imprevisti, come clienti che all'ultimo momento ci dicono di voler prolungare il soggiorno. Ma ovviamente tutto è affrontabile, grazie ai giusti partner". Come Papalini Spa, che ha già nel suo "portfolio referenze" alberghi di primissimo livello. "Specialisti per servizi su misura", recita il claim dell'azienda. A spiegarcelo è **Natacha Ma-**

gnoni: "La nostra scelta di specializzarci anche negli alberghi di alto livello presuppone un impegno non indifferente fin dalla fase di formazione e scelta del personale adeguato. Poi naturalmente dobbiamo assicurare i prodotti migliori, i sistemi più efficaci, le attrezzature più performanti."

Qualità top

Ed è proprio l'innalzamento qualitativo del livello delle imprese specializzate che ha convinto sempre più alberghi, anche di altissima categoria, ad esternalizzare: "L'albergo ne trae un beneficio in termini di costi, perché riusciamo a sostituire un costo fisso con uno variabile. Ma se questo si traduce in un calo della qualità, il gioco non vale la candela. Anche perché basta una recensione non soddisfacente per generare un danno di immagine notevole. In tutto questo la pulizia è un requisito indispensabile."

Consulenza e pianificazione

Ma non è solo quello dello svolgimento del servizio l'aspetto che qualifica le competenze di un'impresa-partner. Ancora prima c'è tutta la parte che si può definire "consulenziale", in cui l'impresa affianca l'albergo, in questo caso già in start-up, nel suggerire le soluzioni più appropriate in relazione agli ambienti, ai materiali utilizzati, alle attese di igiene e di qualità del servizio. "Noi di Papalini siamo molto attenti a questa fase perché è qui che si gioca la maggior parte del risultato. Consulenza e pianificazione del servizio sono essenziali." Molto spesso in questo tipo di hotel le scelte progettuali, molto raffinate, determinano esigenze di igiene specifiche. Un esempio è quello della moquette, ma anche nelle aree comuni vengono usati legni preziosi, tessuti raffinati, superfici in pietra su cui spesso è semplice lasciare aloni. Materiali che non devono essere rovinati ma, al contrario, valorizzati da veri professionisti.



Un compito non semplice

"Al Meliá Campione gli ambienti "complicati" da pulire non mancano. Le due suite sono praticamente appartamenti di 70 e 50 metri quadrati, con suppellettili e arredi di valore, moquette ovunque e materiali prestigiosi e ricercati. Anche le altre stanze non sono da meno quanto a prestigio della componentistica. Ci sono pareti e superfici irregolari e non lisce, angoli in cui la polvere si può annidare e che possono facilmente sfuggire a un lavoro superficiale. Qui è fondamentale affidarsi a chi il lavoro lo sa fare, sa formare il personale, sa quali sono le principali criticità delle stanze e degli spazi comuni. In un cinque stelle nulla può essere lasciato al caso". E il controllo è fondamentale. "Qui le stanze -precisa Barion- non vengono controllate a campione, ma tutte tutti i giorni, fin nel minimo dettaglio. Le nove risorse di Papalini, coordinate da un responsabile di appalto, fanno capo alla struttura di housekeeping dell'hotel, al cui vertice ci sono un'esperta housekeeper e la sua vice, entrambe con una lunga esperienza professionale in alberghi di altissimo livello. Ogni mattina parte il lavoro. Gli operatori Papalini si interfacciano con l'housekeeping e viene preparato il programma, che ovviamente può subire variazioni in ogni momento. In questo caso tutto viene segnalato in maniera tempestiva e si provvede in tempo reale. Il tutto con la massima discrezione, senza invadere gli spazi degli ospiti e la loro privacy".

[www.papalinispa.com]



La tecnologia dei sistemi a schiuma di ICF Srl: specificità ed efficienza



I laboratori di Ricerca & Sviluppo di ICF, sempre orientati al miglioramento di gamma ed allo sviluppo di nuovi prodotti, hanno messo a punto una nuova linea di schiumogeni altamente performanti per l'igiene nell'industria alimentare.

Tra i nuovi prodotti in assortimento, vogliamo evidenziarne alcuni di particolare interesse per gli operatori del settore:

Super Foam Chlor

Clean Foam Chlor

Super Foam F

Super Foam L.

Super Foam Chlor, detergente sanitizzante schiumogeno, con alto contenuto in cloro. E' una formulazione indicata per il settore delle carni, in grado di garantire:

- Ottimo sbiancamento delle superficie in teflon;
- Forte potere detergente, anche in acqua fredda;
- Efficace solubilizzazione dei sali di calcio degli acidi grassi che ostacolano la perfetta rimozione dei residui di lavorazione;
- Energica azione igienizzante sulle superfici.

Clean Foam Chlor, detergente sanitizzante schiumogeno a medio contenuto di cloro, formulato particolarmente efficace per i settori lattiero-caseario, ortofruitticolo e delle bevande, in grado di garantire:

- Performante detersione e sanificazione, anche con acqua fredda;
- Efficace azione disincrostante del fosfato di calcio, residuo della lavorazione del latte;

- Ottimo grip sulle superfici, anche verticali e quindi aumento dei tempi di contatto della schiuma sulle attrezzature e conseguente miglioramento della sanificazione;

- Ottimo sbiancamento dei nastri della lavorazione della frutta e della verdura.

Super Foam F, detergente schiumogeno fortemente caustico per la rimozione dei residui carbonizzati. Il prodotto trova applicazione nel settore delle carni (per la pulizia dei forni e delle sale di affumicatura) e nel settore della panificazione (per la pulizia dei carrelli del pane). Grazie alla specifica formulazione il prodotto è in grado di garantire:

- Rimozione completa dei residui carbonizzati, anche i più tenaci (foto carrelli pane puliti);

- Azione detergente efficace anche in acqua fredda;
- Performante prestazione anche in presenza di acque dure

- Efficace rimozione dei sali di calcio degli acidi grassi.
- Super Foam L detergente schiumogeno alcalino inibito indicato per la detersione di superfici di metalli dolci (es. alluminio.)

Questo prodotto, grazie alla presenza nella sua formula

di innovativi inibitori di corrosione, consente un'energica azione detergente mantenendo inalterate le superfici trattate. ICF, grazie alla partnership avviata con alcune tra le migliori aziende produttrici di attrezzature ed impianti ad alta e bassa pressione, è in grado di poter configurare l'attrezzatura del



cliente in modo da garantire il miglior utilizzo dei prodotti schiumogeni.

Inoltre, per valutare la piena efficienza dei sistemi schiuma, ICF ha messo a punto una linea di test di controllo, estremamente facili da utilizzare ed in particolare:

Kit controllo della corretta concentrazione della soluzione del prodotto.

Kit controllo dell'attivo sanitizzante.

Kit controllo, a fine sanificazione, del residuo proteico sulle superfici.

Kit controllo del residuo chimico, al fine di valutare la conformità del processo di risciacquo.

Kit analisi di alcuni parametri dell'acqua impiegata (durezza totale, Cloruri, Solfati e Silicati) al fine di valutarne la conformità.

Di fondamentale importanza è l'adeguata formazione del personale addetto alle operazioni di pulizia, ICF a completamento del servizio, mette a disposizione il proprio servizio tecnico-scientifico sia per la formazione operativa presso il cliente che per la realizzazione di corsi tematici presso la propria sede di Palazzo Pignano (CR).

[www.icfsrl.it]



Alpha Hotel: l'eccellenza Filmop per il settore alberghiero



Dalla piccola struttura a conduzione familiare fino alle più grandi e strutturate catene alberghiere: quando si parla di hotel, Filmop è sempre in grado di offrire una soluzione elegante, discreta ma soprattutto funzionale. Alpha Hotel infatti è una linea di carrelli di servizio realizzata dall'azienda veneta specificamente per il settore alberghiero, una gamma ben posizionata e affermata sul mercato da oltre 10 anni, ma continuamente arricchita di innovazioni tecniche, migliorie estetiche e possibilità di personalizzazione.

Ad ogni albergo, il suo carrello su misura!

Ogni hotel è un piccolo mondo, con spazi, angoli e con uno stile particolare tutto da sco-

attrezzature contribuisce a raffinare lo standard di un servizio e aumenta la sensazione di benessere sia per gli operatori che per i clienti delle strutture. Tutti ricavano senza dubbio una maggiore soddisfazione dalla gradevolezza estetica e da un'immagine più curata e pensata. Un carrello Alpha Hotel personalizzato può diventare con facilità un elemento stilistico d'arredamento, un originale veicolo di marketing oppure, semplicemente, può integrarsi con discrezione nell'ambiente "scomparendo" alla vista!

Un'eccellenza... ecosostenibile

I carrelli Alpha Hotel sono realizzati in polipropilene, materiale di grande resistenza, inossidabile e al 100% riciclabile. Inoltre, il dipartimento R&D di Filmop ha individuato una speciale miscela di plastiche che ha permesso di certificare tutti i modelli della linea con il prestigioso marchio PSV - Plastica Seconda Vita! Dare una seconda possibilità a plastiche di scarto e favorire il risparmio di risorse preziose senza rinunciare alla qualità è una sfida di impegno ambientale e una scelta di responsabilità che Filmop rende veramente semplice e accessibile per tutti.

Sgancia il carrello e vai!

Filmop continua ad ampliare la gamma di modelli Alpha Hotel per rispondere alle diverse necessità delle varie strutture alberghiere. Problemi di spazi con ridotte possibilità di manovra e difficoltà di passaggio per i carrelli tradizionali? In questi casi la soluzione ideale è Link-Up, l'innovativo sistema ganci che permette in un semplice click di separare la zona portasacco dal resto del carrello. Sganciando il modulo raccolta è possibile usufruire di una piccola postazione indipendente per muoversi con facilità anche negli spazi più ristretti come ascensori, piccoli corridoi e lavanderie.



Piccole soluzioni per un grande servizio

Fornire agli operatori strumenti di lavoro comodi, facili da utilizzare e funzionali alle mansioni quotidiane può fare davvero la differenza nel qualificare un servizio. Filmop si impegna costantemente per progettare e realizzare soluzioni pratiche e accorgimenti tecnici in grado di migliorare la praticità, la capienza e le possibilità di utilizzo dei carrelli Alpha Hotel. Ad esempio, i modelli con due unità di stoccaggio da oggi sono disponibili con nuova porta con apertura a sinistra: le due porte spalancate mostrano tutto il contenuto all'operatore, consentendo un maggiore comfort di movimento sia nell'organizzare a piacere il carico del carrello ma anche durante le operazioni di ripristino biancheria e linea cortesia nelle camere. Inoltre, l'innovativo meccanismo di chiusura porte permette la configurazione di nuovi modelli Alpha Hotel senza montante centrale, dotati quindi di un unico lungo ripiano, grazie al quale è possibile sfruttare le potenzialità di uno spazio più capiente da organizzare a piacere secondo le più diverse esigenze.

[www.filmop.com]



prire e soprattutto da valorizzare, anche attraverso l'attrezzatura di servizio. I carrelli Alpha Hotel grazie alla loro progettazione modulare sono declinabili in infiniti modelli, dal più snello e compatto fino al più completo e ultra-accessoriato, per scegliere in libertà la soluzione migliore secondo le proprie esigenze. Ma non solo: porte e pareti del carrello si possono personalizzare a piacere con immagini, scritte, loghi o grafiche. L'estetica delle

HiMiX

Libera la rivoluzione



La soluzione per un'igiene garantita disponibile in 20 fragranze

Nel settore alberghiero e del catering l'igiene rappresenta una delle basi fondamentali per gli operatori di settore. La linea HiMiX è la soluzione ideale. Efficiente, tecnologica e versatile, i suoi formulati superconcentrati contengono unicamente la parte attiva del detergente e pronti per l'uso con la semplice aggiunta di acqua, garantiscono il prodotto perfetto per ogni tipo di sporco senza trascurare l'igienizzazione e l'eliminazione di odori sgradevoli, sostituendoli con piacevoli fragranze a scelta. Il prodotto così strutturato permette un'ottimizzazione dei processi logistici, l'aumento della produttività di magazzino e la riduzione dei costi di trasporto, grazie al suo ridotto packaging. I formulati a base di oli essenziali, altamente concentrati con pH neutro, permettono una pulizia decisa senza aggredire le superfici. Specificamente gli oli essenziali agiscono da germicida naturale, utilissimo per chi si sta chiedendo come eliminare gli acari della polvere, inoltre possiedono proprietà antibatteriche che li rendono perfetti durante il processo di igienizzazione di superfici ed ambienti. Attivi contro le spore della muffa, utili per igienizzare le piastrelle del bagno e per la pulizia dei pavimenti uccidendo spore e germi per garantire una pulizia profonda. Gli oli essenziali sono dotati di qualità specifiche antimicrobiche, distruggendo i microbi come batteri e virus con i composti che contengono (che includono fenilpropanoidi e terpeni). L'azione igienizzante

è rafforzata dai sali quaternari di ammonio con capacità antimicrobiche e igienizzanti intensive. Privi di effetti negativi quali tossicità, causticità, corrosività. Dotati di forte potere bagnante, penetrano in profondità nelle crepe e nelle rugosità delle superfici trattate, e, dopo l'asciugatura, lasciano un sottile film batterio-repellente. La linea HiMiX comprende detergenti per tutte le superfici, dai pavimenti al bagno, dal piano cottura ai vetri e alle superfici verticali. Inoltre la sua speciale linea dedicata ai tessuti garantisce freschezza, morbidezza e igienizzazione impeccabili con una tecnologia in grado di rispettare ogni tipo di fibra. Grazie alle loro particolari microcapsule di profumo che si depositano sui tessuti durante il risciacquo si possono assicurare 12 ore di freschezza con le speciali fragranze Rubino Chem. La morbidezza è garantita dalla speciale formula che penetra in profondità proteggendo le fibre dal deterioramento.

Available in
20
Fragrances

Packaging ultra light

Con dosatore integrato, leggero e compatto. Le istruzioni riportate direttamente sul packaging, rendono le informazioni facilmente accessibili, immediate e chiare, in linea con l'impegno di Rubino Chem per un uso corretto e in-

formato dei prodotti. Mantenendo inalterate le prestazioni tecniche degli stessi. Studiati per assicurare un impatto ambientale minimo risulta 100% riciclabile. Un passo verso l'obiettivo di Rifiuti Zero. La riduzione dei volumi del nuovo imballo permette di migliorare le operazioni di immagazzinamento. Dotato di sigillo di garanzia con sistema di apertura e richiusura ermetico, provvisto di tappo dosatore studiato per offrire un dosaggio perfetto permette di dosare il detergente direttamente dal packaging in modo semplice e pratico.

La scelta migliore: il concentrato



- Ti fa risparmiare
- Ti permette un giusto dosaggio che ti fa ottenere risultati migliori senza sprechi
- È ecofriendly.

Punte di diamante HiMiX di casa Rubino

HiMiX Essenza

Formulato multifunzione altamente concentrato con pH neutro ideato per profumare, deodorizzare, detergere e spolverare. La formula equilibrata e le speciali materie prime contenute, conferiscono a HiMiX Essenza una lunga persistenza negli ambienti dove si utilizza. Grazie alla sua alta concentrazione, lascia nell'ambiente un inebriante profumo che elimina tutti gli odori sgradevoli presenti.

Confezione: Scatola da 12 buste stand up 150-750 gr.

Disponibile in 20 fragranze.

HiMiX Detergente Sanitizzante Superfici e Pavimenti

Formulato igienizzante disegnato per la pulizia quotidiana delle superfici. Ideale per pavimenti, rivestimenti, piastrelle, sanitari, porte e qualsiasi superficie dura lavabile, assicura un'azione pulente profonda ed extra brillante senza lasciare aloni. L'azione deodorante lascia una nota fresca e pulita che esalta l'igiene negli ambienti di utilizzo.

Confezione: Scatola da 4 buste stand up 1000-5000 gr.

Disponibile in 20 fragranze.

[www.rubinochem.it]

Falpi, anche in hotel un "made in Italy" di qualità

L'esperienza non è acqua: come ricorderanno bene gli addetti ai lavori, grazie al know-how maturato in trent'anni di attività nel mondo del cleaning professionale nel 2015 Falpi ha deciso di lanciare sul mercato una linea di carrelli specifici per l'hotel.

La nascita di Solight

Era nata così la gamma Solight Housekeeping, presentata ufficialmente nella lussuosa cornice dell'Hotel Show Dubai, in una cerimonia memorabile che ha aperto un nuovo ciclo nella produzione Falpi per il settore dell'hospitality. Oggi, dopo due anni di continuo lavoro ed innovazione, Falpi ha deciso di partecipare per il terzo anno consecutivo all'esposizione che si è svolta negli Emirati Arabi Uniti dal 18 al 20 settembre, al fine di continuare a diffondere la qualità del vero Made in Italy.

Una gamma tutta nuova, ad hoc per gli hotel

I carrelli Solight di Falpi hanno una particolarità che non va sottovalutata: infatti non sono derivati dai carrelli del cleaning, ma sono una gamma di prodotti di nuova concezione progettati ad hoc per soddisfare le esigenze di strutture alberghiere di alto livello (parliamo di strutture a quattro/cinque stelle), do-



ve nessuna operazione viene lasciata al caso. L'eleganza è stata fin dalla fase progettuale al centro dell'attenzione di Falpi, ma anche la funzionalità deve essere assicurata, insieme all'affidabilità, all'ergonomia e alla semplicità di utilizzo. In questi carrelli un'estetica particolare, caratterizzata da un design raffinato e discreto, si unisce ad una eccezionale robustezza e manovrabilità, caratteristiche essenziali per espletare il servizio di housekeeping in modo impeccabile.

Novità: arriva il configuratore

A Dubai, Falpi non ha presentato soltanto i nuovi modelli, ma anche uno strumento ideato per supportare i propri dealers nella vendita: il configuratore (che si trova online al link <http://configuratore.falpi.com/app/>), proprio come accade con le migliori automobili. Si tratta di un pratico strumento che permette, in pochi e semplici passi, di "costruire" il carrello Solight adatto alle specifiche esigenze di ogni cliente. In più, per gli utenti registrati, è anche possibile ottenerne subito una quotazione in base agli accessori selezionati.



Un caleidoscopio di possibili configurazioni

Il grande numero di possibili configurazioni dà ai rivenditori ed ai clienti finali (hotels) la possibilità di ottenere un carrello "su misura" e costruito in piena autonomia. Inoltre, il configuratore è uno strumento di libera consultazione al sito istituzionale Falpi, a disposizione di tutti coloro che desiderano visionare l'intera collezione ed ottenere informazioni tecniche.

Un'interfaccia semplice e intuitiva

L'interfaccia semplice ed intuitiva ne facilita l'utilizzo ed il sistema, a seconda della selezione effettuata dall'utente, automaticamente impedisce combinazioni non possibili. Il configuratore di Falpi nasce dall'idea che innovare non significa solo offrire nuovi prodotti al mercato, ma anche e soprattutto proporre sempre nuove soluzioni e servizi smart.

Dai "compatti" al top di gamma

La linea Solight Housekeeping si articola in diversi modelli, adattabili e personalizzabili a seconda delle singole esigenze della struttura. Si passa dai modelli più compatti, economici ma robustissimi e dotati di una buona capacità di carico, alle soluzioni intermedie, con cassetti, accessori e serrandine per la massima discrezione, ai carrelli "top di gamma" personalizzabili ed equipaggiabili con ogni tipo di accessorio. Non mancano modelli che permettono di personalizzare la raccolta della biancheria, e che possono essere forniti anche con coperchio superiore di chiusura.

[www.falpi.com]



LB4 Superleggera, è la nuova aspirapolvere spallabile Lindhaus



Arriva da Lindhaus una grande novità per il mercato della pulizia professionale. La nuova aspirapolvere spallabile LB4 Superleggera, presentata in anteprima il mese scorso al CMS di Berlino e a ISSA Las Vegas, possiede caratteristiche di sicuro interesse. Pratica, leggera e di grande versatilità, grazie ai soli 3,8 kg. di peso per il modello nella versione elettrica (LB4 Electric Superleggera) e 4,9 kg. inclusa la batteria nella versione senza fili (LB4 L-ion Superleggera). Ideale per la pulizia di ogni tipo di pavimento, è dotata della spazzola universale brevettata Lindhaus M28R, con setole montate al centro autopulenti, che garantiscono un'aspirazione perfetta a 360°.

Alte prestazioni e velocità d'intervento

La macchina è stata realizzata con schienale ergonomico, traspirante e completamente regolabile con porta accessori integrato ed è stata ideata per essere utilizzata negli ambienti in cui c'è l'esigenza di coniugare velocità

d'intervento con un alto livello di prestazione, nonostante eventuali ingombri e spazi ristretti, quali per esempio cinema, teatri, autobus, treni, aerei, sale convegni. Il sistema filtrante è infatti a 6 livelli e garantisce un'efficienza filtrante del 99,91% a 0,3 micron. Per gli ambienti sanitari, con l'adozione di un filtro Hepa (opzionale), si raggiunge il 99,96% a 0,3 micron.

Si trasforma in battitappeto o aspirapolvere a carrello

Uno dei punti di forza della LB4 Superleggera è senz'altro la sua versatilità. Grazie a un pratico design e alle sue dimensioni compatte, può essere facilmente trasformata in un aspirapolvere a carrello applicando l'apposito kit composto da 4 ruote pivotanti. Solo la versione elettrica può essere dotata di elettrospazzola Lindhaus PB12e completa di kit tubi elettrificati ad innesto rapido senza cavi esterni per essere trasformata in un battitappeto con funzione di lavaggio a secco. Sempre per la versione elettrica, con un apposito kit che permette di convogliare l'aria in uscita dal motore, è possibile sfruttare anche la funzione di soffiatura.



Batteria al litio e bassi consumi energetici

Il risparmio energetico è un altro dei punti di forza di questa macchina che assicura consumi estremamente bassi. Solo 400W per la versione a batteria e 700W per la versione elettrica, di classe energetica "A+". Quanto alle speciali batterie agli ioni di Litio, la capacità è estremamente elevata: 36V-6Ah e consente di lavorare almeno 30 minuti. Facilmente sostituibile in pochi secondi, senza utilizzo di attrezzi, la batteria può essere ricaricata in 90 minuti e dura per 800 cicli di ricarica. Lindhaus, dopo anni di test, ha adottato un modello realizzato appositamente per le proprie esigenze che è attualmente utilizzato su 3 macchine della propria linea professional: oltre infatti alla LB4 Superleggera, la stessa batteria è utilizzata anche per la LW30 Pro L-ion, lavasciuga multifunzione, e la LS38 L-ion, spazzatrice multifunzione.

Si tratta di macchine che stanno avendo un grande successo commerciale. Anche la LS38 è disponibile sia nella versione a batteria che elettrica. La particolarità di questa macchina sta in un sistema brevettato di raccolta meccanica + aspirazione twin force per la pulizia sia di pavimenti che moquette. Leggerissima, pesa solo 100 gr. all'impugnatura, è silenziosa, maneggevole, e presenta un profilo alto soli 14 cm. per poter pulire facilmente anche sotto mobili con un piede basso. La macchina scorre su 4 ruote gommate anti graffio che permettono un'incredibile scorrevolezza. La LS38 è a suo agio sia su pavimenti lucidi quanto grezzi e con fuga larga e profonda. L'abbinamento di azione meccanica ed aspirazione permette di raccogliere aspirando perfettamente. Dotata di sistema filtrante a 6 livelli, presenta un flap frontale regolabile che dà la possibilità di aspirare anche detriti fino a 9 mm di spessore.



STI... i professionisti del vapore!



STI nasce nel 2009 dall'esperienza ventennale della Famiglia Passuello nel settore della pulizia a vapore. STI è un'azienda giovane e dinamica che, grazie ad un'organizzazione rapida e flessibile e all'alta qualità dei suoi prodotti, sta conquistando il mercato europeo ed extra-europeo. L'azienda si pone come un partner affidabile in grado di offrire un servizio a 360 gradi ed un prodotto completo.

Tra i leader nella produzione di macchine a vapore

Tra i leader nella realizzazione di macchine per la pulizia a vapore, nelle due linee per uso domestico e per uso professionale, i prodotti sono interamente progettati e realizzati nello stabilimento di oltre 3.000 mq di Fara Vicentino. L'azienda crede fortemente nel Made in Italy, considerandolo un esempio di eccellenza riconosciuto a livello mondiale. Seguendo questa linea di pensiero, STI garantisce che ogni componente delle sue macchine presenti provenienza italiana, offrendo così un prodotto di altissima levatura.

Flessibilità e trasparenza

L'organizzazione aziendale è abituata a lavorare in partnership con i propri clienti offrendo anche la possibilità di personalizzazio-

ni dedicate, garantendo la massima privacy e riuscendo a creare prodotti *ad hoc* sempre all'avanguardia. Sono abituati a seguire e ad assistere il cliente in ogni fase, dalla progettazione alla consegna del prodotto finito, cercando di soddisfare sempre le sue richieste.

Pulizia a vapore: un metodo veloce e sicuro

Il loro sistema a vapore è un modo sicuro e veloce per pulire e sanificare qualsiasi tipo di superficie. I pulitori a vapore sono l'esempio di pulizia verde dal momento che non richiedono l'uso di soluzioni e detergenti chimici. Normale acqua di rubinetto viene trasformata in un potente strumento di pulizia profonda. Il vapore elimina sporcizia, muffa ed altri agenti contaminanti da una varietà di superfici in pochi secondi. Si rivela inoltre ideale per chi soffre di allergie.

La gamma

STI ha un'ampia gamma di macchine, dalle più semplici ed economiche per l'utilizzo domestico, a quelle più complesse e potenti, per l'uso industriale.

La linea domestica è composta dai modelli QV4, QV5, QV6 e linea QV7. Si dimostra essere una gamma completa in quanto è for-

mata sia da prodotti solo vapore che prodotti vapore-aspirazione. I loro utilizzi sono molteplici: dalla disinfezione dei sanitari alla pulizia dei vetri, dalla sgrassatura di forni e piani cottura alla pulizia di tessuti (tende, divani, tappeti, ecc.), dall'aspirazione di liquidi alla stiratura. La gamma di macchine professionali di STI si divide in due linee: COMBY (prodotti aspirazione-vapore) e GAISER (prodotti solo vapore). La gamma professionale permetterà di pulire a fondo e sanificare qualsiasi luogo, gli ambiti di utilizzo sono molteplici: dall'industria alimentare a quella meccanica, dalla sanità (ospedali, studi medici, odontoiatrici e veterinari) alla ristorazione, dagli hotel alla pulizia nei trasporti pubblici.

Programmi attuali e futuri

STI ha recentemente partecipato a Pulire 2017 a Verona, dove con grande soddisfazione ha avuto un ottimo riscontro da parte dei visitatori. A seguito dell'evento ha deciso di curare maggiormente l'immagine online, creando una pagina facebook (STI srl - The Steam Industry) a cui invitano a mettere mi piace per restare costantemente aggiornati sulle novità; inoltre stanno lavorando al nuovo sito web che sarà a breve online.

Per quanto riguarda il futuro, STI lavora sodo per consolidare la presenza sia in Italia che all'estero. Partiranno nuove collaborazioni con distributori dell'Est-Europa e di Asia e sud-est asiatico, zone in cui STI era ancora poco presente.

Stanno inoltre già lavorando per l'evento di settore più importante del 2018, Issa-InterClean ad Amsterdam, in cui presenteranno diverse innovazioni sulle loro linee.

[www.stindustry.eu]



Novità d'autunno in casa Itidet

L'autunno in casa Itidet porta importanti novità. D'altra parte si sa: la Itidet, grazie al suo staff di formulatori, è sempre alla ricerca di nuovi e più performanti prodotti. Ed è proprio dal reparto Ricerca & Sviluppo che arrivano le più grandi soddisfazioni per la dinamica azienda di Tarquinia (Viterbo).

La prima novità: Itidor

La prima novità è rappresentata da Itidor. Vediamolo più nel dettaglio, perché ne vale davvero la pena. Si tratta di un potente cattura-odori abbinato a fragranze gradevoli e persistenti. La sua caratteristica peculiare è quella di eliminare tutti i cattivi odori (ad esempio fumo, fritto, bagno, animali, muffa, umidità eccetera), senza coprirli, da qualsiasi tipo di ambiente, anche in aree dedicate ad animali domestici lasciando l'ambiente fresco e profumato. E' dunque l'ideale nel settore Horeca.

Ideale anche per togliere gli odori da tessuti e superfici

Anche perché, grazie alla speciale formulazione, è ideale anche per neutralizzare gli odori da superfici e tessuti d'arredo come tende e divani. Il primo Itidor ad entrare nel mercato sarà accompagnato da gradevoli fragranze di lavanda e vaniglia ideali per creare una piacevole atmosfera in hotel, agriturismo, b&b e uffici. Sarà seguito da l'Itidor al limone, appositamente studiato per l'ambiente della cucina professionale.

Novità numero due: Iticlean

La seconda novità, altrettanto interessante per il nostro target, è rappresentata da Iticlean. In questo caso abbiamo a che fare con uno sgrassatore universale concentrato forte per ambienti cucina e per locali di lavorazioni alimentari. E'

un prodotto in grado di sgrassare perfettamente superfici molto unte come tavoli, piani di lavoro, cappe, utensili, pavimenti. La sua peculiarità è che può essere utilizzato puro per rimuovere sporchi pesanti e stratificati e si può diluire fino a 10 volte per avere uno sgrassatore adatto alla pulizia quotidiana delle superfici. Per questo motivo Iticlean risulta molto economico, il che non guasta mai...

Vetri perfetti con "40 Floreale"

E' da ricordare, inoltre, il grande successo ottenuto dalla Itidet con la recente introduzione del detergente per vetri e specchi 40 Floreale. In questo caso, oltre alla grande efficacia del prodotto, ci sono tutti i vantaggi legati alla facilità d'impiego. Ora la pulizia dei vetri, specchi e delle superfici lavabili è ancora più facile e piacevole. Itidet 40 è detergente sgrassante e brillantante per la pulizia di tutte le superfici lavabili ed eccezionali su vetri e specchi.

Asciuga facilmente senza aloni

Il prodotto asciuga velocemente e non lascia fastidiosi aloni. Inoltre la versione spray forma una schiuma attiva che aggrappandosi alla superficie è in grado di eliminare ogni tipo di sporco rilasciando nell'ambiente una fresca fragranza di primavera. Ma c'è ancora di più: con questo prodotto, alle ormai rinomate eccellenti prestazioni su vetri e specchi, si aggiunge una gradevole profumazione floreale che rende questi prodotti ideali anche per la pulizia di tutti gli ambienti dove è importante lasciare una nota di gradevole profumo.



17
GSA
OTTOBRE
2017

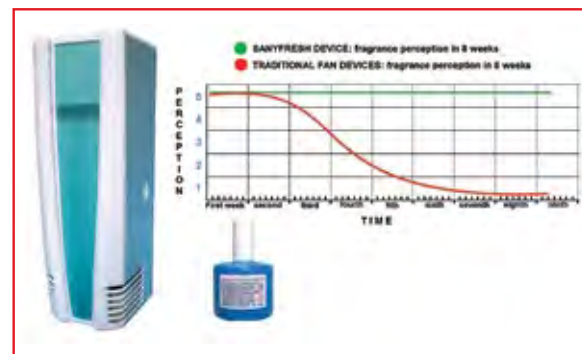
Un'azienda attenta

La Itidet, ultimo ma non secondario, è un'azienda sempre attenta agli input che provengono dal mercato. Tra le caratteristiche che la rendono sempre più apprezzata c'è la capacità di analizzare i suggerimenti dei clienti e le novità del mercato e di tradurli in interessanti e innovativi prodotti. E le novità non finiscono qui: tra fine anno ed i primi mesi del 2018 sono in programma altre interessanti nuove introduzioni.

[www.itidet.it]



Sanyfresh, il valore della persistenza



Qual è il vero valore aggiunto di un profumatore per ambienti? **Mario Magni**, di Italsan, non ha dubbi: “La persistenza della profumazione nell’ambiente, e la costanza dell’intensità. Con molti dei sistemi tradizionali, invece, spesso capita che l’aroma si avverta in modo più intenso nei primi giorni di utilizzo, per poi affievolirsi verso la fine”.

Sanyfresh e il sistema “long lasting”

Proprio pensando a questo, l’azienda di Venegono Superiore (Varese) ha realizzato l’innovativo sistema Sanyfresh, un apparecchio a ventola che permette di profumare gli ambienti con il sistema brevettato “long lasting”

le fanno perdere molte delle sue caratteristiche peculiari, rendendo l’effetto finale forse troppo aggressivo rispetto alle condizioni ottimali di garanzia di non tossicità. Con il sistema Sanyfresh l’essenza non è riscaldata e la composizione della stessa non è modificata artificialmente dal calore con il risultato finale di grande importanza: la non tossicità del prodotto.”

Made in Italy

Il dispositivo è un tipico esempio di un virtuoso “made in Italy”: progettato, brevettato e realizzato interamente in Italia, è una soluzione di qualità ad un prezzo competi-

Inattaccabile, discreto, efficace: è il sistema Windfresh

Per realtà ad alta frequentazione come stazioni, aeroporti, centri commerciali ecc. Italsan ha messo a punto invece il sistema per la profumazione ambientale Windfresh.

L’apparecchio Windfresh ha ben 17 programmi giornalieri, può essere azionato da telecomando a distanza ed è inattaccabile da ruggine e/o detersivi vari. Essendo chiuso con serratura, timer o programmazione non sono accessibili al pubblico ma raggiungibili solo dall’operatore di servizio munito di apposita chiave. Il vantaggio più evidente è che, grazie al sistema brevettato, è in grado di garantire una copertura di profumazione continua e costante nel tempo. Inoltre, una chicca: il rumore prodotto non è avvertibile dall’utente e ciò lo rende perfettamente impiegabile laddove è imperativa la massima discrezione.

La profumazione invisibile

Tra le caratteristiche più importanti del sistema Windfresh c’è senza dubbio il condizionamento olfattometrico di volumi fino a 250 m³ ora. A ciò si aggiunge la massima discrezione anche in termini di invasività. Windfresh viene installato al di sopra delle controsoffittature ma può essere montato anche in luoghi dedicati: il tutto si riduce alla visione di 2 griglie a soffitto, quella di aspirazione e quella di espulsione dell’aria trattata. “Per rispondere alle attese sempre più esigenti del mercato -dice Magni- la nostra società ha studiato e fatto realizzare una miscela di olii essenziali e sostanze di sintesi particolari, dedicate alla profumazione nei settori della cosmesi e della profumazione ambientale in genere.” Il cerchio si chiude quando si arriva a parlare della manutenzione, che è praticamente nulla tolto il fatto della sostituzione periodica dei refill ogni 30 o 60 giorni.

[www.italsan.it]



in modo economico ed efficace. “ Il sistema ha il vantaggio di mantenere, nel tempo, una lunga e profumazione degli ambienti. Abbinato al suo refill, infatti, è in grado di mantenere inalterata la percezione di profumo nel tempo perché fa evaporare periodicamente (ad intervalli cadenzati e per tutta la durata del tempo) solo alcune gocce di essenza prelevata fresca dal refill e quindi non ossidata. Altri sistemi utilizzano un tampone che, immersi in una fiaschetta piena di essenza, favorisce l’evaporazione del profumo in modo graduale; purtroppo questo sistema ha il grosso inconveniente di far diminuire gradualmente la resa della prestazione. Per non parlare di altri tipi di soluzioni che riscaldano l’essenza e quindi vanno a modificare la struttura molecolare del prodotto e

tivo. Inoltre ha la possibilità di essere personalizzato secondo le varie esigenze aziendali. L’apparecchio è stato realizzato rispettando i principi generali di prevenzione in materia di sicurezza e di salute, con le scelte progettuali e tecniche, inoltre, sono stati usati dispositivi di protezione rispondenti ai requisiti essenziali di sicurezza previsti nelle disposizioni legislative e regolamenti vigenti. Le essenze sono conformi al codice IFRA e certificate con l’elenco degli allergeni. “L’essenza viene propagata per evaporazione spontanea e a temperatura ambiente tramite una ventola. Non è nebulizzata quindi non produce emissione nell’ambiente di micro gocce difficilmente tollerate dall’apparato respiratorio dell’uomo e degli animali”, aggiunge Magni.

Amuchina Professional presenta Spray Igienizzante Multiuso Area Food

Un nome, una garanzia di attenzione al cliente, di rispetto dell'ambiente e di massima professionalità. Amuchina Professional è una realtà di riferimento nel campo dei detergenti professionali, grazie alla solida esperienza di un'azienda attiva sul mercato fin dagli anni '30 dello scorso secolo.

Mission: soddisfare il cliente

La mission aziendale si può così sintetizzare: soddisfare tutte le esigenze di disinfezione della persona, delle cose in contatto con la persona e dell'ambiente attraverso un'articolazione della gamma in prodotti specifici, appositamente studiati per rispondere al meglio a ciascuna esigenza.

Perché è un marchio unico

Amuchina Professional, attiva con successo nel campo della pulizia e dell'igiene degli ambienti professionali, offre una vasta gamma di prodotti specifici per ogni esigenza, con un portafoglio che si amplia anno dopo anno.

Uno spray specifico per l'area food

Fra i prodotti particolarmente adatti al settore Horeca troviamo Amuchina Professional Spray Igienizzante Multiuso Area Food. Si tratta di uno spray specificamente studiato per tutti gli ambienti dove sono trattati alimenti. La principale particolarità del prodotto è quella di saper unire una forte azione sgrassante ad un'elevata attività igienizzante. Amuchina Professional Spray Igienizzante Multiuso Area Food, inoltre, agisce con forza ma è delicato sulle superfici. Infatti non graffia e non crea striature.

Attenzione: non serve il risciacquo!

Il prodotto, inoltre, non ha bisogno di risciacquo, non fa schiuma e asciuga rapidamente. E non lascia odori sulle superfici in linea con i protocolli HACCP.



Qualche dato tecnico

Il formulato è disponibile in due formati: il flacone con spruzzatore da 750 ml e tanica da 5 litri con spruzzatore lungo. Il prodotto si basa sui seguenti principi attivi: Bardac22 (igienizzante), e alcool etilico. Fra le destinazioni d'uso ne troviamo moltissime relative all'Horeca: fra i tanti esempi piani di lavoro delle cucine, forni a microonde, affettatrici, superfici in acciaio. Il prodotto è particolarmente indicato per chi ha la necessità di sveltire i tempi di lavoro: grazie alle sue caratteristiche, infatti, si rivela ideale per la pulizia veloce dei piani di lavoro. Utilizzarlo è semplice: basta impiegare il prodotto puro vaporizzandolo sulla superficie da trattare e poi, semplicemente, ripassare con un panno asciutto.

Un po' di storia

Amuchina nasce già con una vocazione alla sicurezza degli ambienti e al rispetto della persona. L'azienda, infatti, muove i suoi primi passi negli anni Trenta proponendo soluzioni per combattere la tubercolosi, malattia

che creava gravi problemi sanitari e sociali. Nel decennio successivo, durante la seconda guerra mondiale, il prodotto trova impiego nella disinfezione dell'acqua da bere. Negli anni '50-'70 diventa il prodotto più utilizzato negli ospedali per la disinfezione delle macchine per dialisi e per la dialisi peritoneale (disinfezione delle sacche, connessioni a Y, oggetti, ecc.).

Dagli anni Ottanta alle certificazioni

Negli anni '80, dopo l'epidemia di colera del sud Italia, diventa il disinfettante più usato per la disinfezione dell'acqua da bere e soprattutto di frutta e verdura. Il resto è storia recente: nel 2000 Amuchina è acquisita dalla società farmaceutica Angelini. Dal 2003 i prodotti Amuchina sono commercializzati anche in Spagna e Portogallo ed Est Europa. L'azienda è certificata secondo gli standard Uni En Iso 9001:2008 (qualità), Uni En Iso 14001:2004 (ambiente) ed En Iso 13485: 2003 (dispositivi medici).

[www.amuchina.it]

L'esperienza non è acqua, e Tremand lo sa

Con l'esperienza di oltre trent'anni nel settore del cleaning del suo titolare, **Luigi Mandressi**, e la continua voglia di rinnovare e di rinnovarsi, la Tremand di Nova Milanese, alle porte di Milano, è un dealer di qualità, un'azienda che offre "Tecnologie e Prodotti per l'Igiene", come recita lo slogan aziendale, e continua innovazione. Innovazione che si riflette soprattutto nel servizio al cliente e in tutte le sue esigenze: Tremand non ama affidarsi ad altri, e vuole trovare personalmente la soluzione grazie alle proprie competenze, alla disponibilità "sul campo" e al proprio know-how acquisito con l'esperienza maturata nel corso degli anni.

Ricerca e sviluppo di nuove soluzioni

La produzione, infatti, oltre a seguire le tendenze del mercato, dedica la sua ricerca a formulazioni di nuova generazione, ecologiche ed eco-nomiche, e prodotti studiati per andare incontro alle esigenze e alle problematiche delle imprese. Da qualche anno infatti è nata, con orgoglio di tutto lo staff, una nuova linea dedicata al settore Horeca, per chiudere il cerchio della gamma di prodotti



offerti, e proporre un ventaglio di soluzioni complete anche per il settore alberghiero, della ristorazione e della lavanderia. Detergenti, brillantanti e sanificanti hanno arricchito la linea per la ristorazione, detersivi, ammorbidenti e sbiancanti hanno completato la gamma di referenze per le lavanderie.

Eco Genio: la novità!

Inoltre, sempre alla ricerca di prodotti innovativi e di ultima generazione, capaci di dare risposte concrete alle esigenze della clientela, Tremand ha progettato, e finalmente è orgogliosa di lanciare sul mercato, un detergente di ultima generazione, capace di debellare lo sporco difficile, formulato con materie prime derivanti da fonti rinnovabili, e quindi a basso impatto ambientale, che rispettano i canoni di eco compatibilità e di eco sostenibilità ambientali dettati dalle normative Europee: Eco Genio.

Un detergente multiuso per qualsiasi superficie

Eco Genio è a tutti gli effetti un detergente multiuso adatto alla pulizia di qualsiasi su-

perficie: deterge e sgrassa senza aloni rendendo brillanti le superfici. L'innovativa formulazione abbina inoltre all'elevato potere detergente, anche l'effetto anti sporco, anti appannante e brillantante. I test eseguiti finora in vari settori (alberghiero, para ospedaliero, ristorazione, uffici) hanno dato risultati molto soddisfacenti.

Rispetto per ambienti e superfici

L'obiettivo principale è quello di evitare l'utilizzo di detergenti che contengono sostanze altamente alcalinizzanti e solventi, etichettati con avvertenze in quanto corrosivi su alcune superfici, nocivi per la salute degli operatori, e nocivi anche per l'ambiente, in quanto difficili da smaltire nonostante la biodegradabilità superiore al 90%.

È inoltre privo di avvertenze particolari, e di simboli di pericolosità, non contiene solventi, e i V.O.C. (Volatil Organic Compound) sono bassissimi.

Facilita la depurazione delle acque reflue

Le materie prime utilizzate in Eco Genio attaccano la composizione dello sporco, sciogliendolo. La stessa azione avviene anche sui residui di lavorazione usati in combinazione a Eco Genio (panni, stracci, carta, acqua, ecc..). Per questo, Eco Genio facilita enormemente il processo di depurazione delle acque reflue, apportando un notevole contributo al rispetto e alla salvaguardia dell'ambiente, anche in via secondaria. Insomma, un successo che continua negli anni e che Tremand si augura che continui con gli stessi risultati, che, grazie all'impegno e alla costante ricerca, e alle capacità del proprio staff, non mancheranno certo.

[\[www.tremand.com\]](http://www.tremand.com)



SERVIZI PER HOTEL & CATERING

OTTOBRE 2017

INSERTO

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

TERZA PAGINA

TECNOLOGIE IN HOTEL 23
CLUB FAMILY HOTEL
HOSPITALITY TRENDS

GESTIONE

PARITY RATE 32
SISTEMI AEREAUCI
URBAN WASTE

SCENARI

AFIDAMPCOM A HOST 38
HOST MILANO
HOTEL GREEN
HANS BRINKER HOTEL

TECNOLOGIE

ODORI MOLESTI 46
PULIZIA CAPPE

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

INDUSTRIE ALIM.

SANITA'

HO.RE.CA.

icf

Didecid
Detergente & Disinfettante

Efficace
Disinfezione garantita
in qualsiasi ambiente
(P.M.C.)

Pratico
Facile diluizione
grazie all'innovativo
"tappo giusta dose"

Economico
In un'unica e
veloce operazione
deterge e disinfetta.

NOVITA'!

TAPPO GIUSTA DOSE

25 RICARICHE da 800 ml

PRODOTTO CONCENTRATO

I.C.F. S.r.l. Industria Chimica Fine - Tel +39 0373 982024 - www.icfsl.it - customer.service@icfsl.it

OPERA

basta guardarlo



Design sensazionale e tecnologia d'eccellenza si fondono in un equilibrio perfetto dando vita alla nuova era stilistica del made in Italy applicato al cleaning professionale. La tecnologia al servizio delle prestazioni è il credo di TWT: tutti i prodotti sono studiati con attenzione alla robustezza e all'ergonomia per rendere più facile il lavoro. Opera: oltre 100 modelli, carrelli lavaggio, carrelli sanità, linea hotel e comunità



TWT
Tools Technology

Prenota ora la tua visione in anteprima



0423 1916711



www.twt-tools.com



info@twt-tools.com

hotel, l'innovazione "tecno" dei prossimi dieci anni

di Umberto Marchi

Quanto impatta la tecnologia in albergo e, più in generale nel settore travel e ospitalità? Con l'aiuto degli esperti, come il team Sabre Labs, autore del Report 2017 e della piattaforma di booking multimodale Waynaut, cerchiamo di rispondere a questa domanda e capirci qualcosa in più. Tre i trend e sei i macrofattori di crescita, dalle intelligenze connesse alle nuove sinergie.

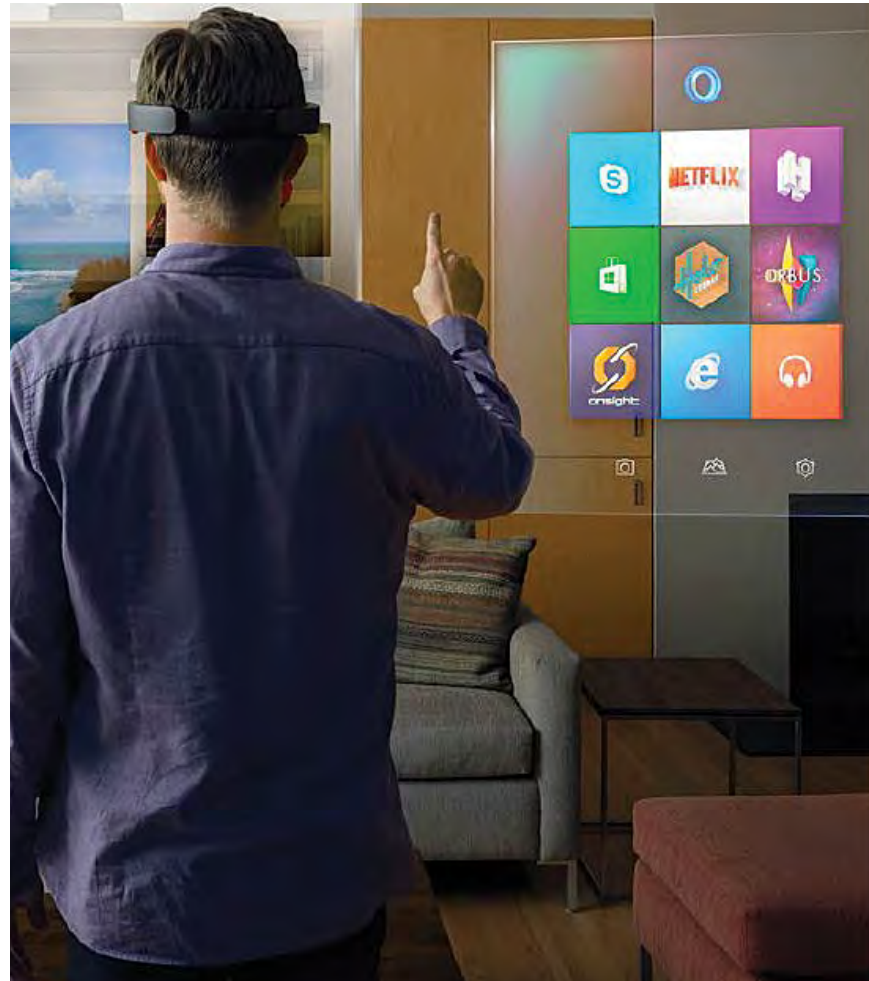
La tecnologia in albergo, lo abbiamo visto spesso nei numeri scorsi, non è più una mera curiosità, o un semplice di più che gli hotel più aggressivi sul fronte del marketing implementano per attirare e fidelizzare gli ospiti.

La tecnologia? Non più un semplice supporto

Ormai la tecnologia è entrata a pieno titolo nel settore dell'hospitality, modernizzando e facilitando diversi aspetti del lavoro quotidiano, dalla gestione delle prenotazioni all'accoglienza del cliente, dalla domotica nelle camere alle facilities come, tanto per restare in tema, il servizio di pulizia e housekeeping. Ma quello della tecnologia non è più solamente un ruolo di supporto.

Un report completo per chi viaggia, chi trasporta e chi ospita

Anzi, ci avverte l'ultimo Tech Travel Report, pubblicato in agosto dal team Sabre Labs con l'eloquente titolo "Emerging technology in travel", or-



mai il legame tra tecnologia e albergo è diventato indissolubile. Il rapporto, un'ottantina di pagine, tocca diversi settori che hanno a che fare con i viaggi, i tour operator e i viaggiatori stessi, e non poteva non soffermarsi anche sugli hotel e su chi li gestisce, con osservazioni e raccomandazioni mirate per sfruttare al meglio le novità che l'era tecnologico-digitale mette a disposizione. A questo proposito, la domanda di partenza è questa: quanto è importante l'innovazione tecnologica per chi opera in questo settore?

I... tre trend

Da qui prende avvio un'esplorazione ad ampio spettro che cerca di adentrarsi, il più profondamente possibile, nei prossimi dieci anni. Per scoprire, tanto per cominciare, che i megatrend d'impatto sono essenzialmente tre: l'intelligenza connessa (connected intelligence), le interfacce di conversazione (conversational interfaces) e le realtà digitali (digital realities), ciascuno dei quali si è ancora a importanti sviluppi tecnologici.



La tecnologia aiuta hotel e ospiti

Cosa si intende, ad esempio, per intelligenza connessa? E come può determinare un salto di qualità nel settore dell'ospitalità? Prendiamo l'esempio delle agenzie di viaggio, dei tour operator o anche degli stessi al-

berghi che devono gestire i meccanismi di prenotazione: è evidente che gli algoritmi di ricerca sempre più raffinati permettono di avere moltissime informazioni in più rispetto al passato, senza perdere tempo ed energie a scartabellare fra cataloghi, listini e brochures.



Possibile ottimizzare viaggi e soggiorni

Inoltre si possono ottimizzare viaggi e soggiorni, e l'albergo viene aiutato non poco nella gestione dell'ospitalità e del lavoro di routine. Sapere con certezza quando arriva un cliente, quando un altro è in uscita è utile: ma farlo sapere direttamente a chi deve riassettrare le camere, magari insieme alle specifiche esigenze di questo o quell'ospite, lo è ancora di più. Intelligenza connessa significa sapere sempre più cose in tempo reale, ma soprattutto agevolare il flusso di informazioni. Molti albergatori che abbiamo intervistato e incontrato in questi anni si lamentavano del continuo giro di foglietti, indicazioni "volanti" e "pizzini" che a volte andavano persi, a volte male interpretati e comunque tali da generare una gran confusione.

Dal booking alle facilities

Ecco, appunto, intelligenza connessa significa anche questo: agevolare il flusso delle operazioni creando benefici per l'albergatore, i lavoratori e i clienti stessi. Tant'è vero che sono sempre di più gli hotel che, oltre ai semplici software di booking, si dotano di strumenti informatici più articolati ed evoluti che comprendono, appunto, anche l'intera gestione delle facilities.

Anticipare il viaggio con la realtà digitale

Non solo: la realtà digitale (basta un semplice tour virtuale su Google Maps per rendersene conto) è in grado di anticipare in parte il nostro viaggio, permettendoci di selezionare con maggiore consapevolezza le nostre mete, comprese indicazioni sul meteo e sulla situazione dei luoghi che desideriamo visitare. Un nuovo hotel e complesso turistico sta sorgendo in un luogo inesplorato? Ecco che grazie alla realtà virtuale siamo in grado di conoscere esattamente dove, quando e come, evitando sorprese. Dal punto di vista della struttura ricettiva, tutto questo si tra-

duce in una preziosa occasione di promozione e marketing: sarà sempre più importante farsi trovare, mantenendo sempre alto il livello di qualità nella consapevolezza che si è sempre esposti. Da qui, ragioniamo noi, si potrebbe innescare un circolo virtuoso di innalzamento qualitativo dei servizi alberghieri e delle complessive condizioni delle strutture.

Dai tour virtuali all'esperienza immersiva

Un tour virtuale dell'albergo? Oggi ci sono già, ovviamente, ma in futuro diventeranno sempre più indispensabili, anche perché i dispositivi di VR stanno facendo passi da gigante. E non ci si fermerà a vedere le varie tipologie di camere e le relative caratteristiche: questo è il passato. Esistono già apparecchi che ci proiettano in una realtà immersiva, in cui il confine tra finzione (o meglio, realtà virtuale) e realtà reale è sempre più labile. Sono vere e proprie praterie ancora in gran parte da esplorare: perché non approfittarne? Si potrebbe anche pensare, per esempio, di dotare la hall o le camere stesse di postazioni di realtà virtuale in grado di regalare all'ospite esperienze in VR, magari al contempo promuovendo il proprio brand e fidelizzando i clienti. Tutto questo in parte c'è già, ed è stato introdotto ormai tre anni fa da Marriott: si chiama "VRRoom Service" ed è stata introdotta in partnership con Samsung America, insieme alla piattaforma virtuale di viaggi VR Postcards. Ma si tratta solo dei primissimi esempi di una tendenza che si andrà diffondendo a macchia d'olio in tutto il mondo.

Robot, schermi intelligenti, pulizia automatizzata

Per non parlare di ciò che la tecnologia può fare dentro l'hotel e per l'hotel: sono sempre più numerosi gli alberghi in cui il personale è affiancato da robot che si occupano degli aspetti burocratici legati all'accoglienza, ma an-



che di dare informazioni, movimentare pacchi e bagagli, indicare agli ospiti la collocazione delle loro camere. Già, le camere: anche queste sono veri e propri scrigni di tecnologia. Ricordate il buon vecchio televisore? Bene, c'è da scommettere che entro breve tempo verrà sostituito, quasi dappertutto, da schermi e pannelli intelligenti con cui il cliente/ospite potrà interfacciarsi in modo intuitivo (con un tocco e/o semplicemente con la voce), mentre alcune operazioni di pulizia, nelle camere e negli spazi comuni, potranno essere svolte automaticamente o on demand da robot molto simili a quelli che puliscono le nostre case. Ci sono anche esempi di robot che bussano alle porte delle camere e raccolgono capi di biancheria sporchi, asciugamani o salviette da lavare restituendole pulite.

I 6 fattori Waynaut

Come ci avverte Waynaut", una startup di booking multimodale, ripresa in una recente, ricchissima riflessione da Economyup (www.economyup.it), il settore si sta evolvendo grazie a internet e alle nuove tecnologie già da diversi anni. Sarebbero sei i fattori decisivi che maggiormente influenzeranno l'innovazione nel travel: la prima area riguarda l'evoluzione dei modelli di turismo, che si svilupperà secondo tre principali direttrici: complessità e innovazione nella distribuzione; rivoluzione dei modelli di economia condivisa nel settore dell'hotellerie; innovazione nella vendita di viaggi online. Qui si tratterà di comprendere aspettative e desideri dei viaggiatori, in direzione di un'esperienza turistica senza soluzione di continuità che possa da-

re valore aggiunto ai viaggiatori e alle aziende. Vengono poi le nuove tecnologie per gli operatori di viaggio: sta nascendo una nuova generazione di piattaforme di viaggio multimodali che forniscono diverse opzioni di spostamento sia agli operatori sia agli utenti. Il terzo passaggio riguarda le sinergie, perché il crescente utilizzo della tecnologia aprirà la strada a fusioni e acquisizioni nel settore, con ampi spazi (quarto driver) anche per le start-up intelligenti. Un'altra tendenza è il moltiplicarsi delle piattaforme di prenotazione multimodale per il B2C, come GoEuro e Rome2rio, che agevolano le prenotazioni. Non dimentichiamo, ultimo ma non secondario, tutto il vasto mondo del B2B: c'è già chi lavora per proporre servizi e prodotti alle aziende, alle GDS (Global Distribution System) e agli addetti ai lavori del settore.



pulizia e servizio, ecco come accontentare *anche le famiglie più esigenti*

di Antonio Bagnati

Otto alberghi “family” in Riviera rispondono alle esigenze delle famiglie con bimbi: il marchio “Club Family Hotel”, ideato e registrato da Andrea Falzaresi, sta avendo un successo di clientela e di riconoscimenti. Il segreto? La capacità di stare al passo con i tempi e l’estrema cura di ogni momento della giornata e di ogni aspetto dell’offerta: pulizie comprese, per le quali, anche in “in-sourcing”, è molto importante affidarsi a professionisti.



26
GSA
OTTOBRE
2017

Dicono che gli italiani, quando è ora delle vacanze, diventano improvvisamente estero-fili? Senza dubbio c’è del vero, ma è altrettanto certo che, se questo accade, la responsabilità è anche un po’ di chi, nel mondo dell’ospitalità, non ha saputo rinnovarsi, stare al passo con i tempi e attrarre fasce di clientela alla ricerca di relax, benessere e “coccole” in qualche angolo della Penisola. E di questi potenziali clienti ce ne sono ancora: molte famiglie, ad esempio. Se hai bimbi piccoli cerchi

belle spiagge, mare sicuro, comodità. Buona cucina, libertà e divertimenti senza troppe preoccupazioni. Tutte cose che la nostra Riviera romagnola offre da sempre. Certo, però, che se poi ti trovi nella classica pensione anni Settanta con orari rigidi, servizi inesistenti e clientela agée infastidita dal minimo rumorino, allora difficilmente ci ritorni.

Da 20 anni... vocazione famiglia

E allora qual è la soluzione? La bacchetta fatata non ce l’ha nessuno, ma alcuni qualche “magia” l’hanno già fatta. E’ il caso di **Andrea Falzaresi**, 48 anni, albergatore da sempre, che gestisce una minicatena di 8 hotel a marchio registrato “Club Family Hotel” fra Riccione e Cesenatico pensati ad hoc per le famiglie. Il messaggio è forte e chiaro. I tempi sono cambia-

ti e non è più pensabile che il cliente si adatti alla tua offerta. Dev’essere il contrario, invece: sei tu che devi intercettare le esigenze dei clienti, possibilmente specializzandoti per fare sempre meglio quello in cui hai scelto di investire. “Dal 1998 facciamo family hotel: allora c’erano solo catene tedesche e austriache, a nostro modo fummo dei pionieri. E adesso, dopo 20 anni, abbiamo registrato anche il marchio Club Family Hotel. A proposito, diffidate dalle imitazioni, perché da noi, e non scherzo, arriva molta gente che confessa di aver sbagliato prenotazioni ingannata da marchi simili, ma che non offrono la nostra qualità”. Una qualità che paga. “Senza dubbio: qui da noi, la famiglia viene prima di tutto, a partire dalle strutture: gli ambienti e le camere del Club Family Hotel Executive sono pensate e arredate per soddisfare le esigenze



della famiglia. I bambini sono a loro agio e vivono la vacanza con equilibrio ed armonia; ogni elemento infatti è pensato per accogliere i più piccini con le dovute attenzioni”.

Un “cuore family” più pulito che mai!

Qui apriamo il capitolo pulizia, che non è certo secondario. Anzi, in un albergo pensato per la famiglia, è uno dei primi indicatori e una delle prime cose che la gente guarda: “Se si lavora con le famiglie non ci si può improvvisare: non basta mettere una lavatrice e un fasciatoio e buona lì... Sono moltissimi gli aspetti da considerare, e uno dei più importanti è proprio la pulizia. I genitori, soprattutto le mamme, sono giustamente attentissimi a dove portano i loro figli, al loro benessere, alla loro salute e sicurezza; per loro pretendono il meglio e un ambiente sporco è l’ultima cosa che vogliono. Senza contare che una recensione per l’hotel sporco ha sempre un peso enorme, ma in un “family” ancor di



più! In generale, poi, il discorso vale per tutto l’housekeeping e anche per il resto dei servizi”.

Anche in “insourcing” è importante affidarsi a professionisti

Le pulizie negli hotel del marchio sono svolte internamente, con una squadra

di housekeeper formate ad hoc che, a loro volta, coordinano e controllano il lavoro degli operatori nelle camere. E’ molto importante, a questo proposito, scegliere prodotti e tecnologie all’avanguardia. E rivolgersi a professionisti: “Nel nostro caso, siamo seguiti da Pieri Group, un distributore di Cesena che non ci fornisce soltanto pro-





dotti e macchine, ma anche consulenza, piani di pulizia, dimostrazioni per la scelta dei prodotti e soprattutto formazione costante e qualificata al nostro personale sulle migliori e più efficaci metodologie operative”.

Strutture complesse, ritmi vertiginosi

Il tutto è reso ancora più complicato dai ritmi vertiginosi di queste giornate in riviera e dalla complessità delle strutture: “Qui si cucina e si servono cibi e bevande tutto il giorno: dalla colazione all’open bar e drink in spiaggia, dal momento del pranzo alle merende per bambini, fino alla sera, con cena e feste. Addirittura abbiamo colonnine con bevande praticamente sotto l’ombrellone, buffet liberi sempre, e da quest’anno offriamo un simpatico bicchiere per portarsi le bevande

preferite in giro sempre con sé. Inoltre forniamo per i più piccoli cucinotto e biberoneria a disposizione 24 ore su 24. E tutto, naturalmente, dev’essere tenuto nella massima igiene e in perfetta efficienza: chi affiderebbe il proprio bimbo a una struttura sporca?”. Fra l’altro stiamo parlando di strutture complesse, che comprendono, giusto a titolo d’esempio, anche aree giochi, acquascivoli e piscine. Si può ben capire, insomma, che la gestione dell’igiene e della manutenzione sia affare tutt’altro che semplice.

Una vacanza a misura di bimbo

I servizi per le famiglie, naturalmente, non si esauriscono certo qui: “C’è la consulenza pediatrica completamente gratuita in hotel in orari prestabiliti (dal lunedì al venerdì), le Nanny Scho-

28
GSA
OTTOBRE
2017



ol con tate per i piccolissimi, lavatrice e asciugatrice per il lavaggio degli indumenti dei bimbi, tutte le formule di club (anche multimediali) per bimbi a seconda delle fasce d'età, playground e "parking" per permettere ai genitori di godersi attimi di... relax durante pranzi e cene. E ancora trenini, family boat... Mentre i più piccoli possono vivere la loro vacanza a misura di bimbo, mamme e papà possono rilassarsi usufruendo gratuitamente di un ombrellone e due lettini, piscina, zona fitness, piccolo acquascivolo, open bar (soft drink alla spina a volontà), campi da beach-mini volley, basket, calcetto e bocce, vastissima zona per tornei, mini e junior club, animazione, nursery, angolo lettura, internet wi-fi, zona spiaggia esclusiva con ombrellone e lettini insieme agli amici a 4 zampe. Già, perché qui anche gli animali, i pets che piacciono tanto ai più piccoli, sono i benvenuti. E anche in questo caso l'animazione, la cucina, la cura di tutti i momenti della giornata tutto, ma proprio tutto, è studiato e pensato per il loro divertimento e per la serenità di mamma e papà. I bambini sono ospiti d'eccellenza ed è per questo che ogni nostro pensiero, azione o novità nasce dalla risposta ad una domanda che è sempre la stessa "ma ai nostri bimbi piacerà?".

Tutto questo paga eccome!

Beh, a questa domanda la risposta è sì! E la seconda domanda, parlando all'albergatore, è questi scontata: ma alla fine tutto questo paga? Qui si parla di grandi investimenti, di un impegno costante, di una cura maniacale unita all'amore e alla passione, tipicamente romagnoli, per quello che si fa. "Certo! Siamo sempre pieni, con un tempo medio di permanenza di una settimana. L'estate appena passata è stata un successo, e oltretutto abbiamo ricevuto anche importanti riconoscimenti che ci hanno proiettato fra i primi hotel per famiglie in Italia. Non male, ma noi guardiamo sempre avanti: per noi l'estate 2018 è

iniziata il 1° maggio del 2017!" Chi si rinnova e sta al passo coi tempi (facendolo bene) alla fine ha solo da guadagnarci. Ancora una curiosità: si tratta di un modello esportabile? "Eheh, bella domanda! Alcuni mi dicono che dovrei fare un franchising, ma io sono re-

stio. Questo tipo di servizio, per essere mantenuto a un tale livello, dev'essere curato personalmente da chi è in grado di farlo. Per cui direi: esportabile sì, ma con cautela, perché è necessaria la massima professionalità".

Il cleaning pensato per chi lavora.

REVOLUTION

Sorma

/ Macchine e prodotti per il cleaning / Competenza ed esperienza sul campo / Formazione degli operatori

20136 Milano / Via Gian Galeazzo 2 / +39 02 87366140 / info@sormaeurope.it www.sormaeurope.it

innovazione in hotel, *chi si ferma è perduto*

di Giuseppe Fusto

Torniamo a ragionare sulle tendenze del futuro in ambito alberghiero con Hospitality Future Trends, il futuro dell'ospitalità in un workshop gratuito organizzato da Teamwork che in questi giorni si chiude con le ultime tappe nel Nord Italia. Il settore è ancora da svecchiare ma c'è tanta fame di vera innovazione, e di eventi formativi di qualità.

30
GSA
OTTOBRE
2017



Fermarsi? Impossibile. Un principio che ormai vale per quasi tutto, ma a maggior ragione per il mondo dell'ospitalità. Cambiano le abitudini, gli stili di vita, ma a monte cambiano le persone, e i viaggiatori di oggi non sono più come quelli di appena cinque, dieci, quindici anni fa.

Il "modello Tru"

E allora? E allora fermarsi è impensabile, appunto. Prendiamo un caso recente, con l'aiuto di **Mauro Santinato**, numero uno di Teamwork, dinamica società di consulenza e formazione per il settore alberghiero: "Il gruppo Hilton ha recentemente annunciato la prossima apertura di 170, e dico 170, alberghi, del brand Tru, un nuovo modo di fare hotel. Fresco, giovane, colorato e confortevole, aperto al contesto e curato nel minimo dettaglio senza essere pesante e impegnativo: un brand per la "Z generation", che sta già riscuotendo un grande interesse. E allora il mio ragionamento è: con un mondo che si muove così intorno a noi, chi non si sveglia è perduto!" La concor-

renza è spietata, e quando si muovono i grandi gruppi sono in grado di dettare anche i trend. Ignorare tutto ciò può rivelarsi deleterio.

In Italia? Un settore ancora troppo arroccato

E in Italia come siamo messi? "C'è chi lo sta capendo, e si muove già molto bene, e purtroppo uno zoccolo duro che fa ancora tanta resistenza. Parlo soprattutto dei "vecchi" albergatori (una categoria non necessariamente anagrafica), ancora arroccati su un'idea di ospitalità decisamente superata".

Quante cose sono cambiate...

E dire che le occasioni per informarsi – e formarsi – sulle nuove tendenze dell'ospitalità non mancano di certo. Teamwork ne sa qualcosa, visto che da quasi 20 anni affianca gli albergatori e li guida nel cambiamento: "Teamwork è nata nel 1998: Pantani vinceva il Giro d'Italia, il cellulare era an-

cora un lusso per pochi, internet un di più (Google sarebbe nato di lì a pochi mesi) e una notte in albergo costava 25.000 lire. Insomma, un millennio fa. Gli albergatori non sapevano che quelli erano i loro ultimi anni facili, ricorda Santinato. Che prosegue: "Il bello stava iniziando allora, perché di lì a poco il mondo dell'ospitalità si sarebbe fatto molto più complicato e stimolante: il tempo dell'albergatore autodidatta finiva e iniziava l'epoca dell'imprenditore dell'industria ospitale".

Hospitality Future Trends

A proposito: proprio in questi giorni, dopo Roma, Firenze, Milano e Torino, si stanno svolgendo le ultime tappe (Desenzano del Garda, 19 ottobre; Mestre, 26 ottobre; Verona 23 novembre) del roadshow itinerante Hospitality Future Trends, ideato dallo stesso Santinato, e organizzato da Teamwork, proprio per fotografare un mondo in continuo cambiamento, dove nessun albergatore può permettersi di restare

indietro, nell'ottica di migliorare l'offerta, il prodotto ed essere all'avanguardia in un settore che si rinnova ogni giorno e in linea con le esigenze sempre diverse di vecchi e nuovi ospiti.

Tante domande, gli esperti rispondono

“Quali fattori influenzeranno maggiormente il settore? Quali trend avranno maggior impatto? Come cambieranno gli ospiti? Cosa si aspetteranno di trovare in hotel? Quali servizi dovranno offrire i ristoranti? A partire da queste domande, abbiamo voluto offrire un'occasione per scambiare informazioni e condividere esperienze con i colleghi, i consulenti e gli esperti delle aziende partner per esplorare nuove sinergie e collaborazioni, accrescere contatti commerciali e relazioni. Siamo molto soddisfatti della partecipazione e dei feedback ricevuti nel corso delle prime date e siamo pronti a ripartire con tante nuove idee e nuovi spunti, frutto della nostra esperienza e dei nostri numerosi viaggi”. Hospitality Future Trends vede numerosi interventi di esperti e consulenti che avranno il compito di descrivere e illustrare i cambiamenti del futuro e il nuovo mercato dell'ospitalità, le sue aspettative e le sue esigenze.

Grande successo per l'Hospitality day dell'11 ottobre

Ma non è l'unico appuntamento formativo organizzato da Teamwork: sta riscuotendo un successo sempre crescente anche l'Hospitality Day, che quest'anno si è svolto l'11 ottobre al Palacongressi di Rimini. Nato nel 2014, è diventato un punto di riferimento per tutti gli operatori dell'ospitalità che vogliono migliorare la qualità e la redditività del proprio lavoro. L'iscrizione è gratuita e, visto il programma e il livello dei 120 relatori, si tratta di un'occasione da non mancare. “Quest'anno ci siamo superati, con argomenti di grande attualità, relatori

di altissimo livello e occasioni formative sulle nuove tendenze in atto e su tutti gli aspetti importanti in albergo: le nuove competenze del management, cosa sta cambiando nell'online, le nuove tecnologie, i big data, la progettazione e, non ultime, l'igiene

e la pulizia delle strutture ricettive. A questo proposito è intervenuto il simpatico **Antonello Colonna**, lo chef di Hotel da Incubo Italia, che ci ha divertito con i racconti delle sue peggiori esperienze”.

DA AMUCHINA PROFESSIONAL IL PULITO IMBATTIBILE



LAVAPAVIMENTI NEUTRO PROFUMATO



Senza EDTA e Fosfati
Azione Brillatante
Non lascia residui

Idoneo a tutte le superfici

Rimuove efficacemente lo sporco senza intaccare le superfici

Profumazione gradevole

Alta resa anche a diluizioni molto basse



Amuchina s.r.l.
Gruppo Angelini
Customer Service:
tel. 071.809809
www.amuchina.it

parity rate, maggiore competitività per gli alberghi italiani

di Simone Finotti

E' finalmente diventato legge il ddl Concorrenza, che abroga la clausola della "parity rate": una buona notizia per gli hotel, ma ora sta ai gestori il compito, non sempre semplice, di sfruttare l'occasione. Prima di tutto aumentando la propria visibilità sul web, senza dimenticare le qualità umane e la corretta manutenzione delle strutture, che dovranno essere sempre comode, efficienti e... pulite.



32
GSA
OTTOBRE
2017

Dal ddl Concorrenza, finalmente approvato e diventato legge (124/17) a inizio agosto dopo due anni di tira e molla, arrivano buone notizie per tutti gli alberghi, ma addirittura ottime per quelli che sapranno sfruttare appieno le potenzialità digitali. Parliamo dell'applaudita abrogazione della discussa "parity rate". Già morta e sepolta nei fatti, anche se mancava il suggello di legge: una norma che, guarda caso, è già stata ribattezzata booking dagli addetti ai lavori.

La dorata gabbia dei prezzi migliori

D'ora in avanti, dunque, anche gli alberghi italiani avranno il pieno diritto di offrire la loro tariffa in modo svincolato dai portali di booking online, che fino a ieri di fatto ingessavano il mercato costringendo i consumatori nella dorata gabbia dei prezzi migliori del mercato. La parity rate, infatti, è (o meglio era) una clausola inserita nei contratti che le agenzie turistiche online (Olta) e i portali di prenotazione alberghiera siglano con gli hotel e

che vieta agli alberghi di pubblicizzare prezzi inferiori a quelli esposti sui grandi portali.

La denuncia di Federalberghi

Una clausola che Federalberghi aveva da sempre bollato come vessatoria, in quanto capace di bloccare la concorrenza impedendo inoltre agli ospiti di ottenere prezzi più vantaggiosi. Ora però tale clausola non c'è più, spazzata via da un colpo di legge come già era avvenuto altrove in Europa, Francia e Germania e Austria in primis (ma degli stessi temi si discute anche altrove, come in Svezia e in Svizzera). La novità arriva dal comma 166 della Legge sulla Concorrenza 124/17, che prevede che "è nullo ogni patto con il quale l'impresa turistico-ricettiva si obbliga a non praticare alla clientela finale, con qualsiasi modalità e qualsiasi strumento, prezzi, termini e ogni altra condizione che siano migliorativi rispetto a quelli praticati dalla stessa impresa per il tramite di soggetti ter-

zi, indipendentemente dalla legge regolatrice del contratto".

Albergatori soddisfatti: "I clienti ci guadagneranno"

Inutile sottolineare la soddisfazione degli albergatori, che hanno subito iniziato a far festa. Per Federalberghi, che ha visto premiata la propria iniziativa di porre un freno alla clausola anticoncorrenziale, la decisione è ispirata dal buon senso e "stabilisce un nuovo e più corretto equilibrio nel rapporto tra le imprese ricettive e le multinazionali dell'intermediazione, completando il percorso che l'Antitrust aveva iniziato, e ristabilendo parità di condizioni tra il sistema turistico italiano e quello di importanti paesi concorrenti". Sempre secondo la Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo, i primi a beneficiare della novità saranno proprio i clienti. Forse, infatti, non tutti sanno che quando un portale promette un miglior prezzo, l'altra faccia della medaglia è che

In breve

Cos'è la parity rate?

La parity rate è una clausola prevista in molti contratti con i portali più famosi, che in sostanza vieta all'albergatore di praticare prezzi più bassi di quelli comunicati al portale. Con l'approvazione definitiva della norma, questa clausola sarà nulla, anche se espressamente approvata e sottoscritta.

Cosa cambia per gli albergatori?

Gli albergatori e titolari di attività ricettive avranno piena libertà di praticare tariffe più basse a chi prenota direttamente. In questo caso potranno usare la dicitura "miglior tariffa garantita", e potranno invitare gli utenti a prenotare direttamente offrendo uno sconto su qualsiasi tariffa trovata online su booking o altri portali.

ha di fatto impedito al sito online dell'hotel di praticarne uno ancora più vantaggioso. Un concetto che Federalberghi tiene a rimarcare a chiare lettere.

Ora la palla passa ai gestori

Il sito internet, appunto. E qui iniziano i però che, in parte, potrebbero rovinare l'euforia del momento. Infatti, ora che la norma c'è, la palla passa proprio agli albergatori e ai gestori delle strutture ricettive. I quali, evidentemente, dovranno saper cogliere l'occasione. Nello specifico, la battaglia si sposta ora sul fronte della visibilità, che i portali di prenotazioni online, Booking ed Expedia su tutti, hanno costruito negli anni grazie a un servizio rapido, affidabile, facile da usare e di comprovata qualità. Non sarà certo semplice, nemmeno per i portali alberghieri più evoluti, scalfare tale primato.

Posizionarsi sui motori di ricerca

La prima regola, quindi, è quella di essere reattivi e preparati per sfruttare le potenzialità dei motori di ricerca. Il posizionamento, infatti, è tutto: che senso ha offrire un prezzo migliore se poi il mio sito compare in seconda, terza o quarta pagina? Evidentemente ben poco. Il sito, inoltre, dev'essere usabile almeno quanto quelli dei por-

tali più blasonati: se le pagine non si caricano e per fare una prenotazione devo perderci metà pomeriggio, idem come sopra. Altro punto: la velocità e tempestività sia nel "booking engine", cioè nel sistema di prenotazioni, sia nella gestione delle mail e delle comunicazioni in digitale.

Ma non dimentichiamo le qualità di un buon albergatore (e la pulizia...)

Chiedono il cerchio le qualità di sempre, perché alla base della buona ospitalità c'è prima di tutto, non bisogna scordarlo mai, un rapporto umano e a volte personale: la capacità di fare una buona impressione sull'ospite e di guadagnarsi la sua fiducia sono dunque, e restano, indispensabili. In una parola, una volta che si è raggiunto il cliente, o meglio, che si è fatto in modo che egli ci raggiunga, occorre avere la capacità di fidelizzarlo. E ci permettiamo di sottolineare che, a questo proposito, uno dei primi indicatori – secondo tutte le statistiche – è quello relativo alla pulizia degli ambienti: il tam tam è impetuoso, e ci sono sempre ospiti pronti a rigirare il dito nella piaga. E in un albergo sporco e fatiscente non si torna.

C'È SEMPRE UNA ROSSA FATTA APPOSTA PER TE.



NEW

BYTE II, PER ESEMPIO!
LA NUOVA LAVAPAVIMENTI COMPATTA.

Agilità, manovrabilità e perfezione di asciugatura nella nuova lavapavimenti uomo a terra. Disponibile con le funzioni GO GREEN e AQUA SAVER per incrementare l'autonomia di lavoro a ridotto impatto ambientale.



condotti aeraulici, *sottovalutarli è un rischio*

di Giuseppe Fusto

Presenti ormai praticamente in tutti gli alberghi, i sistemi aeraulici sono un must ma anche un bel rischio se non si effettua una buona manutenzione. Perciò è fondamentale seguire le indicazioni dei professionisti di AIISA, Associazione Italiana Igienisti Sistemi Aeraulici, che ha pubblicato un protocollo operativo sulla sanificazione e ispezione dei sistemi aeraulici.



34
GSA
OTTOBRE
2017

Senza scomodare l'ormai arcinota legionella, che fu riconosciuta proprio in un hotel, a Philadelphia, oltre 40 anni fa, non è un mistero che gli impianti per il trattamento dell'aria, qualora vengano mantenuti male o superficialmente (se non addirittura mai) possono essere responsabili di molti malesseri, dal semplice raffreddore a forme asmatiche anche severe, che colpiscono i clienti degli hotel.

Importante seguire i professionisti

Ecco perché è importante attenersi a ciò che suggeriscono i professionisti: nel caso dei sistemi aeraulici il riferimento numero uno è AIISA, l'Associazione Italiana Igienisti Sistemi Aeraulici che, tra le sue pubblicazioni, annovera un Protocollo Operativo dedicato proprio all'ispezione e alla sanificazione degli impianti: uno strumento di riferimento in grado di definire le corrette modalità operative da attuare per ridurre o eliminare i rischi derivati dall'inquinamento dell'aria indoor. Vengono analizzate

una ad una le diverse fasi operative dell'intervento di bonifica: sopralluogo, ispezione visiva e tecnica, relazione tecnica di ispezione, progetto di bonifica, bonifica, relazione tecnica di bonifica, piano di controllo con ispezione tecnica di sorveglianza periodica. Lo strumento è molto utile anche per le committenze (in questo caso gli hotel), perché è importantissimo conoscere da vicino di cosa si sta parlando, e verificare se tutte le fasi dell'intervento vengono eseguite a regola d'arte.

Prima cosa: conoscere la struttura

Dobbiamo anche dire, infatti, che spesso accade, soprattutto nelle strutture di vecchia data, che nemmeno l'albergatore stesso conosce alla perfezione la disposizione, le dimensioni, i percorsi e gli ingombri presenti all'interno delle condotte. Per questo il sopralluogo tecnico è imprescindibile nell'organizzazione di qualsiasi intervento, sia nel caso di analisi preliminari, sia nel caso di bonifica degli impianti. Il sopralluogo deve essere eseguito, ove possibile, alla presen-

za del responsabile della manutenzione e del referente della committenza. Queste le fasi fondamentali: valutazione delle problematiche igieniche ed epidemiologiche legate alla struttura; censimento degli impianti presenti e degli apparati che li compongono; consultazione e verifica di tutta la documentazione inerente gli impianti presenti.

Valutazione e ispezione tecnica

In fase di valutazione è necessario valutare alcuni aspetti prima di altri: ad esempio il posizionamento delle prese dell'aria esterna rispetto a possibili fonti di inquinamento ed al piano di calpestio, la presenza di ricircolo di aria ambiente, il tipo di umidificazione installata, ecc. Anche la presenza di muffe all'interno delle condotte o delle UTA è un dato fondamentale da non sottovalutare in fase di sopralluogo. Non bisogna sottovalutare nemmeno la fase di ispezione tecnica, senza la quale non è possibile creare un progetto di bonifica attendibile. Le operazioni da effettuare sono: video-ispezione; prelievi microbiologici di superficie; prelievi microbio-



logici dell'aria immessa; prelievi microbiologici dell'acqua; prelievi fisici o particellari; ispezione funzionale degli impianti; documentazione di progetto degli impianti. A seguire, poi, ci sono la relazione tecnica e il progetto di bonifica, un documento in cui la committenza viene informata delle operazioni che verranno eseguite e della loro scansione temporale. La disinfezione dell'impianto può essere svolta soltanto dopo l'avvenuta pulizia meccanica dell'intero sistema. Le operazioni di bonifica devono sempre essere effettuate ad impianto spento e, naturalmente, con tutte le precauzioni di sicurezza previste dalle normative.

La superfici vanno pulite bene

Entriamo ora nel dettaglio della pulizia delle superfici. Essa viene inizialmente svolta mediante aspirazione per contatto con un aspiratore dotato di filtro Hepa. Una volta rimosso tutto il particolato si procede al lavaggio delle superfici. I prodotti utilizzati non devono rilasciare sostanze nocive all'interno del flusso dell'aria e non devono intaccare le superfici trattate.

Si consiglia a tal fine di utilizzare prodotti specifici per impianti di condizionamento. Il lavaggio, ove possibile, può essere effettuato in pressione utilizzando il getto di una idropulitrice. In base alla tipologia di sporco presente, la pulizia delle batterie di scambio termico può essere effettuata seguendo la modalità "a secco" o "a umido", quest'ultima solamente quando la pulizia a secco non abbia dato risultati soddisfacenti. La disinfezione delle superfici e degli apparati deve essere eseguita con l'utilizzo di prodotti registrati come pmc. Senza dimenticare il piano di controllo e di monitoraggio: a questo proposito il consiglio di AIISA è di effettuare quattro ispezioni tecniche a sei mesi di distanza l'una dall'altra per creare una raccolta di dati storici che serviranno a determinare la corretta valutazione della periodicità e della regolarità delle ispezioni.

[Le foto dell'articolo sono state gentilmente concesse da Alisea s.r.l.]

**CLEAN
STEAM
GREEN**

VAPORE: È UN ELEMENTO POTENTE
E NOI SAPPIAMO RENDERLO **PERFETTO.**

La combinazione tra elevata temperatura e la nostra tecnologia lo rende il più **efficiente, efficace, ecologico ed economico** prodotto per la pulizia industriale e non. Permettendoti di pulire e sanificare ogni tipo di ambiente e superficie **rispettando le tue esigenze produttive e anche quelle della natura.** Come ti dicevamo un prodotto **PERFETTO.**



STI Srl

Via Rosi, 3 - 36030 Fara Vicentino (VI) Italy
Tel: +39 0445.851420 - Fax: +39 0445.851022
info@stindustry.it - www.stindustry.it

un progetto virtuoso che fa bene al turismo

di Carlo Ortega

Il 2017 è stato dichiarato dall'Onu "anno del Turismo sostenibile". Ma sostenibilità, oltre a riduzione degli sprechi e delle emissioni, significa anche gestione consapevole dei rifiuti, specie quando le città si riempiono di turisti. E qui entra in scena il progetto "Urban-Waste", che coinvolge Firenze e altre 10 mete turistiche in tutta Europa. Vediamo di cosa si tratta.

malvolentieri e difficilmente si decide di tornare. Con buona pace di quella che, in molte zone del mondo (e l'Italia è tra queste), è ormai diventata l'industria del terzo millennio.

Il progetto "Urban-Waste", nell'anno Onu del Turismo sostenibile

Questo il problema. E la soluzione? Una proposta, proprio nell'anno del "Turismo sostenibile (come l'Onu ha dichiarato questo 2017) arriva dal progetto Urban-Waste (www.urban-waste.eu), finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Horizon 2020, e nato per affrontare proprio il tema dei rifiuti nelle città turistiche con l'obiettivo finale di supportare i decisori politici nella definizione di strategie efficaci ed innovative di gestione dei rifiuti, mirate a ridurre la produzione e migliorarne la gestione.

Le città coinvolte, dalla Danimarca alla Grecia

Il progetto, presentato a giugno a Firenze (tra i partner c'è proprio la Re-

gione Toscana, perla del turismo con mete mozzafiato apprezzate in tutto il mondo per il loro valore naturalistico, storico e artistico), coinvolge 11 città pilota europee: oltre a Firenze (IT), troviamo nell'elenco Nizza (FR), Lisbona (PT), Siracusa (IT), Copenhagen (DK), Kavala (GR), Santander (ES), Nicosia (CY), Ponte Delgada (PT), Dubrovnik – Neretva (HR), Tenerife (ES).

Un caso esemplare: la Toscana

Il caso della Toscana è esemplare, e ben sintetizza le dinamiche del progetto, anche perché è una meta ambita dai turisti: arrivano nella nostra regione 90 milioni di turisti l'anno, un flusso che vede Firenze tra le città più visitate con un totale di 3,583 milioni di arrivi e 9,169 milioni di presenze nel 2015, secondo quanto riportato da IRPET con riferimento ai dati 2015.

L'asse operativa, fra enti locali e realtà associative

Ma entriamo ora più nel dettaglio dell'iniziativa: alla base di tutto c'è un'asse operativa, il cui perno è rappresentato da una comunità di pratica, a cui hanno già aderito il Comune di Firenze, la Città Metropolitana di Firenze, i 4 Comuni del Chianti fiorentino, Alia Spa, Cispel, Ato Toscana Centro, il Dipartimento di Ingegneria industriale-Unifi, Confindustria, Confeferenti, Assohotel, Federagit, Fiepet, Federalberghi, Turismo senza barriere, Legambiente, A.R.R.R., Camera di Commercio – Albo gestori ambientali, Firenze Marathon. Tale "comunità" si configura come un ambiente "di pratica", cioè un luogo spontaneo e volon-

Mantenere belle e pulite le città turistiche durante l'alta stagione non è affar semplice. Il perché lo si capisce molto in fretta, se si calcola che, in coincidenza dei picchi stagionali, o dei giorni di maggiore afflusso, le principali mete turistiche italiane ed europee vedano aumentare la propria popolazione da 2 a ben 10 volte, con un impatto enorme sulla produzione di rifiuti e sull'organizzazione del loro smaltimento. D'altra parte siamo di fronte al classico gatto che si morde la coda, perché in città sporche si soggiorna



tario di partecipazione che coinvolge cittadini ed attori locali che operano nel settore della gestione dei rifiuti, del turismo e dell'associazionismo locale.

Alcune proposte avanzate

Tra le proposte già avanzate troviamo azioni di riduzione dello spreco alimentare, come il coinvolgimento di ristoranti e alberghi con servizi di ristorazione nella realizzazione di azioni specifiche (es. doggy bag, prezzi maggiorati per avanzi da servizi a buffet) da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; introduzione di un marchio per la prevenzione e corretta gestione dei rifiuti; coinvolgimento di strutture ricettive, pubblici esercizi e esercizi commerciali nella realizzazione di buone pratiche di prevenzione e gestione dei rifiuti, con attribuzione di specifico marchio da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; promozione del consumo di acqua di rete: pubblicizzazione dei fontanelli di

acqua di rete, costituzione di una rete di bar che offrono gratuitamente il servizio di "riempimento borracce" con acqua di rete da promuovere attraverso la campagna di comunicazione del progetto; campagne di comunicazione mirate ad affrontare alcune criticità specifiche (es. informazione delle maestranze di esercizi commerciali e pubblici esercizi sulla corretta raccolta dei rifiuti, sensibilizzazione di affittacamere e così via).

E c'è anche una "app"

Poteva mancare una app dedicata? Certo che no: e infatti, visto che le varie attività sul territorio potrebbero confondere le idee ai turisti itineranti, proprio per il progetto è stata pensata e creata una "app" appositamente sviluppata, facile e intuitiva, attraverso la quale i fruitori possono raccogliere, in modo totalmente gratuito, tutte le info necessarie sulla modalità di raccolta dei rifiuti nel territorio che li accoglie, sulla localizzazione dei contenitori per



la raccolta oppure sulle altre azioni di progetto (ad esempio la localizzazione dei fontanelli di distribuzione dell'acqua). Al centro c'è il concetto di "gamification": i turisti che realizzano alcune azioni virtuose sulla prevenzione e corretta raccolta dei rifiuti ottengono dei punti che corrispondono a premi, ad esempio biglietti gratuiti su mezzi pubblici o di ingresso a musei, gadget, sconti in bar, ristoranti o strutture ricettive. Gli operatori del settore turismo (hotel, bar, ristoranti, b&b, musei ed altri interessati ad offrire premi) vengono pubblicizzati attraverso l'applicazione.

ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION

DA OGGI ALPHA CON CERTIFICAZIONE

EPD®

L'ultimo traguardo
green di Filmop!



FILMOP
INTERNATIONAL



Sfoggia la
nostra

**Green Company
Profile!**



Cod. MA2606701U000

Visita filmop.com

ristorazione, afidampcom a host per... guidarci nell'igiene

di Simone Finotti

A HostMilano, il 23 e 24 ottobre, AfidampCom presenterà la nuova guida "La pulizia nella ristorazione", che affronta nel dettaglio problematiche e prassi operative in tutti gli ambienti e superfici degli ambiti ristorativi. Il manuale, che rientra nella collana delle guide tecniche di AfidampCom, affronta un argomento ancora non trattato in maniera organica. L'impegno dei "Com" nell'Horeca prosegue anche grazie alla collaborazione con APCI – Associazione Cuochi Professionisti Italiani.

AfidampCom consolida il proprio impegno nel settore dell'Horeca, uno dei più interessanti e appetibili per i dealer del settore della pulizia professionale che stanno sviluppando una parte sempre più importante del proprio business nel comparto alberghiero, della ristorazione e del catering. Un impegno che passa, e non poteva essere altrimenti, anche per HostMilano (Rho Fieramilano 20-24 ottobre), dove i dealer della pulizia professionale associati ad AfidampCom

saranno presenti con uno stand istituzionale, per fornire assistenza e un punto di riferimento ai sempre più numerosi associati presenti in fiera, ma soprattutto con la nuova guida "La pulizia nella ristorazione" che va ad arricchire la già corposa collana delle guide tecniche AfidampCom.

Il 23 e 24 ottobre, a Host...

Un'ottantina di pagine in una veste sobria ed elegante per sviscerare un argomento tanto importante quanto ancora non esaustivamente trattato sul versante della pulizia professionale. "E' vero – dice **Stefania Verrienti**, Segretario generale AfidampCom. Si tratta di un argomento che non era presente nemmeno nel Vademecum. E' un manuale tecnico come quelli già editati da AfidampCom. La pubblicazione, fatta completamente ex novo, è stata realizzata con grande impegno da un gruppo composto da distributori. L'impostazione della guida ha avuto l'avallo iniziale dei cuochi professionisti dell'associazione APCI – Associazione Cuochi Professionisti Italiani, con cui abbiamo stretto una collaborazione, e la presenteremo proprio nel loro stand a Host in

uno spazio dedicato nell'ambito del progetto "Obiettivo apprendistato", promosso proprio da APCI." Ma andiamo con ordine, e iniziamo dalla Guida.

Struttura e contenuti della Guida

Anche se al momento in cui scriviamo manca ancora un po' di tempo alla presentazione, si può già anticipare qualcosa su struttura e contenuti. Apre il manuale una parte introduttiva di tipo discorsivo, poi però l'impostazione della guida è molto tecnica, per temi, ambienti e schede. Ad esempio, se mi serve approfondire la pulizia della cappa o del piano cottura, ci sono schede apposite da consultare per approfondire le varie modalità operative. Insomma, come negli altri casi, anche qui si tratta di un manuale per professionisti, in questo caso operatori che ogni giorno, sul campo, si trovano ad avere a che fare con problemi igienici legati alle superfici a contatto con alimenti. Si tratta di un prezioso strumento di sintesi che aiuta ad orientarsi tra le migliori soluzioni per la pulizia e la sanificazione in un'ottica di semplificazione delle operazioni, riduzione di tempi e costi, rispetto dell'uomo e dell'ambiente. Attraverso schede semplici ed intuitive, il libro spiega passo per passo le procedure da seguire, mettendo in guardia dagli errori più comuni attraverso un linguaggio semplice e immediato. Una pratica guida all'igiene adatta a chi "parte da zero", ma validissima anche per i più esperti e adatta anche come materiale didattico per gli studenti degli istituti alberghieri".





Obiettivo apprendistato: c'è anche AfidampCom!

Non è un caso, dicevamo, che AfidampCom si rivolga al mondo della formazione: "E' da lì, come abbiamo già detto nell'ultima edizione di Bit, che deve partire la cultura dell'igiene in cucina: teniamo anche presente che, molto spesso, i cuochi sono anche proprietari di ristoranti (i dati APCI parlano del 40% dei loro associati), o comunque hanno un peso importante nello scegliere i prodotti, anche di igiene, che entrano in cucina". Per questo AfidampCom ha scelto il progetto Obiettivo Apprendistato per presentare la Guida e mettere l'accento, come faremo il 23 e il 24, sull'importanza centrale dell'igiene in cucina. Nello specifico, si tratta di un innovativo programma di formazione promosso da APCI - Associazione Professionale Cuochi Italiani, con la collaborazione di AMPI - Accademia Maestri Pasticcieri Italiani, FIPE - Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Le Soste, JRE - Jeunes Restaurateurs d'Europe, Expo Women Global Forum, e con il patrocinio del Ministero della Politiche Agricole Alimentari e Forestali. Il programma si pone l'obiettivo di facilitare agli aspiranti chef e maestri di domani, ragazze e ragazzi che frequentano

gli istituti alberghieri, un ingresso più qualificato nel mondo del lavoro attraverso un percorso professionalizzante che ha coinvolto 100 istituti selezionati tra i migliori in tutta Italia e che è giunto alla sua fase conclusiva in cui gli studenti, vincitori delle selezioni avvenute al BIT, si sfideranno e verrà proclamato il vincitore.. Ed è bello pensare che fra le competenze necessarie, in futuro, possano esserci anche quelle igieniche...

Aspettando l'indagine AfidampFed-Cerved


Anche perché, come sottolinea Verrienti, l'Horeca è un settore sempre più importante per i rivenditori associati, e per il comparto in generale. E qui diamo un'anticipazione molto ghiotta, che non mancheremo di riprendere a breve: "Come AfidampFed abbiamo da poco commissionato a Cerved un'indagine proprio sul settore Horeca, che sempre più consideriamo un target importante e strategico. Crediamo che verranno fuori risultati molto interessanti, che rappresenteranno uno sprone e uno spunto di riflessione per tutti coloro che vorranno approcciare questo settore... ma di più, per il momento, proprio non si può dire". Appuntamento, dunque, a Host Milano!

Dual Clean

Dosaggio perfetto a portata di mano!

INNOVATIVO,
INTELLIGENTE,
CONVENIENTE!



- ✓ **Risparmio in denaro:** fino al 50%
- ✓ **Diluzione integrata precisa:** senza sprechi e senza errori
- ✓ **Igiene:** il flacone sigillato impedisce le contaminazioni 
- ✓ **Super-concentrato:** risparmio di spazio di stoccaggio
- ✓ **Sicurezza per l'utilizzatore:** non eroga prodotto senza il flacone d'acqua inserito o se il flacone d'acqua è vuoto
- ✓ **Comodo e pratico:** il flacone si inserisce senza avvitare

1 Dual Clean super-concentrato 330 ml vale ca. 7 flaconi 750 ml pronto uso



HYGAN
ENJOY VALUE
Since 1963

A company from
südtirol

HYGAN GmbH - Srl
A. Meucci Str. 5 - Via A. Meucci, 5 - I - 39055 Leifers/Laives (BZ)
Tel +39 0471 954 558 - Fax +39 0471 953 882
www.hygan.eu - info@hygan.eu

e fanno 40! torna host, il lungo weekend dell'hospitality

Tutto pronto per HostMilano, il salone di riferimento dell'ospitalità professionale in calendario a Rho Fieramilano dal 20 al 24 ottobre. L'edizione numero 40 riserva grosse sorprese e novità, e supera i numeri del 2015. Quaranta edizioni, e scusate se son poche. Tante sono le candeline che verranno accese sulla torta di HostMilano, il salone di riferimento B2B nel comparto dell'Horeca.

40
GSA
OTTOBRE
2017

Un weekend lungo tutto da scoprire

L'appuntamento è a Rho Fieramilano con quello che negli anni si è confermato come il vero e proprio marketplace privilegiato del business internazionale e di qualità. Non una semplice vetrina espositiva, ma una mostra tecnica e professionale, oltre che un luogo di incontro esclusivo tra aziende produttrici leader di mercato e buyer top spender da tutto il mondo. A Host si va per molteplici ragioni, tutte validissime: lanciare nuovi prodotti, presentare soluzioni innovative, scoprire le ultime tendenze, confrontarsi con la concorrenza, diffondere cultura di settore, partecipare a eventi specializzati e soprattutto stringere accordi e fare affari con interlocutori di altissimo livello.

Le macroaree dell'ospitalità professionale

E mentre si confermano le macroaree di riferimento, gli ultimi dati diramati parlano di un successo rispetto alla

dalla redazione

passata edizione: 2.010 espositori, da oltre 47 Paesi di tutti i continenti hanno confermato la propria presenza, di cui circa il 60% italiane e il 40% estere, con un incremento del 18% rispetto all'edizione precedente +37% aziende estere. In Host espongono le migliori aziende che producono macchine, attrezzature, forniture e semilavorati per l'Ho.re.ca. I settori di Host sintetizzano e raccontano il mondo dell'ospitalità in un contesto organizzato per merceologie affini e sinergiche che forniscono il giusto palcoscenico a prodotti, macchine e attrezzature. La sinergia tra le diverse aree è valorizzata dal lay out espositivo, creato per rendere contigue e per integrare le filiere produttive e di servizio comuni. Niente è lasciato al caso. Riflettori quindi puntati su ogni singola azienda per garantirle la massimizzazione dell'investimento grazie ad un posizionamento ben identificabile. 150.968 gli operatori professionali, di cui 60.383 stranieri da 172 Paesi a coprire tutti i settori del food: Ristorazione professionale con Pane, Pizza e Pasta; Caffè Tea con Bar-Macchine, Caffè-Vending, Gelato Pasticceria; infine Arredo e Tavola.

Nove new entry tra i Paesi partecipanti

Il carattere sempre più internazionale di HostMilano è dimostrato anche dalle otto new entry – Bielorussia, Egitto, Liechtenstein, Nuova Zelanda, Serbia, Sud Africa, Sri Lanka, Ucraina – che per la prima volta si affacciano sul palcoscenico della manifestazione, mentre torna il Canada dopo l'edizione 2011. Se si esclude l'Italia, il continente che potrà vantare il mag-



gior numero di aziende sarà l'Europa (73,5%), mentre al vertice della top 10 delle nazioni straniere ci sono Germania, Spagna e Francia, subito seguite da Usa, Regno Unito, Svizzera, Grecia, Olanda, Portogallo, Austria. Per quanto riguarda la tipologia merceologica delle aziende, il macrosettore Ristorazione professionale e Pane Pizza Pasta 'pesa' per il 45,7%, ed è anche il più rappresentato con 729 partecipanti. Gli altri due macrosettori rispondono per: il Caffè Tea – Bar Macchine Caffè Vending – Gelato Pasticceria, al 36,5% e l'Arredo e Tavola al 17,8%.

Presenti più di 1.500 buyer da tutto il mondo

Selezionati grazie al crescente investimento sulla profilazione e alla collaborazione sempre più stretta con ITA – Italian Trade Agency: si tratta di più di 1.500 hosted buyer in arrivo da Europa (10%), Mediterraneo e Sudafrica (7%), Medio Oriente (15%), Nord America (23%), Centro e Sud America (8%), Russia (18%), Asia e Oceania (19%).

Centinaia di incontri ed eventi, oltre al business

Questa edizione, però, non è stata pensata solo per essere un'occasione di business in tutti i campi dell'Ho.Re.Ca, ma è anche un luogo dove formarsi e



informarsi. Oltre ai meeting professionali veri e propri, non mancherà infatti un elevato numero di appuntamenti, tra workshop, incontri di formazione, tavole rotonde e show-cooking. Tutti supervisionati da Host, le centinaia di eventi potranno essere seguiti liberamente dai visitatori della manifestazione, che avranno così la possibilità di essere aggiornati su tutti i temi “caldi” del momento.

Riflettori su una tradizione millenaria

EXIHS accenderà i riflettori sulla tradizione millenaria dell'ospitalità italiana, grazie al ritorno dello spazio-concept firmato dall'architetto Dante O. Benini, quest'anno realizzato in partnership con Davide Rampello: un grande cubo, che ripercorre la storia dell'accoglienza attraverso l'uso delle superfici e della materia. Accanto, una lounge con una grande parete di fondo ospiterà i prodotti base dell'agricoltura e della cucina italiana. Nella ristorazione, APCI, Associazione Professionale Cuochi Italiani, con il progetto di formazione Obiettivo Apprendistato (vedi articolo precedente), porterà in fiera i più talentuosi giovani usciti dalle scuole professionali, selezionati in un lungo percorso. Dal canto suo, lo spazio Identità Future, organizzato in collaborazione con Identi-

tà Golose, vedrà gli chef cimentarsi in avvincenti show cooking dove saranno presentate le ultime frontiere dell'haute cuisine. Ci sarà spazio anche per le finali dei campionati mondiali Cake Designers World Championship e World Trophy of Pastry, Ice Cream and Chocolate in collaborazione con FIPGC – Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria.

La grande tradizione del caffè

Inoltre, Altoga, Associazione Lombarda Torrefattori e Importatori di Caffè e Grossisti Alimentari e Fipe collaboreranno ad Host 2017 per dare vita a Caffè e..., evento interamente dedicato al mondo del caffè. Lo stesso tema sarà al centro, il 21 e 22 ottobre, del V° Gran Premio della Caffetteria Italiana organizzato da Aicaf, Accademia Italiana Maestri del caffè e, per le finali, sostenuto da Altoga con lo scopo di promuovere la professionalità e i prodotti made in Italy. Infine, si svolgerà tra formazione ed entertainment il palinsesto concepito da Mixercon Planet One; HostMilano sarà l'occasione per loro di svelare le magie della mixability con laboratori professionali e Food Show, alla scoperta di erbe naturali e piante officinali.

Al via le intese con le associazioni internazionali

All'interno di una strategia che ha visto una maggiore promozione capillare in tutto il mondo per raggiungere un

più ampio spettro di utenti, la manifestazione del prossimo ottobre ha voluto anche concentrare l'attenzione sulle aree target di questa edizione – USA, Canada e Medio Oriente – per le quali sono previste attività per attrarre i visitatori, anche tramite accordi con autorevoli associazioni internazionali. Per quanto riguarda il mercato nordamericano, in particolare, dopo aver ottenuto la prestigiosa certificazione del Commercial Service dello US Department of Commerce che autorizza la presenza ufficiale ad HostMilano del Paese, la fiera ha siglato alcune partnership con importanti realtà.

Dall'UK alla Spagna, le altre partnership attive

Quando si parla di accordi, però, HostMilano non guarda solo al Nord America, ma a tutti i mercati più interessanti. Così, l'ultima intesa in ordine di tempo è stata quella firmata con CE-DA, Catering Equipment Distributors Association, che comprende quasi 100 distributori di prodotti e servizi per la ristorazione del Regno Unito e con la spagnola AFEHC, Asociación de Fabricantes Españoles Exportadores de Equipamientos para Hostelería y Colectividades.



albergatori sempre più "green"

dalla redazione

Quasi un italiano su due (il 48%) premia le strutture ricettive che adottano politiche di rispetto e responsabilità verso l'ambiente. Così le scelte verdi diventano opzioni strategiche, soprattutto per chi si rivolge alle fasce più giovani.



42
GSA
FEBBRAIO
2017

Le strutture e le località turistiche del Terzo millennio? Friendly, pulite, tecnologiche ma prima di tutto "green". Così le preferiscono moltissimi italiani, visto che il 48% di loro ha esplicitamente dichiarato di premiare l'attenzione al consumo di risorse, l'utilizzo di fonti rinnovabili, la disponibilità di alimentazione biologica e a km zero e di forme di mobilità condivisa.

Albergatori sempre più green

I numeri vengono da uno studio promosso da Espresso Communication per ConLegno, condotto mediante metodologia WOA (Web Opinion Analysis) su circa 1200 persone tra i 18 e i 65 anni, attraverso un monitoraggio sui principali social network, blog, forum e community, oltre al coinvolgimento di un panel di 15 docenti universitari, per indagare quale sia il rapporto degli italia-

ni con le vacanze ecosostenibili. Tutto ciò mentre albergatori e imprenditori diventano più green, intraprendendo azioni a impatto zero che riscontrano interesse principalmente tra i giovani (58%), provenienti dalle grandi città come Milano (57%) e Roma (52%).

Quali sono le motivazioni?

Fra le motivazioni che spingono i turisti a preferire vacanze ecosostenibili troviamo al primo posto una maggiore consapevolezza del proprio impatto sull'ambiente (62%), seguita dal desiderio di conoscere le tradizioni culturali ed enogastronomiche locali (53%),

dalla volontà di entrare in contatto con la natura (52%) e dedicarsi al benessere psico-fisico personale praticando attività sportive (48%). Infine, contribuire al sostegno dell'economia e dello sviluppo locale (34%). Tutte caratteristiche che tracciano un perfetto identikit del concetto di ecoturismo, un termine usato per la prima volta nel 1983 dall'architetto messicano Hector Ceballos-Lascurain e poi ripreso dai media di tutto il mondo, che ne hanno dato di volta in volta definizioni sempre più ampie e dettagliate.

Ecoturismo in pratica

L'ecoturismo è quindi un modo di viaggiare solidale ed ecologico, ma come lo mettono in pratica gli italiani? Se fare escursioni con guide locali per esplorare aree protette o borghi storici è una pratica condivisa dal 57%, acquistare e consumare prodotti locali a km zero è un desiderio per il 54%, come anche la tendenza a lasciare a casa l'automobile, quando è possibile, prediligendo i tra-

Donna, giovane, laureata e cittadina: la perfetta ecoturista

Il 56% delle donne e il 40% degli uomini ha dichiarato di prestare maggiore attenzione all'ambiente quando vanno in vacanza. Tra di loro la maggior parte ha un titolo di studio medio-alto (71%) e un'età compresa tra i 18 e i 30 anni (58%), mentre la percentuale scende al 52% tra i 31 e i 50 anni e al 34% tra gli over 50. Infine i turisti amici dell'ambiente provengono principalmente dalle grandi città. In testa Milano (57%), seguita nella top 5 da Roma (52%), Bologna (51%), Firenze (50%) e Torino (49%).



sporti pubblici (55%). Il 47% pratica invece attività sportive all'aria aperta, mentre l'acquisto di souvenir che valorizzino l'artigianato locale è un'azione condivisa dal 43%. Infine chiedere ospitalità ai proprietari di aziende agricole e realtà artigianali per imparare il mestiere ed evadere dalla routine quotidiana è ancora una scelta per pochi (27%).

Molte le celebrità "eco"

Gli esempi "dall'alto", del resto, non mancano. Infatti sono sempre più numerose le star che abbracciano una filosofia improntata all'ecosostenibilità, anche in chiave alberghiera. L'esempio più celebre, in questo senso, è forse quello di Leonardo DiCaprio, da sempre sostenitore delle politiche green, che intende realizzare un resort di lusso sostenibile nell'isola acquistata ai Caraibi; non da meno sono Michael Douglas e Catherine Zeta Jones, che stanno rendendo una struttura turistica alle Bermuda completamente eco-friendly e operativa solo tramite energia green. Dal canto loro, Brad Pitt e Angelina Jolie progettavano un parco giochi sostenibile, impiegando energia solare e riducendo le emissioni.

La tecnologia aiuta

Anche la tecnologia sta al passo con le nuove tendenze eco-friendly: vi

sono infatti app green che tracciano le emissioni di CO₂ dei veicoli mentre si viaggia, identificano i business sostenibili nelle vicinanze, calcolano il tragitto più ecologico per raggiungere la destinazione, indicano le tipologie dei rifiuti da differenziare e misurano ovunque si vada la Green Footprint, ossia il consumo umano di risorse naturali. Per non parlare dei siti di booking che consigliano le strutture più belle e responsabili. Una tendenza dirompente che ha dato vita anche a riconoscimenti a livello mondiale e continentale dedicati alle città più green da visitare nei prossimi anni, come il Sustainable Cities Index.

Sardegna eccellenza sostenibile

Al vertice delle mete "green" del Bel Paese c'è la Sardegna (38%), riconosciuta dalla Commissione Europea come meta sostenibile per eccellenza. Segue a poca distanza la Puglia (34%) con i suoi parchi nazionali (Gargano e Murge), poi il Trentino (31%) con le Dolomiti, patrimonio dell'UNESCO, la Sicilia (29%) con il Parco Naturale Regionale dell'Etna, le Marche e l'Umbria (27%) con il Parco Nazionale dei Monti Sibillini. Il podio europeo è invece occupato da Grecia, Spagna e Irlanda.



LINDHAUS
QUALITY CLEANING EQUIPMENT

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



LS38
L-ion
Electric
Mini
Spazzatrice
Aspirante
per pavimenti
e tappeti



LW30
L-ion
Electric
Lavasciuga
Pavimenti
Compatta
a batteria

Una gamma completa
di macchine innovative
per pavimenti e tappeti

www.lindhaus.it
Padova - ITALY
tel. +39 049 8700307
vacuum@lindhaus.it



quando lo sporco fa... *marketing (ma è un'eccezione)*

di Antonio Bagnati

Prepariamoci a stupirci. Ad Amsterdam l'Hans Brinker Hotel (o meglio Hostel) offre una vacanza da vero... incubo: struttura fatiscente, receptionist addormentati, docce che perdono, carta igienica finita e ambientini non certo puliti. In cambio, una posizione comodissima, estrema libertà negli orari e una consulenza competente su tutti i segreti della città. Per i "millennials" è un luogo-culto, ma saremmo disposti a sopportare un soggiorno così?

44
GSA
OTTOBRE
2017

"Benvenuto all'Hans Brinker, non il migliore ma di certo il più memorabile albergo di Amsterdam. Da Hans Brinker tanto paghi e tanto hai, e siccome paghi poco, puoi scordarti: piscina, servizio in camera, navetta, suite da luna di miele, bottigliette di shampoo, spa, ridicoli tizi in guanti bianchi. Ciò che avrai invece è: camere economiche, un ristorante, un bar, un locale, una reception 24 ore su 24 e 500 let-



ti comodamente piazzati al centro del centro del cuore di Amsterdam." Per inciso, sono banditi – chissà perché – anche gli addii al celibato, nonostante di feste, all'Hans Brinker, se ne organizzino molte.

Il contromarketing dello sporco

Detto fatto, l'Hans Brinker promette quello che mantiene sulle pagine del suo sito. Su Youtube gira addirittura un video di un paio di minuti, intitolato "Eco tour", in cui l'ospitalità "discutibile" viene valorizzata e quasi... venduta in una sorta di "contromarketing" con tanto di frecce colorate che fanno notare, con ironia, gli aspetti "eco" della struttura: letti a castello, razionalizzazione degli spazi, scale invece dell'ascensore, mobili economici, arredi spartanissimi, receptionist addormentati, docce che perdono, carta igienica finita e angoli che non sembrano certo il massimo della pulizia. Un ambiente da incubo – per quanto artatamente esagerato-, che fa il paio perfettamente con le celebri case degli orrori che si incontrano qua e là nella città olandese. Una provocazione, certo, ma non troppo. Anche per-

ché il target di clientela a cui l'albergo si rivolge è estremamente limitato: giovani, gruppi, ragazzi che non vanno certo a dormire alle nove di sera. E che quando ci vanno sono talmente distrutti da addormentarsi anche in un sacco a pelo fra un armadio e l'altro.

Visto e piaciuto (basta che lo guardi da lontano)

Superato l'effetto meraviglia, abbiamo ascoltato con grande interesse ciò che ha detto **Pieter van der Zeeuw**, managing director dell'Hans Brinker, intervenendo all'ultimo Hospitality Day organizzato da Teamwork l'11 ottobre a Rimini. "L'albergo Hans Brinker è equipaggiato per accogliere turisti singoli e gruppi (studenti, amici, squadre sportive ecc...). L'Hostel offre camere singole, doppie, triple e dormitori che possono accogliere fino a 8 persone. Ogni camera ha un bagno privato e armadietti per gli effetti personali." Un altro slogan che va per la maggiore è "Visto e piaciuto", con l'avvertimento che segue, rigorosamente tra parentesi, "basta che lo guardi da lontano". Come a dire: avvicinati pure, ma a tuo rischio e pericolo.



**Non il più bello,
ma il più memorabile**

Ma allora perché scegliere di soggiornarvi? Senza dubbio l'idea di poterlo raccontare è già di per sé un punto a favore. Senza scomodare l'aspetto green (si può essere sostenibili anche senza risparmiare sull'ascensore), i punti forti sono la posizione, comodissima, e la consulenza dettagliatissima e iper competente su tutte le attività per giovani che si possono fare ad Amsterdam: "Hans Brinker – si legge sempre sul sito – conosce Amsterdam come le sue tasche, possiamo aiutarvi con i biglietti per un sacco di attività e attrazioni di Amsterdam, biglietti per i mezzi pubblici, noleggi di biciclette, tour in barca e tante altre cose. C'è anche la possibilità di avere colazione, pranzo e cena nella spaziosa area comune. Ci sono un bar e un club sotterraneo, aperto tutte le notti fino a tardi, l'accesso Wi-Fi gratuito nelle aree comuni per i "drogati" di social network e per la coda di persone



che devono usare "Find my iPhone". Inoltre l'hotel può organizzare anche pranzi, drink, serate, biglietti e uscite a prezzi vantaggiosi per i gruppi.

Da non ripetere a casa...

Certo, riflettiamo noi, può andare bene ad Amsterdam, e d'altra parte un ristorante come "La parolaccia" sarebbe concepibile al di fuori della cultura goliardica e simpaticamente sboccata tipica di una certa romanità? L'esperimento Hans Brinker è riuscito perché è unico, singolare e non certo ripetibi-

le. E poi diciamolo: non manca un certo compiacimento del brutto, una sorta di trascuratezza ben studiata che sa perfettamente quali sono i limiti oltre i quali non spingersi. Non esistono scorciatoie per il successo, e l'unica ricetta sicura per una buona offerta alberghiera passa per l'innovazione, per la cura dell'ambiente e dell'ospite e... per il pulito. Questo è poco ma sicuro, con buona pace di Hans Brinker e di chi, maldestramente, cercherà di emularlo.

Basta... con il problema degli scarafaggi e altri insetti molesti che infestano cucine, mense, ristoranti e tutte quelle attività che producono o lavorano derrate alimentari e pasti in genere. **Oggi...** il rimedio c'è e si chiama **SISTEMA BIODUST**. Con **BIODUST (BREVETTO ITALSAN)** potrete allontanare e prevenire la formazione di colonie infestanti di scarafaggi e tutti gli insetti che solitamente nidificano e si riproducono all'interno degli scarichi, dei separatori di grasso o delle fosse biologiche per poi propagarsi e colonizzare le cucine e tutto ciò di alimentare che può attirare la loro ingordigia. **Provate...** gratuitamente il nostro sistema mettendovi in contatto con noi... la nostra società vi darà l'opportunità di testare l'efficacia del sistema **ecocompatibile BIODUST**.

BIODUST inoltre previene:

- * La formazione di accumuli di grassi fluidificando in maniera definitiva i reflui di scarico.
- * L'insorgere dei cattivi odori dovuti alla putrefazione delle sostanze organiche.
- * Le ostruzioni degli scarichi e relativi costi di intervento.
- * Il mantenimento dei valori BOD e COD nei limiti di legge.
- * Cospicue spese per spurghi

= con BIODUST risparmierai =

ITALSAN prodotti e servizi per l'igiene e la contaminazione nell'ambiente

ITALSAN srl - Via Mazzini, 5
21040 Venegono Superiore (VA) Italy
Tel. +39.0331.850190 Fax. +39.0331.850357
italсан@italсан.it - www.italсан.it

cattivo odore, cattivo ricordo

I cattivi odori compromettono la qualità dell'esperienza alberghiera e si radicano nella memoria profonda, lasciandoci pessimi ricordi del soggiorno. E' sufficiente per convincere gli albergatori a porre attenzione al problema?

di Simone Finotti

Tutti gli studiosi, ormai, sono concordi nell'affermare che, dei cinque sensi, l'olfatto è quello che maggiormente rimane impresso nella memoria profonda. Naturalmente in positivo e in negativo. E quando accade, difficilmente vogliamo ripetere l'esperienza, non solo a livello cosciente, ma anche inconscio.

In hotel molti ambienti a rischio

E così, addio fidelizzazione alberghiera: un caso classico è quello degli odori molesti che si sentono in ambienti particolari, come comunità o contesti ad alta frequentazione, ad esempio i bagni nei bar o ristoranti, ma anche in cucina, negli spazi comuni degli hotel, palestre, spogliatoi, Spa, piscine e così via. Tutti ambienti che in albergo sono presen-

ti, e che sono a forte rischio "cattivo odore". Si tratta di un problema fastidioso, che insorge in moltissimi ambienti disparati e sempre, costantemente, viene notato da clienti, utenti e avventori. Certo un cattivo odore non è un buon biglietto da visita, e talvolta si tratta di odori talmente radicati da essere percepiti come inestirpabili. E siccome, come diceva **Oscar Wilde**, "non c'è mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione", vale la pena di non prendere la questione sottogamba. E rivolgersi a professionisti.

Un approccio sistemico

La prima regola, fondamentale è quella di non sottovalutare mai il problema, anche quando tutto lascerebbe immaginare che si tratti di una cosa semplice. Mai minimizzare e, se ci si rivolge a professionisti (come è fortemente consigliabile fare), assicurarsi che sappiano mettere in atto un approccio sistemico. Sembra banale dirlo, ma cercare di coprire l'odore senza indagarne ed eliminarne le cause significa fare come chi si lava poco e pretende di risolvere tutto con una spruzzata di profumo. O,



Dianos

Ica System

se preferite un esempio più nobile, è come curare il sintomo senza risalire alla vera malattia.

Agire prima con una pulizia approfondita

Detto questo, ci sono alcune cose che bisogna sapere: ricordiamo che la principale causa degli odori è la decomposizione batterica di molecole organiche. È dunque lì che bisogna andare a indagare. Naturalmente c'è ambiente e ambiente: in cucina, ad esempio, l'odore molesto può essere causato da residui di preparazione dei cibi, e allora spesso basta intervenire in modo mirato e con più regolarità, magari andando, con i giusti strumenti, anche in angoli solitamente tralasciati: capita di frequente di vedere ambienti sporchi, anche in contesti a rischio come la ristorazione e la sanità. Qualcosa di analogo avviene nei dintorni delle pattumie-



Arco



Chemiclean



Genests Biosclenzes



Italsan



Orma

le tubazioni interne, perché depositi di residui possono formarsi, anzi, si formano, anche nei gomiti dei tubi, con la conseguenza facilmente immaginabile che i cattivi odori tornino su a ogni piè sospinto. Ovviamente bisognerebbe studiare anche la

composizione in buona parte da urea, che in sostanza sono proteine, ecco spiegato come, pensando di pulire bene, in realtà si creano i presupposti per lo sviluppo dei cattivi odori. A ciò si aggiunge che utilizzando biocidi come il cloro si rischia di creare ceppi cloro-resistenti. L'ideale sarebbe utilizzare prodotti combinati

re e dei contenitori dell'immondizia, che fra l'altro oggi sono costruiti con accorgimenti tecnici sempre più innovativi, che li rendono più semplici da pulire. Inoltre una gran mano la dà in questo senso la diffusione della raccolta differenziata, che se ben fatta isola le frazioni più fastidiose dal punto di vista degli odori.

formazione delle fosse biologiche e così via, il che vale anche per gli altri ambienti diversi dal bagno: come è strutturato il locale? a che livello da terra? Com'è la dislocazione degli ambienti? Tutte cose che è meglio sapere prima di proporre interventi risolutivi e dare il colpo di grazia al cattivo odore.

rebbes utilizzare prodotti combinati a base di cloro, magari alternando i principi attivi. E ciò vale per molti ambienti.

L'uso delle nanotecnologie

Come vale per tutti gli ambienti con problemi di cattivi odori ciò che stiamo per dire ora: e cioè che, dopo aver

Il caso dei bagni

Ma ci sono ambienti che per l'uso stesso sono praticamente impossibili da affrontare in modo così semplice. Il caso classico è quello dei bagni: non si può certo pretendere che i bisogni profumino! Il problema qui è duplice, perché è dovuto sia agli effetti dei depositi di massa in cui si annidano i batteri, sia i cattivi odori derivati dall'uso continuo. Per ciò che riguarda i primi, bisogna fare attenzione ai dintorni dei sanitari, alle eventuali guarnizioni in gomma o altri materiali impregnabili e deteriorabili. Possono essere il nido privilegiato di colonie di batteri, e allora è finita. Poi non bisogna trascurare



Kemika



RubinoChem

Quello delle toilettes è un esempio "di scuola", perché è qui che si concentrano i maggiori problemi legati agli odori fastidiosi. In generale in questo tipo di ambienti c'è bisogno di un'azione in due o tre fasi. La prima, imprescindibile, è quella della pulizia. Con i prodotti giusti però. E questo significa conoscere il nemico che si va ad affrontare. Ad esempio, molti fanno l'errore di utilizzare il solo principio attivo anziché il formulato: un esempio classico è l'uso di ipoclorito di sodio, privo di tensioattivi che "dicono" allo sporco di restare con il mop anziché con le superfici. Con il risultato che si spalma lo sporco grasso e che si forma calcare, che è un'ottima sede proprio per quei batteri che si dovrebbero eliminare. Se a ciò aggiungiamo che l'urina



LR Composizioni Profumanti



Medusa

pulito, il secondo passaggio è quello di usare la decomposizione batterica, con l'aiuto delle nanotecnologie. Ne abbiamo parlato spesso ed ora sono una realtà del mercato ormai consolidata, specie nei contesti ad altissima frequentazione (vi siete mai chie-

sti il segreto di bagni di autogrill, o toilette di servizio durante eventi, che pur in apparenza molto sporchi non emanano nessun odore?). Si tratta di molecole che scompongono quelle degli odori, restituendo un ambiente a prova di odori: il loro



ttudet

utilizzo è ottimo anche intorno ai punti di raccolta dell'immondizia, o in zone particolarmente difficili da trattare. Il terzo passaggio può essere quello di utilizzare

profumatori, e anche qui il mercato ne offre a iosa, per tutte le esigenze e di tutte le tipologie e varietà: ci sono ambienti, ad esempio gli uffici, dove un'eccessiva profumazione può alla lunga infastidire perché la permanenza di chi ci lavora è, appunto, prolungata. Anche in questo caso, dunque, occorre sempre valutare da caso a caso.

Non c'è una regola fissa

Qui abbiamo già capito l'ultima regola, con cui vi lasciamo al vostro importante, difficile e prezioso lavoro di tutti i giorni: purtroppo non c'è una regola, vale a dire una panacea valida per tutte le situazioni e occasioni. Infatti ogni struttura fa storia a sé, secondo innumerevoli varianti, e ogni problema è precisamente "quel" problema, e non un altro. Oltre a un approccio sistemico, dunque, è consigliabile una prospettiva analitica sul problema.

[Le foto a corredo dell'articolo non sono ovviamente esaustive di quanto offerto dal mercato ma a solo scopo di esempio]



ISO 9001
ISO 10014
ISO 14001



Via Per Cinisello, 24
20834 Nova Milanese (MB)
Tel. e Fax 0362/33.41.10
Mail: info@tremand.it



TREMAND^{SRL}

Tecnologie e Prodotti per l'Igiene



PRODOTTI, ATTREZZATURE E MACCHINE
PER LA PULIZIA PROFESSIONALE
ASSISTENZA TECNICA, NOLEGGIO E CONSULENZA



Dal 1968 qualità, ricerca, innovazione



ROLLY

LA LAVASCIUGA
COMPATTA
PROFESSIONALE
CHE STAVI
ASPETTANDO



AGILE IN SPAZI STRETTI

Dimensioni compatte per lavorare dove nessuno arriva



SESSIONI DI LAVORO NO-STOP

Kit valigetta alimentatore elettrico, per un passaggio immediato dalla batteria all'alimentazione da rete elettrica



SEMPLICE E VELOCE

Sistema tergitoro a doppia aspirazione alternata (brevettato)



UNA MACCHINA START & GO

Un pannello comandi chiaro e intuitivo, per garantire la migliore gestione della macchina

SCOPRI L'INTERA GAMMA PRODOTTI SU WWW.GHIBLIWIRBEL.COM

hotel... a prova di cappa!

di Umberto Marchi

Le cappe di aspirazione si devono pulire regolarmente. E' fondamentale nelle cucine di un hotel perché proprio nella sporcizia che vi si accumula possono annidarsi pericolosi agenti patogeni, in grado di contaminare i cibi e provocare conseguenze anche molto serie. Ecco alcune indicazioni, fra virtù del vapore e potenzialità dei detergenti sgrassanti.

50
GSA
OTTOBRE
2017

A meno che non voglia male ai propri clienti, e dipendenti, ogni albergo che si rispetti deve porre un'estrema attenzione alla loro sicurezza. Il che significa partire dagli ambienti più a rischio, come le cucine, e non accontentarsi mai di una pulizia superficiale. La cappa, ad esempio: una cappa sporca è sinonimo di rischio elevato, non solo sotto il profilo estetico e funzionale, perché una cappa in scarse condizioni igieniche è orribile a vedersi e per di più non funziona a dovere: ne va anche della sicurezza di chi lavora in cucina e di quella di noi tutti, visto che proprio dallo sporco e dai residui accumulati nelle cappe possono partire anche serie contaminazioni con il cibo e gravi danni alla salute.

Si rischia la proliferazione batterica

Lo sgocciolamento dei residui dalle cappe e dai canali di evacuazione dei fumi può ovviamente provocare contaminazione dei cibi in fase di cottura e preparazione. I depositi organici che vengono a formarsi, infatti, sono un ottimo substrato per la proliferazione di batteri e muffe pericolosi per la salute dell'uomo o contaminanti per gli alimenti. Un altro aspetto che vale la pena di considerare, come accennavamo, è quello funzionale, che si traduce ben presto in un inutile dispendio economico.

Una cappa malmessa ti fa spendere di più

A metterci in allarme è il sito PanoramaChef.it. che pone l'accento su un aspetto molto interessante legato allo



sporco nelle cappe. E cioè le ricadute in termini energetici: grassi e i detriti aspirati dalle cappe accumulandosi facilmente anche nelle pale giranti dei motori di estrazione, finiscono per rallentare il normale flusso d'aria riducendo le capacità estrattive dell'impianto e aumentando il dispendio energetico (si parla, a grandi linee, di un risparmio che può arrivare al 15%). Ora,





se si tiene presente che gli hotel sono, già di per sé, strutture altamente energivore, il conto è presto fatto: l'ultima cosa di cui hanno bisogno è caricarsi ulteriormente di spese per l'energia.

L'effetto "cattivi odori"

Inoltre c'è l'effetto "cattivi odori": trattandosi di sporco organico, quindi soggetto a processi di decomposizione batterica, la mancanza di pulizia provoca un inevitabile aumento di cattivi odori che nel caso di un ambiente utilizzato per preparare e servire pasti, possono diffondersi dalla zona cucina agli ambienti attigui. E non è proprio auspicabile.

E il rischio incendio?

Tutto ciò senza contare, last but not least, il rischio-incendio, spesso sottovalutato ma ben presente: infatti l'accumulo di sporco nella cappa, sotto forma di grassi carbonizzati, può aumentare l'inflammabilità dell'ambiente (casi del genere, con conseguenze anche disastrose, sono meno rari di quanto si possa immaginare). Per farla breve, dalla pulizia accurata e regolare delle cappe non si può davvero prescindere.

Alcune indicazioni

Veniamo ora alla pars construens, cioè al "cosa fare e come". Dato per scontato che i sistemi fai da te non sono né abbastanza efficaci, né abbastanza rapidi per eliminare completamente tutti i rischi (e inoltre pongono un altro problema non facile, che è quello della contaminazione degli alimenti da parte dei prodotti utilizzati per pulire), bisogna considerare che il mercato offre sistemi e soluzioni innovative ed eco-compatibili nella pulizia di cappe aspiranti, in ogni loro componente, e condotti di aspirazione dei fumi. Si tratta di soluzioni che garantiscono la completa rimozione dei residui senza rischi, e comprendono servizi di pulizia e la sgrassatura di filtri, cappe, condotte di estrazioni fumi, tubazioni, motori, cicloni, soffianti e/o ventilatori.

Importante la fase di ispezione

Importantissima è la fase di ispezione, utile per verificare la necessità di bonifica oppure per valutare lo stato igienico-sanitario della condotta, canalizzazione o del motore dell'impianto dopo l'operazione di bonifica. La bonifica dell'impianto di estrazione e delle sue componenti è necessaria quando:

la quantità di particolato accumulata è eccessiva; l'efficienza dell'impianto risulta ridotta rispetto a quella progettuale; l'impianto è contaminato.

Il bello del vapore!

Molti dei metodi più efficaci comprendono l'uso del vapore, che si rivela molto efficace: il vapore, grazie alla sua alta temperatura di emissione, da 120 a 180° C in uscita, uccide funghi, parassiti, microbi, e sanifica gli ambienti senza provocare resistenze. A tale proposito va ricordato che il vapore a 165° garantisce l'eliminazione di tutti i batteri patogeni. All'effetto del calore, poi, si aggiunge anche quello meccanico dovuto alla forte pressione a cui viene emesso il getto, assicurando un insuperabile effetto pulente e sgrassante.

I generatori

E' chiaro che per produrre un "buon vapore" ci vuole un "buon generatore". I generatori di vapore sono macchine di diversa tipologia, classificabili soprattutto in base alle dimensioni della caldaia e al tipo di caldaia, e quindi di vapore prodotto, che può essere saturo (stato in cui coesistono va-



pore e acqua), saturo secco (con evaporazione completa della parte liquida) o saturo umido (quello di uso più comune, con particelle di acqua in sospensione: in questi casi la percentuale di vapore può essere del 90%, con un restante 10% di acqua). La tecnologia del vapore saturo si adatta a moltissimi ambienti: esercizi commerciali, tavole calde e fredde, cucine, mense, hotel, negozi, studi e ambulatori medici, palestre, centri benessere, collettività in generale. Settori in cui il vapore saturo è una soluzione da non sottovalutare. Anche perché i generatori di vapore, oltre a consentire un'accurata pulizia in tempi brevi con l'impiego di una minima quantità di acqua e senza effetti collaterali sull'ambiente, esercitano anche azione decontaminante, igienizzante, sanificante, sgrassante e degassificante.

Un investimento di cui non ci si pente

Ecologico, igienico, silenzioso, il vapore non si tira indietro contro lo sporco più difficile: è insuperabile nello sciogliere i grassi rimuovendo agevolmen-



te i residui di cottura, le macchie di cibo, la muffa, ma anche molte incrostazioni in cui proliferano batteri, germi, acari della polvere. Il trattamento può anche essere effettuato, o integrato, attraverso l'utilizzo di macchine e detergenti sgrassanti e antibatterici.

Importante scegliere il detergente giusto

Appunto: altri preziosi alleati nella pulizia delle cappe si rivelano essere, naturalmente, i prodotti sgrassanti. Si tratta di prodotti detergenti particolarmente "decisi", che uniscono a principi attivi, come ad esempio la soda caustica o altre sostanze alcaline, particolari tensioattivi e sequestranti in grado di staccare lo sporco più ostinato dalle superfici, ridando loro un pulito per-

fetto. Si tratta di detergenti "tecnici" pensati proprio per l'ambiente cucina, e per rispettare i canoni dell'Haccp dando il meglio su piano lavoro, forni e fornelli, cappe, stoviglie, acciaio, filtri di aspirazione e quant'altro.

I migliori sono anche anticorrosivi

E' importante anche che abbiano un sistema di spruzzo efficiente e ben studiato, in modo tale da raggiungere anche i punti più lontani e scomodi. Un altro aspetto da tenere in considerazione è la temperatura: infatti è preferibile avere superfici calde, 40-50°. Senza dimenticare nemmeno il tempo di azione (alcuni minuti), e la qualità del panno o della spugna con cui si rimuove il tutto dopo l'azione del prodotto. Praticamente tutti i produttori hanno nelle loro gamme prodotti specifici per le cappe, e in generale per le cucine. I migliori prodotti sono quelli abbastanza forti e incisivi per rimuovere alla perfezione ogni singola traccia di residui, anche carbonizzati, ma che in formula presentano anche componenti anticorrosivi per evitare eccessivi sfregamenti sulle superfici.

[Le foto dell'articolo sono state gentilmente concesse dall'Impresa BG Service di Bergamo]



TP43 ORBITAL: adatta a qualsiasi lavorazione, comoda per qualsiasi operatore



TP43 ORBITAL è una monospazzola molto versatile nelle applicazioni e quindi adatta a diverse tipologie di ambiente. Il movimento roto-orbitale amplifica la resa, permettendo di ottenere eccellenti risultati in minor tempo su qualsiasi tipo di pavimentazione: marmo, pietra, gres, cotto, cemento, legno e parquet. È disponibile con un'ampia gamma di accessori che permettono di eseguire trattamenti di lavaggio pesante, deceratura, cristallizzazione, lucidatura e microlevigatura. L'azione lavante aumenta, mentre altri fattori come tempo, acqua, componenti chimici e temperatura diminuiscono drasticamente.

- Utilizza fino a 10 volte in meno di acqua rispetto ai comuni metodi di pulizia
- Il ridotto utilizzo di detergente migliora la qualità dell'aria negli spazi chiusi
- La combinazione di movimento orbitale e rotatorio aumenta l'azione lavante
- Una vasta gamma di pad e accessori permette di equipaggiare TP43 ORBITAL secondo il tipo di trattamento che si desidera eseguire



TP43 ORBITAL

Monospazzole tradizionali

TP43ORBITAL lavora sempre in piano, con tutta la superficie del disco a contatto con il pavimento, anche quando è irregolare.



TAPPETI



PARQUET



CEMENTO



MARMO



Your Better Choice

Itidet 40 spray profumato

Schiuma detergente
ideale per la pulizia
di vetri e specchi con
fragranza floreale

- ✓ si aggrappa alle superfici
- ✓ deterge a fondo
- ✓ si asciuga velocemente
- ✓ rilascia nell'ambiente
un gradevole profumo



ITIDET Srl

Sede Operativa
Terza Zona Artigianale Loc. Colonia Elisabetta - Lotto 20
01016 Tarquinia (VT) - Tel./Fax +39 0766 856398

Sede Legale
Corso Centocelle, 18 - 00053 Civitavecchia (RM)
segreteria@itidet.it - www.itidet.it

Diversey rinnova il contratto in esclusiva con AccorHotels

Diversey ha annunciato l'estensione del suo contratto con AccorHotels fino al 31 dicembre 2019. In rapida crescita, Accorhotels è la sesta catena di hotel più grande del mondo, con 20 marchi che vanno dal lusso alle proprietà di economia tra cui Raffles, Sofitel, Fairmont, Pullman, Swissotel, Novotel, Mercure e Ibis. In totale, Accorhotels opera più di 4.200 alberghi in 95 paesi, composti da oltre 250.000 esperti di ospitalità, ognuno dedicato a far sentire gli ospiti i benvenuti.

Accorhotels ha recentemente dimostrato un notevole dinamismo sul mercato, con acquisizioni chiave (ad esempio, Fairmont Raffles Swiss

Hotel), nuove alleanze (ad esempio Banyan Tree, Rixos) e il lancio del suo ultimo marchio lifestyle, Jo & Joe. In pratica, Accorhotels apre un nuovo hotel nel mondo ogni 36 ore!

Il contratto con Diversey copre la fornitura di soluzioni per la pulizia con la gamma di macchine e prodotti Taski e anche il supporto del suo team di consulenza, anche per la sicurezza alimentare e la protezione del marchio.

Ilham Kadri, Chief Executive Officer Diversey ha detto: "Garantire questo accordo con un operatore così grande e ambizioso, di fronte a una concorrenza intensa, è un risultato fantastico sotto diversi aspetti. Durante il processo di rinnovo del contratto che è stato assegnato per la prima volta nel 2009-Accorhotels ha nuovamente riconosciuto i nostri valori chiave



come qualità, sostenibilità, responsabilità sociale di impresa, presenza su scala globale, servizio tecnico, capacità di innovazione".

Clément Divanach, Directeur International des Achats d'Exploitation, per Accorhotels ha aggiunto: "Diversey è un vero partner di Accorhotels. Oltre ai loro prodotti e sistemi leader di mercato, apprezziamo il servizio e le competenze che offre per i nostri alberghi in tutto il mondo".

[www.diversey.com]

Nasce Partner Hotel: la nuova azienda per il comparto alberghiero ellenico

Nella prestigiosa cornice dell'Hotel Hilton di Atene, martedì 12 settembre, è stata presentata l'azienda italo-greca Partner Hotel (PH.SA), che opererà nel comparto alberghiero ellenico proponendo, per la prima volta, una vasta gamma di servizi in outsourcing. Il progetto imprenditoriale è nato grazie alla partnership maturata da Iniziative Venete guidata da Roberto De Zorzi, apprezzata interprete in Italia del multiservizi e F.M., con la società Alter Ego, da tempo al vertice nel settore del facility management in Grecia, che può contare su oltre 800 dipendenti. Partner Hotel si avvarrà del prezioso know how maturato in questi anni dal gruppo veneziano, protagonista sul mercato, sia in Italia che in Europa, all'insegna della dinamicità, della qualità e dell'originalità dell'offerta. De Zorzi, presentando la promettente iniziativa, ha sottolineato come essa segni, di fatto, il debutto dell'outsourcing alberghiero in Grecia, con un progetto capace di mettere insieme sinergie, professionalità e persone provenienti da culture e luoghi diversi, unite però da un comune interesse economico e da solidi valori umani. "Aziende come Partner Hotel", ha chiarito, "sorgono esclusivamente per soddisfare il mercato alberghiero offrendo un'esperienza mirata e specifica, garantendo il conseguimento di altissimi standard qualitativi e il pieno rispetto degli obiettivi prefissati".





Restaurant R.Evolution, appuntamento formativo itinerante

Il mondo dell'offerta enogastronomica è sempre di più sotto i riflettori dei media. Reality show, programmi televisivi, portali di recensioni, blog e riviste specializzate hanno cambiato in maniera radicale il modo di percepire e valutare l'esperienza al ristorante. Le aspettative si fanno ogni giorno più alte e gli ospiti più esigenti. Come una buona pietanza, anche una buona offerta ha bisogno di ingredienti freschi e dosati alla perfezione. Restaurant R.Evolution, interamente dedicato all'aggiornamento e alla formazione nel settore della ristorazione e organizzato da Teamwork, dopo le tappe di Roma e Torino replica a Venezia il 27 novembre, a Rimini l'11 dicembre prossimi. L'evento, che è rivolto a ristoratori, albergatori, operatori del settore food & beverage e a tutti i professionisti della ristorazione, è gratuito ma i posti sono limitati.

[www.restaurantrevolution.it]

Ottimi presupposti per il successo di Hygienalia Pulire

La quarta edizione del salone Hygienalia Pulire, che avrà luogo a Madrid dal 14 al 16 novembre 2017, si appresta a confermare come una delle fiere più importanti per i professionisti del settore della pulizia professionale della Penisola



Iberica. Oltre 120 aziende espositrici presenteranno i loro ultimi sviluppi ad un eterogeneo profilo di visitatori: da aziende che forniscono servizi di pulizia a diversi tipi di utenti finali (settore ho.re.ca, ospedali, impianti sportivi e pubblica amministrazione) e rivenditori specializzati. Più di 2.000 professionisti si sono già registrati per visitare la ma-

nifestazione. Il salone Hygienalia Pulire ha messo in atto un programma di conferenze che, senza dubbio, sarà il più completo tra quelli sviluppati fino ad oggi per questa manifestazione. Alcuni degli argomenti che saranno affrontati sono: il valore ottimale di assumere società incaricate della pulizia, buone pratiche in lavanderia, l'importanza del corretto trattamento dei panni e dei mop, norma di controllo UNE 100030: 2017 sulla legionellosi in impianti sportivi, pulizia di condotti di refrigerazione in impianti sportivi, pulizia tecnica delle piscine. Organizzata congiuntamente da Feria Valencia, Aude Business Events e AFIDAMP Servizi, in collaborazione con ASFEL come promotrice, Hygienalia+Pulire nella scorsa edizione ha visto la partecipazione di 120 espositori diretti e più di 5.000 visitatori professionali – dei quali il 58% apparteneva alla distribuzione e ai servizi di pulizia e il 42% rappresentava clienti finali dei settori industriali, ho.re.ca., ecc.

[www.hygienalia-pulire.com]

Cleaning in silence - Pulire in silenzio

MAX 108



Technological Innovation Systems

www.mphtcleaning.com

YouTube [mphtcleaning](https://www.youtube.com/mphtcleaning)

>> MAX Line

>> MAX 73
3.400 m²/h
Battery/petrol



>> MAX WIND
7.500 m²/h
Battery/Petrol
Diesel



>> MAX 109
9.000 m²/h
Battery/Petrol
LPG



>> MAX 110
12.600 m²/h
Battery/Petrol
DIESEL/LPG



>> MAX 170
20.000 m²/h
Battery/Petrol
Diesel/LPG



Kiehl rispetta e soddisfa hotel e ospiti

Le strutture alberghiere, per richiamare a sé un maggiore interesse, hanno sviluppato una proposta articolata in svariate attività, pertanto le strutture alberghiere sono in grado di proporsi in differenti modalità. Sia che si tratti di semplici strutture sia di alberghi di alta categoria, l'obiettivo è di garantire un alto livello igienico a garanzia degli ospiti. Le esigenze architettoniche, i materiali di costruzione ricercati e l'ampio servizio offerto, richiedono una particolare attenzione per la scelta di prodotti adeguati, igienicamente delicati per le superfici, sicuri e che garantiscano una efficacia di prestazione. Kiehl, per rispondere alle esigenze descritte, si è impegnata in un progetto di sviluppo per il settore alberghiero, inserendo una linea di prodotti altamente efficaci. Con Kiehl è possibile una perfetta pulizia, manutenzione ed igiene professionale nelle varie ambientazioni, dalla camera alla lavanderia passando dalla cucina all'area benessere. L'ampia proposta di servizi degli Hotel maggiormente strutturati, va a toccare differenti ambientazioni e conseguenti necessità e per questo affidarsi ad un giusto consulente in ambito igienico, è una corretta valutazione. Kiehl propone una linea di prodotti con certificato Eco-label, altamente efficace, economici



in uso e delicati per superfici ed ambiente. Utilizzando i prodotti in concentrato ed abbinati a semplici sistemi di diluizione o dosaggio, Kiehl garantisce un risultato sicuro ed economico.

[www.kiehl-group.com]



Papalini Spa
Succursali per servizi su misura

L'Azienda Papalini Spa eroga **servizi specializzati di "Housekeeping" esternalizzati su misura** in strutture alberghiere di grande prestigio in **tutto il territorio nazionale**, e può offrire, con le migliori economie di mercato, personale qualificato, formato e specializzato per servizi di vario genere quali **pulizie, rifacimento camere, sanificazione ambienti con sistemi ad ozono, ristorazione, gestione lavanderie e portierato.**

800-017129

Sede Centrale

Via Avogadro, 21
61032 Fiesolano di Fano (PU)
Tel. +39 0721 860322
Fax +39 0721 860377
info@papalini.com

Succursale Area Nord Ovest

Via Roberto Lepetit, 8/10
20124 Milano (MI)
Tel. +39 02 00696434
Fax +39 02 00896301
milano@papalini.com

Succursale Area Nord Est

Piazzetta 10 Febbraio, 1
30171 Mestre (VE)
Tel. +39 041 928908
Fax +39 041 928908
venezia@papalini.com

Succursale Area Centro Tirrenica

Viale Luca Gauro, 9/11
00143 Roma (RM)
Tel. +39 06 54832909
Fax +39 06 54834000
roma@papalini.com

Succursale Area Sicilia

Piazza Cavout, 14
95125 Catania (CT)
Tel. +39 095 8133095
catania@papalini.com

RCM Combo: spazza-lava-asciuga in un solo passaggio!

La combinata Combo nasce, come tutte le grandi macchine RCM, con la guida anteriore e il contenitore posteriore. La



guida “davanti” per dare all’operatore la massima visibilità, la massima precisione di lavoro e la massima sicurezza per sé e gli altri. Il contenitore posteriore per avere la massima capacità di carico e non compromettere la visibilità. Combo spazza come un’ottima spazzatrice con le due grandi spazzole a rulli controrotanti che caricano lo sporco grossolano trattenendo la polvere nel contenitore. Lava e asciuga come un’ottima lavapavimenti con le stesse spazzole che lavano a fondo e il tergilavaggio che asciuga. Combo spazza-lava-asciuga simultaneamente in un solo passaggio come un’ottima...combinata. Le spazzole a rullo controrotanti sono azionate idraulicamente e spazzano/ lavano qualsiasi



tipo di sporco su qualsiasi tipo di pavimentazione. Il tergilavaggio è curvo per avere la massima resa nell’asciugatura. Il sistema filtrante abbate le polveri aspirate fino alle PM10. Il sistema di nebulizzazione di acqua sulle spazzole elimina il sollevarsi di polvere da terra. Le versioni:

Combo Sk Dual Fuel con motore Kubota GPL-benzina

Combo Dk con motore Kubota Diesel

La resa oraria 16550m²/h

Pista pulita: 1655 mm

Serbatoio soluzione: 265 litri

Contenitore/serbatoio recupero: 280 litri

[www.rcm.it]

Tecnet, la gamma completa di detergenti per i professionisti dell'HO.RE.CA.

Una linea completa di prodotti intelligenti, sostenibili e gradevoli, per specifiche applicazioni, richieste anche nella stesura dei piani H.R.C.C.P.: lavastoviglie liquidi e solidi, disinfettanti, sgrassanti, disincrostanti e profumatori per ambienti. Soluzioni integrate per la detergenza e l'igienizzazione, progettati e realizzati da Bettari Detergenti, grazie al governo completo del processo produttivo e ad un team di giovani professionisti, che ci permette di offrire il massimo della qualità, innovazione, formazione e servizio.



BETTARI DETERGENTI Srl
Via G. Galilei, 2 - 25020 Roncole (BS)
Tel. +39 030 2540330 c.a.
Fax +39 030 2540332
info@bettari.it - www.bettari.it

www.tecnet.bettari.it



Oxipur e Zero, un anno ricco di novità, nate dalla ricerca e dall'innovazione di Sutter Professional

Sempre di più la mission di Sutter Professional consiste nel coniugare lo sviluppo di formule altamente performanti, nel rispetto della natura e degli individui, grazie anche alla premiata linea Zero, un'evoluzione naturale della gamma lanciata nel 2015, e a Soft Power Caps Sensitive, a completamento della linea Oxipur per lavanderie professionali. Il 24 maggio nell'ambito della XXIII edizione di "Pulire", fiera internazionale della pulizia professionale, Sutter Industries S.p.A è stato decretato vincitore del "Premio Nazionale Ecolabel UE 2017", per l'innovazione ambientale introdotta nell'Ecolabel UE con la nuova linea Zero. Oggi Zero e Zero Extra rappresentano, nel settore Professional, la linea di prodotti a base vegetale più completa, in grado di soddisfare, con efficacia e nel rispetto dell'ambiente, ogni esigenza di pulizia richiesta dal mercato (www.zero.sutterprofessional.com). Oxipur invece, è la linea di prodotti per la lavanderia professionale di Sutter Professional, le case di cura, gli hotel, le comunità e le aziende sanitarie. Una gamma completa di detergenti, additivi e am-

morbidenti, per sistemi di dosaggio automatico e manuale, con nuove profumazioni e formule innovative. Tutti i prodotti sono altamente performanti ed eliminano ogni tipo di macchia senza intaccare i tessuti o alterare i colori, per un'azione efficace e delicata allo stesso tempo. Anche in questa linea Sutter innova con cuore "green". Clean Active, Degre Plus, Alka Plus, Control Power, Oxy Active e Per Active sono infatti conformi ai CAM. Disponibile da ottobre anche il nuovo Oxipur Stainbuster, additivo smacchiante in polvere in confezioni da 1kg. Soft Power Caps è l'ammorbidente concentrato studiato per il lavaggio automatico di qualsiasi tipologia di tessuto, anche il più delicato. Dona una piacevole morbidezza ai tessuti e grazie alla sua formulazione innovativa, con speciali micro-caps brevettate, rilascia una piacevole e duratura profumazione anche dopo l'uso dell'essiccatore o durante la stiratura. Disponibile in due varianti di profumo. La variante Sensitive è, in più, dermatologicamente testata ed adatta anche per le pelli più sensibili. Enzy Ex-



tra è il detergente completo enzimatico. La sua formula profumata e concentrata, senza fosfati e con materie prime ecocompatibili, entra in profondità nei tessuti e rimuove efficacemente ogni tipo di sporco, anche quello più ostinato, permettendo di ottenere biancheria pulita a fondo. Particolarmente efficace a basse temperature, Enzy Extra rispetta qualunque tipo di tessuto e offre il massimo risultato se utilizzato con gli altri prodotti della gamma Oxipur e con i sistemi di dosaggio automatico Sutter Tech. Dalla costante attenzione all'ambiente di Sutter nasce Alka Plus: il detergente alcalino, a basso impatto ambientale, con limitato utilizzo di tensioattivi. Grazie al contenuto di fosfati inferiore al minimo consentito, Alka Plus rispetta i criteri ambientali minimi (CAM) ed è perciò l'ideale per eliminare lo sporco standard, con un occhio di riguardo per il mondo in cui viviamo. Nel canale You Tube di Sutter Professional si possono trovare alcuni video "Oxipur Experience" realizzati in collaborazione con il Laboratorio R&D per illustrare gli importanti plus della gamma.

[www.sutterprofessional.it]

Microtex Dura+... Nessuna cucitura, nessun punto debole

Quel che non c'è non si rompe, diceva agli inizi del '900 Henry Ford riferendosi alle sue automobili. La stessa filosofia può essere applicata ad un semplice panno per la pulizia.

MICROTEX DURA+ è un classico panno in microfibra tessile, nuovo nato nella categoria delle microfibre tessili, con un'interessante lavorazione, invisibile ma vantaggiosa: il taglio ad ultrasuoni (sonic®). Grazie a questa tecnologia durante la fase di taglio il bordo



viene contestualmente "sigillato". Facendo così a meno del successivo processo di cucitura dell'orlo finalizzato ad evitare la sfilatura. Eudorex, da sem-

pre innovativa nelle microfibre, oggi possiede un impianto per realizzare il panno "finito", partendo dal rotolo. I vantaggi nell'aver sostituito il classico orlo cucito, con un più accattivante e moderno taglio ad ultrasuoni sono principalmente 3:

Maneggevolezza. Il panno risulta incredibilmente maneggevole. Il bordo cucito pesa e irrigidisce il panno.

Durata. Il bordo non sfilaccia, quindi resiste di più ad usura e lavaggi intensivi.

Prezzo. Molto competitivo grazie al converting automatizzato made in Italy.

[www.eudorexpro.it]

Interventi veloci e senza fatica con la nuova TP43 Orbital di TMB

TMB aggiunge all'offerta di monospazzole la nuova TP43 Orbital, un modello professionale leggero, svilup-

pato per offrire al mercato una particolare innovazione tecnologica rispetto alle monospazzole tradizionali. I modelli orbitali infatti offrono maggiore stabilità e maneggevolezza durante il lavoro, anche nei trattamenti più impegnativi, pertanto non è necessaria una



NUOVO!

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

die saubere Lösung

AvenisFoam

Schiuma invece di spruzzo
con Avenis Foam.

La schiuma **detergente**
per sanitari
con certificato
Ecolabel

Una nuova innovativa
combinazione di acidi

**Ulteriori informazioni sulla nostra app di
semplice utilizzo , oppure sul sito web.**

Johannes KIEHL KG
Robert-Bosch-Straße 9
D-85235 Odelzhausen
Tel. +49 (0) 8134 / 93 05-0
Fax +49 (0) 8134 / 84 66
info@kiehl-group.com

KIEHL Italia s.r.l.
via Michelangelo 29
I-16036 Avegno (GE)
Tel. +39 0185 730 008
Fax +39 0185 730 214
info@kiehl.it

(EN ISO 9001, EN ISO 14001, EN ISO 22000, OHSAS 18001)

www.kiehl-group.com

formazione specifica e possono essere usati da qualsiasi operatore.

TP43 Orbital è perfetta per i professionisti del pulito, perché versatile nelle applicazioni, comoda da usare e da trasportare. Una speciale tecnologia brevettata riduce le vibrazioni al minimo, per un lavoro più confortevole e un risultato uniforme su tutta la superficie del disco. Infatti TP43 Orbital lavora con tutta la superficie del disco a contatto con il pavimento, aumentando la rapidità di intervento del 50% e migliorando il risultato finale di tutte le applicazioni. È adatta a qualsiasi tipo di pavimentazione come tappeti, parquet, marmo o cemento e alle più frequenti applicazioni del cleaning: lavaggi, pulizia di fondo, deceratura, cristallizzazione, pulizia di pavimenti in moquette. L'azione lavante aumenta, mentre diminuiscono l'impiego di acqua, di detergente ed il tempo di intervento. Oltre alla vasta gamma di accessori e pad disponibili, sono stati progettati kit aggiuntivi su misura che consentono di sfruttare al massimo le caratteristiche di TP Orbital e di eseguire senza alcuna difficoltà trattamenti e lavorazioni particolari.

[www.tmbvacuum.com]



La formazione è la chiave per affrontare la quarta rivoluzione industriale

Secondo l'indagine del World Economic Forum "The Future of the Jobs" si stima che il 65% dei bambini che inizia ora un percorso di studi è destinato a trovare in futuro un lavoro che oggi non esiste! Si tratta di un dato eclatante che però deve essere contestualizzato nell'ambito della quarta rivoluzione industriale o industria 4.0 che si fonda sulla digitalizzazione dei processi industriali e produttivi. Pensare oggi quale sarà l'impatto dell'utilizzo delle nuove tecnologie in vari settori e

in particolare nel settore del cleaning non è sicuramente un compito agevole, ma un dato è certo: la formazione degli addetti ricoprirà sempre di più un ruolo centrale; ovviamente le nuove generazioni saranno maggiormente coinvolte, ma in un orizzonte temporale di breve termine anche l'attuale forza lavoro richiede interventi formativi e percorsi di riqualificazione che incidono profondamente sulle dinamiche aziendali. Pensare di agire come si è sempre fatto, scegliendo i fornitori sulla base di parametri non più attuali significa non guardare al futuro, ma restare ancorati a vecchie logiche. Oggi sono altre le dinamiche che devono determinare la scelta di soluzioni, pro-

dotti e fornitori: perseguire l'efficienza della pulizia come fattore competitivo in diversi ambiti (nel campo sanitario, in quello alimentare, ma più in generale in tutto ciò che riguarda la salute e il benessere delle persone); il risparmio delle risorse per la salvaguardia del pianeta; la capacità di usare le tecnologie e la "digital disruption" per proporre soluzioni davvero innovative, migliorare i processi industriali o le procedure di cleaning agevolando il lavoro degli operatori. Il "Metodo Sorma", fin dal suo concepimento, ha individuato nella formazione su procedure e best practices un fattore determinante per la creazione di valore per i suoi partners.

[www.sorma.europa.it]

61
GSA
OTTOBRE
2017

Con Dussmann la merenda è sana

Acqua, farina, zucchero e materie prime naturali BIO, DOP e IGP senza l'utilizzo di conservanti, coloranti e additivi: è così che Dussmann, che si occupa del servizio di refezione scolastica per molti comuni italiani, confeziona la merenda per bambini e ragazzi. Sono oltre 5800 i pasti che l'azienda di facility management prepara ogni giorno, per le scuole di Padova (nido, infanzia, primarie e secondarie) e di Noventa Padovana, nel suo Centro di Cottura, uno dei migliori in termini di innovazione e risparmio energetico, e forse l'unico in Italia a disporre di un reparto interno dedicato alla preparazione di merende genuine e sane come quelle



che farebbero mamme e nonne. Il servizio di ristorazione scolastica offerto da Dussmann per il Comune di Padova, come da capitolato di gara, comprende nel buono pasto anche una merenda quotidiana: ogni mattina un addetto dell'azienda bussa alle porte degli istituti padovani per consegnare, una porzione di frutta, yogurt o dolce, in comode porzioni già suddivise per ogni classe. Ben due volte alla settimana è il turno del dolce che Dussmann non acquista da laboratori o service esterni, ma prepara nel suo reparto di pasticceria offrendo un prodotto di pasticceria fresco, gustoso e sano, l'obiettivo dell'azienda è di dotare, nei prossimi anni, tutti i suoi centri di cottura di una divisione dedicata alla produzione di dolci fatti in casa.

[www.dussmann.it]

in Milano



Equipment, Coffee and Food
40th International Hospitality Exhibition
October 20_24, 2017 fieramilano

www.host.fieramilano.it





SOLIGHT HOUSEKEEPING

Quando l'eleganza ha la sua importanza

Scopri la linea di carelli Falpi dedicata agli hotel



Housekeeping 1

Piccolo e capiente, completo di cassetto, si adatta ad ogni esigenza grazie ad accessori dedicati.



Service Bar

Permette di organizzare il ripristino del minibar in modo impeccabile, discreto e ordinato.



Housekeeping Clean

Il suo ampio cassetto permette di ospitare ordinatamente attrezzi e detergenti per la pulizia.



Piacevole sensazione di pulito



La linea di prodotti per la lavanderia professionale PER SISTEMI DI DOSAGGIO AUTOMATICO E MANUALE



- **DETERGENTI** con materie prime ecocompatibili
- **ADDITIVI** a base di cloro attivo o ossigeno attivo
- **DISINFETTANTI** ad azione battericida e fungicida
- **AMMORBIDENTI** con profumo micro-incapsulato



SOFT POWER CAPS *Sensitive*
L'innovazione
si moltiplica con una
nuova profumazione in gamma



SutterTech
PROFESSIONAL
Service & Assistance



Sistema elettronico di dosaggio automatico.
Semplice e sicuro.

