

N.2

FEBBRAIO 2015

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

postatarget
magazine

DC005538
NAZ/195/2008

Posteitaliane



MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

TERZA PAGINA

intervista
campagna cameriere ai piani
hotel 6 stelle

GESTIONE

applicazione web
expo 2015
prevenzione
legionella

SCENARI

pulire 2015
alberghi sostenibili
tourism reload

TECNOLOGIE

pulizie con funi
ospiti indesiderati



EDICOM
www.gsanews.it



www.rubinochem.it



*Solo il Meglio
per i Professionisti del Pulito*

Saremo presenti alla Fiera Pulire
Verona 19-21 maggio 2015 - Pad. 2, stand B8/2

NUOVO AMMORBIDENTE, NUOVA TANICA, NUOVO DOSATORE. ED IL PULITO DI SEMPRE.



NUOVA FORMULA
CON MICRO-CAPSULE

NUOVO MANICO
ERGONOMICO

NUOVO MISURINO
GIUSTO DOSAGGIO



PIUMELLA E PIUMELLA SAN ANTICALK. FUORICLASSE DEL PULITO.

Sepca propone da sempre soluzioni innovative per agevolare il tuo lavoro in modo pratico e intelligente. I nuovi ammorbidenti sanificanti Piumella e Piumella San Anticalk sono arricchiti con micro-capsule a rilascio prolungato che garantiscono una lunghissima persistenza del profumo anche dopo la stiratura. Inoltre, grazie al manico ergonomico e al tappo dosatore delle nuove taniche da 5 litri, le tue operazioni quotidiane risulteranno più semplici e senza alcuno spreco di liquidi. CON SEPCA NON ACQUISTI SOLO UN PRODOTTO, MA UN RISULTATO.

SEPCA, SOLUZIONI E SERVIZI PROFESSIONALI PER LA DETERGENZA E LA COSMETICA



SEPCA S.R.L. VIA G. ROSSA, 13 - 42023 CADELBOSCO SOPRA (RE), ITALIA E SEPCA@SEPCA.IT W WWW.SEPCA.IT



Dove l'acqua
non basta

S0light hotel trolleys

Manovrabilità, sicurezza, alto livello prestazionale ed innovazione...
il tutto con eleganza!



www.falpi.com

Falpi[®]

Concentrati sulla pulizia



Concentrati da 50 anni sulla **PULIZIA**, sino ad adottarla come filosofia, le attribuiamo il significato di **Etica** nelle relazioni, **Responsabilità** nella produzione, **Attenzione** alle persone e **Sensibilità** verso l'ambiente. Tutto questo ci ha portato a realizzare prodotti intelligenti, sostenibili e gradevoli studiando per i vari mercati e settori specifiche **soluzioni integrate per la detergenza e l'igienizzazione**.

Il governo completo del processo produttivo e un team di giovani professionisti ci permette di offrire il massimo della qualità, innovazione, formazione e servizio.

PULIRE 19-21 Maggio 2015
THE SMART SHOW

Siamo presenti presso il **PAD. 3 - STAND E4**



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



Fornire **professionalità ed efficienza** al servizio di quelle aziende che vogliono sviluppare brand commerciali di proprietà.



Costruire una **partnership esclusiva** con i nostri migliori clienti distributori, perseguendo una comune politica di marca per vincere la sfida del mercato.



Offrire **consulenza** nei diversi settori industriali, studiando e realizzando prodotti innovativi e **soluzioni ad-hoc** per il raggiungimento del miglior risultato.



Bettari DETERGENTI
CONCENTRATI SULLA PULIZIA

SOMMARIO



ATTUALITÀ	6
AFFARI E CARRIERE	47
CARNET	49
ORIZZONTI	50



INSERTO

TERZA PAGINA

- 15** Roberto Necci, General Manager del Savoy di Roma: "la pulizia elemento fondamentale"
[di **Simone Finotti**]
- 18** #housekeepersglobal, l'hashtag che illumina un mestiere invisibile
[di **Umberto Marchi**]
- 20** Sei stelle e infiniti sogni: l'integrazione passa anche dai servizi
[di **Giuseppe Fusto**]

GESTIONE

- 22** La qualità? Questione di... applicazione
[di **Simone Finotti**]
- 26** A Milano si attende l'Expo. E gli hotel che fanno?
[di **Antonio Bagnati**]
- 28** Gli alberghi: un luogo in cui lavorare sicuri
[di **Carlo Ortega**]
- 31** Legionella... riecchi l'ospite scomoda
[di **Giuseppe Fusto**]

SCENARI

- 34** Pulire 2015, tante proposte anche per gli hotel
[dalla redazione]
- 38** Quegli alberghi "verdi" che risparmiano e attirano turisti
[di **Laura Guidi**]
- 40** Hotel reload: riqualificare l'albergo per rilanciare il turismo
[dalla redazione]

TECNOLOGIE

- 42** "Nanoscienze in quota", le nuove vette del pulito
[di **Umberto Marchi**]
- 46** Le cimici dei letti turbano i sogni di expo?
[dalla redazione]

Oie' ESSENZA

APPROVATO CONTENUTO IPERALLERGENICO DI ALLERGENI

LINEA ESCLUSIVA LUXURY FRAGRANCE REFINEE

SERIE BOUQUET CLASSIC SENZA TEMPO

Rubino Chem s.r.l.
Dal 1969... preziosi formulati fatti di qualità
www.oieessenza.it

Via VV.FF. caduti in servizio, 14/S
70026 Bari-Modugno
Tel. 0805035348 - Fax 080.5008545

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
Per il periodo 1/1/2013-31/12/2013
Periodicità: MENSILE • Tiratura media: 5.583 • Diffusione media: 5.438
Certificato CSST n. 2013-2419 del 25/02/14 • Società di Revisione: FAUSTO VITTUCCI

"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"



© Copyright EDICOM srl - Milano

COLOPHON

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@gsanews.it - www.gsanews.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
VELAWEV - 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 65
EUROPA E PAESI EXTRA EUROPEI EURO 130
C.C.P. 38498200

Italchimica “mosca bianca”: continua a crescere a doppia cifra



Risultati esaltanti per Italchimica! No, nessuna esagerazione: parliamo di quanto è emerso nell'ultima convention dell'azienda veneta, organizzata per fare il punto sull'anno appena trascorso e per definire gli obiettivi per questo 2015. Giustificata la soddisfazione di **Alessandro Fioretto**: “E' stata un'annata incredibile, siamo una delle mosche bianche del mercato. Pensi che nel 2014 siamo passati da 25 a 38 milioni di fatturato, e per quest'anno puntiamo a quota 50. Le carte in regola ci son tutte: ottimi prodotti, buon rapporto prezzo/qualità, una forza vendita capace e competente”.

Cosa fare “da grandi”?

E anche se Fioretto parla di “cosa vogliamo fare da grandi”, Italchimica ha già dei numeri da realtà consolidata: duemila clienti fidelizzati, oltre 50 paesi serviti nel mondo. “Eppure chi voglio essere da grande -prosegue- è una domanda ricorrente della mia vita, è stata il vero motore di spinta. Questa domanda è stata la vera motivazione quotidiana per questa azienda”.

Grazie a tutta la squadra

Ha detto Fioretto nel corso della convention: “Da piccoli si pensa solo a crescere in fretta. Og-

gi posso dire con orgoglio che Italchimica è diventata grande grazie all'impegno quotidiano di tutta la squadra e delle persone che dietro le quinte ogni giorno danno il massimo in ogni reparto per migliorare l'azienda, la qualità dei suoi prodotti e le sue performance”.

Solidità, sicurezza e nulla lasciato al caso

E prosegue: “Italchimica è una società che ha una solida capitalizzazione, che ogni anno crea utili che vengono puntualmente reinvestiti. Siamo diventati visibili, siamo attraenti perché nulla è lasciato al caso ma è tutto voluto”.

L'importanza di una buona organizzazione

Tutto ciò, però, sarebbe inutile senza una buona organizzazione. E questo è un altro punto di forza: “La nostra è un'azienda coerente, in grado di mantenere le parole e le aspettative perché ha un organigramma solido e una precisa organizzazione volta ad un'unica missione. La nostra programmazione è attenta e capillare, e i risultati non sono frutto del caso, ma di un impegno costante fatto di obiettivi e strategie per realizzarli. Anche questo ci rende molto fieri”.

Una realtà internazionale

Tutto ciò rappresenta la base per aspirare a una dimensione internazionale. Nel 2014 è stata resa operativa la startup ITC EE per il mercato rumeno e limitrofo. Italchimica è un'azienda in crescita che continua ad assumere: “Fra le figure chiave -dice Fioretto- spicca la nuova assunzione di un Export Area Manager per il settore professionale con il quale abbiamo fatto un attento programma di sviluppo per le aree attualmente non coperte. Continua inoltre la partecipazione alle fiere internazionali del professionale. All'estero continuiamo ad acquisire nuovi clienti”.

La forza degli investimenti

Per tutto questo, naturalmente, sono necessari degli investimenti, che nel caso di Italchimica sono possibili “perché esiste un'attenta strategia nella ricerca mercati e prodotti innovativi. E inoltre c'è una costante fiducia da parte del sistema finanziario che continua e aumenta ogni anno di più: i programmi e le attività vengono coperti da auto finanziamento e in parte da banche e leasing”.

Talenti e uomini di successo

Ma Italchimica non si ferma qui. A proposito di assunzioni, l'azienda fa una vera e propria opera di talent scouting: “Ricerchiamo continuamente talenti che possano far crescere l'azienda attraverso le loro competenze e qualità. Nel 2014 abbiamo assunto diciassette nuovi talenti, che hanno portato a cinquanta il numero di nuovi dipendenti nello scorso triennio”.

Semplicità e innovazione: come bere un bicchier d'acqua!

Fioretto ha terminato parlando di innovazione. “L'innovazione è l'implementazione di un prodotto nuovo o significativamente migliorato, è un nuovo metodo di marketing. A patto però che il motore dell'innovazione sia il sincero e forte desiderio di servire l'uomo, produrre qualcosa di buono, migliore e bello. “L'innovazione -dice Fioretto- è il progresso tecnologico, è il nuovo modo di vedere il mondo. L'innovazione è pazzia, la pazzia di abbandonare un porto sicuro per scoprire nuovi lidi. E' voglia di scommettere”. Quest'anno, poi, ci sarà un palcoscenico molto atteso che si chiamerà Pulire 2015. “Abbiamo confermato lo spazio dello scorso anno. E' un appuntamento importante, però auspicherei una fiera meno orientata alle imprese e più integrata con l'Horeca”.

Nella foto accanto la premiazione, per i risultati raggiunti, di: (da destra) Nunzio Fioretto, Alessandro Fioretto, Fabrizio Fioretto, Marco Fioretto

www.italchimica.it



SOlight di Falpi, la nuova generazione di carrelli per l'hotel



è la manovrabilità, che significa facilità di lavoro e risparmio di tempo e di energia.

SOlight, la risposta di Falpi

Falpi, azienda piemontese che da anni ricerca la qualità sostenibile fin nel minimo dettaglio, ci ha abituato a declinare la propria produzione in maniera quasi sartoriale, progettando soluzioni ad hoc per tutti i comparti. La linea di carrelli SOlight è una risposta alle esigenze di eleganza e funzionalità tipiche dell'ambiente alberghiero. "Manovrabilità, sicurezza, alto livello prestazionale ed innovazione... il tutto con eleganza!" è il claim della linea, che ha segnato un nuovo punto di riferimento per le pulizie alberghiere di qualità.

Modulari, robusti, manovrabili

Una caratteristica molto apprezzata è la modularità: i carrelli SOlight sono progettati in tutti i sensi per essere i compagni di lavoro degli operatori alberghieri, grazie a soluzioni intelligenti che li rendono indispensabili in ogni situazione. Leggerezza, ergonomia, usabilità e forme arrotondate costituiscono garanzia di sicurezza e di facile utilizzo.

La struttura: modulare

I carrelli sono costituiti da un'innovativa struttura modulare sulla quale i pannelli, nei diversi materiali che li compongono, o gli accessori, vengono fissati. Ma non è tutto: proprio in virtù della sua modularità, ogni carrello SOlight è espandibile e personalizzabile, secondo le esigenze degli utilizzatori. E così si potranno avere vari colori, i sacchi posizionati in modo diverso, più o meno cassetti e ripiani, agganci vari per gli strumenti di lavoro, scaffali, antine e tutto quanto serve per avere sempre tutto a portata di mano.

Silenziosi, discreti

Ma dicevamo anche di altre caratteristiche;

la discrezione, per esempio: pensate alle tinte, in un albergo non devono stridere con l'atmosfera generale, ma devono muoversi tra gli spazi con eleganza senza quasi essere notati. Poi la silenziosità: un carrello che avanza cigolando lungo il corridoio, magari sbattendolo ogni tanto qua e là, si fa notare, e non certo in positivo!

E molto manovrabili

Con SOlight questo rischio è scongiurato: la struttura leggera e robustissima in alluminio, le ruote in poliuretano con cuscinetti a sfera da 125 millimetri, il manico ergonomico, sono alcune tra le caratteristiche che conferiscono ai carrelli SOlight movimenti silenziosi e grande manovrabilità. Il profilo sagomato, completo di paraurti in gomma, delimita e crea un ingombro perfetto, sia in larghezza che in profondità e altezza, per operare anche negli spazi alberghieri più ristretti e difficili. Senza che tutto questo aumenti la difficoltà nell'utilizzo. Anzi, è proprio il contrario. Da non sottovalutare l'ampiezza della gamma, che combinata con l'estrema varietà delle personalizzazioni copre davvero tutte le esigenze di impiego.

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



Non è facile progettare e realizzare un buon carrello per l'hotel. Il perché si capisce bene: oltre alla robustezza, alla funzionalità, alla resistenza e agli standard di performance di un carrello professionale, le attrezzature destinate al mercato alberghiero devono avere anche un ottimo impatto estetico. Devono essere discrete e al contempo affidabili, eleganti e belle da vedere e non perdere una virgola in efficacia. Senza contare l'ergonomia: non si può pensare che un operatore utilizzi per molte ore attrezzature difficili da maneggiare che lo costringono a sforzi e posture innaturali.

Le caratteristiche di un buon carrello per l'hotel

In un albergo, inoltre, le operazioni per cui il carrello è indispensabile sono svariate: dalla pulizia ai piani, nelle camere e negli spazi comuni, alla sostituzione della biancheria e delle dotazioni di cortesia. Questo fa sì che, in un ambiente come quello alberghiero, sia necessario personalizzare le attrezzature. Inoltre, visti gli spazi spesso angusti e ristretti, un'altra caratteristica di enorme importanza



Non c'è che dire: la Rubino Chem non sta mai ferma. Dopo l'imponente opera di rinnovamento degli stabilimenti dei mesi scorsi, che ha aumentato la potenzialità e la qualità produttiva, e dopo il "restyling digitale" e l'apertura della sezione inglese del sito internet www.rubinochem.it, l'azienda di Modugno (Bari) ha inaugurato un nuovo capannone di quattrocento metri quadrati specificamente dedicato al soffiaggio e allo stampaggio di materie plastiche.

Lavorazione plastica interna

Un bel vantaggio, quello di poter disporre di una sezione completamente interna per la lavorazione della plastica. Ciò, infatti, consentirà all'azienda di non doversi più rivolgere a terzi e, ovviamente, di poter lavorare con maggiore libertà e flessibilità sul packaging, sia per la parte estetica, sia in termini di robustezza, ergonomia, facilità di utilizzo e soluzioni speciali. Comprensibile, quindi, la soddisfazione dell'amministratore unico **Luigi Rubino**: "Era in progetto già da tempo, e adesso stiamo facendo anche questo importante passo in avanti -spiega-. In realtà i nuovi impianti installati sono due, concentrati in un'unica area per una maggiore efficienza. In questo modo ottimizziamo il ciclo di produzione e possiamo creare nuovi imballi ed essere più in sintonia con le richieste del mercato".

Un packaging tutto nuovo

Prosegue Rubino: "Abbiamo già gli stampi nuovi per flaconi rivisitati dal punto di vista estetico e delle performance, secondo le nuove tendenze". Ma non è solo una questione di "occhio". "Abbiamo constatato che oggi buo-

Ancora novità da Rubino Chem!

na parte del mercato tradizionale si sta spostando verso le nuove soluzioni di dosaggio: i superconcentrati, in particolare, vanno per la maggiore perché consentono risparmi importanti nei costi di trasporto, nell'utilizzo di acqua, e, in generale, nell'impatto ambientale. Il problema, però, è nel dosaggio: per questo stiamo preparando un nuovo packaging con tappo dosatore per concentrati monodose.

Un po' di storia

La Rubino Chem è un'azienda storica nel panorama della detergenza italiana: nata nel 1960 da un'idea di **Antonio Rubino**, si è evoluta grazie alla passione e la professionalità del figlio Luigi a partire dal 2002, anno della trasformazione della ragione sociale in Rubino Chem. Tra le aziende di riferimento nel settore chimico nazionale, ha saputo più volte diversificare l'attività ampliando gli orizzonti e offrendo prodotti di qualità per un uso professionale e industriale. Grazie al duro lavoro di due generazioni che hanno creduto in un progetto imprenditoriale mirato all'eccellenza, oggi più che mai la società è viva e gioca il suo ruolo da protagonista in un mercato sempre più complesso.

Parole d'ordine: "tecnologia e innovazione"

La parola d'ordine è "tecnologicamente avanzato". L'azienda ha un reparto Ricerca & Sviluppo che coopera direttamente con la facoltà di Chimica dell'Università di Bari. Il personale altamente specializzato crea nuove soluzioni che possano garantire l'efficacia del prodotto. L'efficienza e l'impatto con l'ambiente è costantemente monitorato al fine di trovare soluzioni ecocompatibili e sicure per gli utilizzatori; per tale motivo, nei processi produttivi vengono impiegate esclusivamente materie prime di altissima qualità e con certificazioni internazionali.

Luigi Rubino, giorno dopo giorno, ha saputo costruire un'azienda capace di offrire ai clienti un servizio di assistenza e consulenza completo ed una gamma di prodotti, pronti a soddisfare tutte le esigenze.

Un'ampia offerta merceologica

Oggi Rubino è in grado di spaziare in un ampio ventaglio di prodotti: formulati e detergenti per uso professionale; sanitizzanti per le industrie alimentari; specialità chimiche per uso industriale; profumi, essenze ed assorbitori odori ambientali; protettivi, impermeabilizzanti per manufatti edili e beni architettonici; prodotti speciali per l'industria edile, estrattiva e di grandi lavori; estrusione e soffiaggio materie plastiche; distribuzione nazionale ed internazionale dei propri manufatti e dei prodotti e materiali di consumo affini. L'azienda inoltre assiste e segue i clienti anche nel post-vendita, per suggerire l'uso corretto dei prodotti.

Anche online!

L'azienda è anche molto presente online, condizione imprescindibile per essere presente in un mercato sempre più evoluto: il restyling digitale dei mesi scorsi ha avuto riscontro anche per i social network, i quali sempre più seguiti hanno potenziato il customer service e indirizzato curiosi e interessati verso i partner dell'azienda che distribuiscono i prodotti su tutto il territorio nazionale e internazionale. Sono in programma per il 2015 ulteriori iniziative che promuovano l'azienda sul web. Ma il 2015, come dimenticarlo, è anche l'anno di Pulire, fiera di riferimento in cui Rubino Chem crede molto: "E' un bellissimo appuntamento -dice Rubino-. Noi puntiamo molto sulle manifestazioni del settore: oltre a Verona, andremo anche a Madrid e, l'anno venturo, ad Amsterdam".

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

Ristocloud, per una ristorazione a norma di UE



Si chiama RistoCloud, ed è una rivoluzionaria piattaforma proposta da Consulenza e Servizi al mondo della ristorazione, collettiva e commerciale, ma anche all'ospitalità (ove si preveda un servizio ristorante) e alla Grande distribuzione che tratta generi alimentari. Tutti quei settori, insomma, interessati dal "tornado" del Nuovo Regolamento UE 1169 del 2011, entrato definitivamente in vigore, senza sconti per nessuno, lo scorso dicembre: il Regolamento interviene sulle etichettature alimentari e impone anche al settore della ristorazione di fornire in modo chiaro, leggibile e sempre aggiornabile la presenza di allergeni nei piatti o alimenti somministrati. Gli allergeni previsti sono 14, quelli cioè che hanno causato almeno un decesso, e sono descritti nell'allegato 2 del Regolamento.

L'idea

E qui nasce l'idea, semplice e geniale, di Consulenza & Servizi. Nessuno meglio di **Claudio Champion**, consulente con anni di esperienza proprio nel settore della ristorazione professionale, è in grado di illustrarne gli sviluppi: "Abbiamo visto che nel mondo della ristorazione c'è ancora una gran confusione quando si parla di nuove etichette. Eppure la norma è chiara: chi offre il cibo al cliente finale ha il dovere di informarlo su ingredienti e potenziali allergeni in tre modi: o scritto sul menu, o in modo verbale, ma solo in caso di ingredienti verificabili,

o con l'aiuto delle nuove tecnologie. E proprio su questo ci siamo concentrati e abbiamo realizzato dopo due anni di progettazione e di sviluppo, la piattaforma ristoCLOUD, in due versioni: la versione Professional destinata alla Ristorazione Collettiva e la versione EAT che consente, a tutti gli esercenti dei molti punti di ristoro, di ottemperare senza disagi ad un regolamento che noi riteniamo possa essere un passo di grande civiltà".

Ottemperare senza disagi né errori: ogni passaggio è guidato

Prosegue Champion: "Ottemperare senza disagi, questo è il leitmotiv che ci ha spinto a creare la piattaforma web Cloud "Ristocloud EAT" portando la nostra esperienza e competenza maturata negli anni nei sistemi di gestione della ristorazione collettiva nella ristorazione commerciale di tutti i giorni. Mediante la piattaforma, accessibile da pc, tablet e smartphone, qualsiasi esercente può ottemperare al regolamento UE 1169/2011 in maniera molto facile ed immediata senza rischiare di commettere errori in quanto ogni passaggio è guidato e reso immediatamente fruibile anche a utenti con modesta capacità informatica.

Come funziona

L'estesa banca dati presente nel sistema, che copre attualmente migliaia di ingredienti base e composti, completa delle informazioni sugli allergeni e i valori nutrizionali (derivanti dalle tabelle LARN e IEO), permette a tutti di comporre in soli tre passi ogni tipo di preparazione alimentare semplicemente selezionando gli ingredienti, immettendo se desiderato le grammature e completando la ricetta con un'immagine e le varie informazioni che descrivono la preparazione. Il sistema elabora automaticamente la preparazione completandola di tutte le informazioni necessarie per ottemperare agli obblighi attuali e futuri del regolamento, sia in termini di

allergeni che di valori nutrizionali (se presenti le grammature); ogni preparazione può essere poi raggruppata in uno o più menù, con personalizzazione completa di portate, prezzi e tipologia di proposta. Il sistema permette inoltre di creare una propria dispensa ingredienti, personalizzando quelli proposti nella banca dati con le informazioni di uno specifico produttore e delle informazioni aggiuntive che quel prodotto porta con sé in termini di allergeni di processo che di additivi contenuti. Le potenzialità e gli automatismi che questa piattaforma offre sono veramente sorprendenti, basti pensare che per esempio con un solo click un ristoratore riesce ad aver aggiornato in tempo reale ogni piatto proposto e inserito nelle composizioni dei propri menù se per esempio oggi in cucina utilizza per un determinato ingrediente il prodotto della marca B al posto di quello della marca A, che magari differisce per uno o più allergeni di processo contenuti!

Una piattaforma, due soluzioni

La piattaforma permette all'esercente di ottemperare in due modi al regolamento nei confronti dei propri clienti (che coincidono poi con le due forme di abbonamento al servizio che un utente può decidere di scegliere) stampando i propri menù e/o le schede di ogni piatto/preparazione alimentare o attivando la parte web visibile al cliente e che riporta in maniera molto efficace la consultazione dei vari menù e dei piatti che di volta in volta si vogliono presentare. Questa seconda modalità dà la possibilità ad un esercente di avere un vero e proprio sito web dove poter dare completa visibilità della propria attività su internet (presentazione attività, prenotazioni, contatti, ecc.) ed essere nello stesso tempo in piena regola con quanto richiesto dal regolamento UE 1169/2011 addirittura in tempo reale con la propria cucina!

[www.ristocloud.it]



Fimap e la sfida al m²

Scopa a batteria Broom

10
GSA
FEBBRAIO
2015



I settori di applicazione della pulizia professionale sono in continuo aumento, grazie agli investimenti nella realizzazione di modelli sempre più compatte, versatili e semplici che ne permettono l'impiego nelle più diverse tipologie di ambiente.

Fimap è da sempre impegnata a diversificarsi sul mercato grazie a modelli dal significativo contenuto tecnologico e dell'importante contributo al miglioramento dell'interazione dell'operatore con la macchina ed al rispetto per l'ambiente. Continuando con una produzione che rispetta tali valori l'azienda si sta da tempo concentrando sul portare il pulito professionale anche dove prima non c'era. Con questo obiettivo Fimap ha lanciato negli ultimi anni modelli di lavasciuga pavimenti profondamente rivoluzionari, come Genie, Mxr ed iMx.

Non il solito pulito

Ognuna di queste macchine ha dato al mercato del cleaning professionale una scossa positiva, dimostrando che c'è ancora molto che si può fare e che si può offrire. La uomo a terra Genie ha aperto un nuovo segmento di mercato, dando l'opportunità di assicurarsi i benefici del pulito meccanizzato dove prima non era possibile. Mxr ha il merito di aver portato l'uomo a bordo dove prima solo le uomo a terra potevano essere scelte, permettendo all'operatore del pulito di lavorare seduto, quindi più comodamente e più velocemente. Parte delle soluzioni tecnologiche applicate ad Mxr hanno favorito lo sviluppo della lavasciuga pavimenti iMx, dotandola di caratteristiche simili, design più ergonomico, più alto indice di riciclabilità, ancora più semplicità d'uso ed affidabilità. Segue poi l'intervento nel comparto spazzatrici: con FSR Fimap reinventa la spazzatrice, creando un modello uomo a bordo decisamente compatto, assolutamente ergonomico, pratico e semplice, in grado di pu-

lire da pavimentazioni esterne ad interne fino alla moquette. Non ancora soddisfatta la crea in due versioni, una a batterie e l'altra ibrida. FSR Hybrid combina motore a benzina e batterie, arrivando a lavorare per 7,5 ore: quindi lunga autonomia operativa da sfruttare comodamente seduti.

Tutte queste rivoluzioni, oltre ai valori



Lavasciuga pavimenti Mxr



Spazzatrice FSR

sopra menzionati hanno in comune anche un altro concetto: il pulito non deve dipendere dalla fatica dell'operatore. Si può dire che Fimap abbia iniziato negli ultimi anni una vera e propria sfida al m², con modelli sempre più compatte, per aiutare a pulire ovunque in modo professionale, rendendo il pulito qualitativamente migliore e meno faticoso.

La novità

Ora Fimap lancia sul mercato un nuovo prodotto, che inserisce nella categoria spazzatrici, pur trattandosi di un modello decisamente a misura d'uomo, si chiama Broom ed è una scopa a batteria leggera e compatta che si propone come una pratica e veloce soluzione tra scopa ed

aspirapolvere. Raccoglie piccoli residui senza bisogno di chinarsi come si farebbe con una scopa e senza filo di alimentazione, caratteristico dell'aspirapolvere. Come funziona? Broom è dotata di batteria al litio, che garantisce fino a 40 minuti di autonomia e si può ricaricare in qualsiasi momento, per essere sempre pronta quando serve. Raccoglie i residui con facilità e li deposita in un pratico cassetto che si sfilava e si svuota in un attimo.

È alta solo 14 cm, quindi passa sotto tavoli, sedie e mobili, pulisce lungo i bordi delle pareti e segue il profilo degli arredi, arrivando fino agli angoli.

La comodità è la sua qualità essenziale: il manico telescopico, l'impugnatura ergonomica e la rotazione a 360° permettono movimenti disinvolte e naturali, che non affaticano, anzi rendono l'attività un'esperienza positiva e piacevole. Inoltre è leggera, si può portare ovunque necessario senza fatica risultando quindi anche estremamente versatile. Le possibilità di impiego infatti sono davvero tante. Broom è pronta ad entrare nelle case come nelle piccole attività commerciali. In ambiente domestico si può utilizzare in qualsiasi stanza, dalla cucina al garage, dal terrazzo al vialetto d'ingresso. Negli ambienti professionali risulterà molto utile in negozi, botteghe, piccoli supermercati, laboratori artigianali e ancora locali pubblici, caffetterie o pasticcerie. L'immediatezza con cui si può intervenire e gestire anche piccoli imprevisti, rende Broom un valido aiuto quotidiano in molteplici situazioni, provare per credere!

[www.fimap.com]



Lavasciuga pavimenti Gente



Scopa a batteria Broom

PULIRE

THE SMART SHOW

2.1



gli
ultimi
sorsi*

*90% area venduta

19/21 maggio **2015**
VERONA / Italia

Fiera Internazionale della
Pulizia Professionale



www.pulire-it.com
per informazioni:
Afidamp Servizi srl
Tel.: +39 02 6744581



FEBBRAIO
2014

INSERTO

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

TERZA PAGINA

INTERVISTA **15**
CAMPAGNA CAMERIERE AI PIANI
HOTEL 6 STELLE

GESTIONE

APPLICAZIONE WEB **22**
EXPO 2015
PREVENZIONE
LEGIONELLA

SCENARI

PULIRE 2015 **34**
ALBERGHI SOSTENIBILI
TOURISM RELOAD

TECNOLOGIE

PULIZIE CON FUNI **42**
OSPITI INDESIDERATI

KIEHL
die saubere Lösung

Fuori tutto!

**Pulizia di fondo radicale prima
della ceratura con prodotti
Kiehl Hightech**

**Per saperne di più scaricate la
nostra nuova App o visitate il
nostro sito.**

www.sonner-partner.de



GSA
IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

Sistemi professionali per pulizia,
manutenzione ed igiene perfetti.



www.kiehl-group.com

roberto necci, general manager del savoy di roma: “la pulizia elemento fondamentale”

Anche nel cuore della Capitale, dove si potrebbe pensare che le camere “si vendono da sole”, la pulizia è una componente fondamentale della strategia dell’ospitalità. Ne parliamo con Roberto Necci, general manager dell’hotel Savoy e da poco presidente di Ada Lazio.

di Simone Finotti

Dottor Necci, il fatto che un hotel si chiami Savoy e che sia a due passi da Piazza di Spagna, dove la gente immagina che le camere si vendano da sole, significa che può fregarsene della reputazione online?

“Assolutamente no, al contrario. Certo, gli alberghi che si trovano in certe posizioni hanno già un vantaggio di partenza. Ma in ogni caso la *brand reputation* è un punto-cardine di ogni strategia alberghiera, e sappiamo che



Roberto Necci è da poco presidente di Ada (Associazione Direttori d’Albergo) – Lazio e, da qualche mese, general manager del Savoy, uno dei più centrali e prestigiosi “quattro stelle lusso” di Roma. Inoltre, è proprietario dell’hotel XX Settembre, trenta camere anch’esse nel cuore della Capitale. E’ anche nel Consiglio direttivo di Federalberghi Roma e Lazio. La persona giusta, insomma, per parlare di strategie alberghiere a tutto campo. E non solo economiche e finanziarie, materia in cui Necci vanta una lunga esperienza, ma in generale di punti-chiave dell’hospitality. Come l’igiene, ad esempio: “Impeccabile pulizia della camera ed in generale di tutti gli spazi”, recita uno degli ultimissimi commenti lasciati su Trip Advisor da un cliente del XX Settembre. Segno dell’attenzione che la proprietà dedica a questo aspetto. E proprio da qui partiamo.





la pulizia è uno degli aspetti centrali in questo senso. Cadere sulla pulizia significa fare un danno al cliente e a se stessi. A maggior ragione quando le aspettative sono elevate: se un cliente trova una camera poco pulita, è finita”.

Come è gestita la pulizia nei suoi alberghi?

“Il Savoy è un Quattro stelle lusso di 124 camere distribuite su 6 piani, ha un coefficiente di occupazione piuttosto elevato e una platea di clientela particolare. La pulizia è gestita internamente: la figura di riferimento è quella dell’housekeeper manager, poi ci sono i vari addetti ai piani. Il XX Settembre è un albergo più piccolo, ha trenta camere e viene gestito con

le dinamiche tipiche di un albergo familiare. Questo non significa, però, che si possa gestire la pulizia in modo superficiale”.

Come vede i suoi nuovi ruoli?

“Sono stato eletto alla presidenza di Ada Lazio da circa un mese, e conto di portarci la mia esperienza come direttore e proprietario. Mi sembra un’associazione dinamica con un’idea chiara del futuro. Certo, le criticità ci sono sempre, a partire dal rapporto con gli istituti di credito, che negli ultimi anni è diventato sempre più difficile. Al Savoy, invece, sono diventato general manager dopo aver seguito il processo di risanamento dell’hotel, in cui mi sono impegnato in prima persona. In

generale, direi che la linea d’azione di Ada Lazio si concentra sulla valorizzazione delle competenze manageriali del direttore d’albergo”.

E’ attento alle novità in ambiente alberghiero?

“Sempre, è un dovere, anche sotto l’aspetto dell’igiene. Proprio ultimamente, a fine gennaio, sono stato all’Albergatore Day, la più importante manifestazione romana di incontro e confronto fra albergatori e fornitori di prodotti e servizi per il mondo alberghiero. Devo dire che mi hanno molto colpito i nuovi sistemi di sanificazione ad hoc per il mondo alberghiero, in particolare per l’ambiente-camera. C’è una notevole evoluzione in questo ambito e gli albergatori sono interessati. Qualche giorno prima, inoltre, sono stato invitato come relatore all’evento Tourism Reload, a Milano: una giornata di approfondimento molto proficua in cui si è parlato anche di come riqualificare gli alberghi dal punto di vista energetico risparmiando e innalzando la qualità”.

Quando lei viaggia, trova alberghi puliti?

“Sì, devo dire mediamente di sì. Certo, io mi muovo spesso negli hotel di amici e conoscenti, però in generale devo dire che negli ultimi anni vedo una maggiore attenzione al pulito”.



Le piccole cose contano: non "sporcare" la reputazione aziendale

I segreti di P&G Professional per combattere le macchie più ostinate

Nel settore alberghiero l'importanza della biancheria pulita non deve essere sottovalutata.

Gli standard della clientela sono elevati. Pertanto, anche la più piccola delle macchie può determinare il successo o il fallimento della reputazione aziendale. Le macchie non sono solo sgradevoli per i clienti, ma hanno un impatto sul successo del business. Secondo un recente sondaggio condotto da P&G Professional, il 45% degli operatori indipendenti ritiene che la biancheria pulita eserciti un effetto significativo sulla soddisfazione della clientela e, di conseguenza, sulle recensioni e sul rating generale espresso dai clienti. Ciononostante, il 24% confessa di non sapere come rimuovere le macchie ostinate. E' per questo che P&G Professional, divisione di Procter and Gamble, ha scelto di sostenere le aziende per migliorare ulteriormente la capacità di rimuovere le macchie e per salvaguardare la reputazione aziendale, condividendo i segreti per l'eliminazione delle macchie più ostinate.

Metà degli intervistati ritiene che i prodotti di qualità migliorino l'aspetto della biancheria.

Quando si tratta di cura dei tessuti, il metodo utilizzato per la pulizia deve essere una priorità. E' infatti importante non solo trattare le macchie tempestivamente per evitare che si ossidino ma soprattutto scegliere un detersivo di qualità in grado di rimuovere le macchie più ostinate.

Dash Professional, nelle varianti in polvere e liquido, offre agli operatori del settore alberghiero il potere pulente necessario per ottenere risultati anti-macchia straordinari, ad ogni lavaggio. Dash Professional polvere è noto per la sua azione efficace contro le macchie ossidate, mentre il nuovo Dash liquido con l'esclusivo tappo pretrattante, garantisce una performance contro le macchie ancora superiore. Dash Professional, offre il vantaggio aggiuntivo di garantire una pulizia imbattibile, anche nei cicli brevi e a basse temperature ed esercita un'azione efficace contro le macchie più ostinate come quelle di grasso, salvaguardando reputazione e business.

Il 47% degli intervistati ritiene che l'applicazione del giusto ciclo di lavaggio e una migliore conoscenza dei prodotti consentirebbero di eliminare le macchie.

E' estremamente importante attivare una formazione continua efficace e regolare, per fornire al personale gli strumenti necessari per implementare le giuste procedure per il lavaggio della biancheria. E' per questo che P&G Professional ha sviluppato materiali informativi che forniscono alle aziende gli strumenti necessari per combattere le macchie ostinate, proteggendo la reputazione del business.

Non c'è una seconda possibilità per dare la prima impressione.

Dato che la maggior parte delle recensioni negative sui siti web di rating riguarda la presenza di macchie sulla biancheria, non bisogna rischiare la reputazione aziendale facendosi cogliere in fallo. Bisogna sempre identificare la biancheria maggiormente soggetta alla formazione di macchie e assicurarsi che engano implementate misure adeguate per l'identificazione delle macchie stesse. Per scoprire come ottenere risultati eccellenti nella rimozione della macchie sin dal primo lavaggio, controllate la gamma completa di detersivi per il bucato Dash Professional.

P&G Professional vanta una lunga esperienza fondata sulla collaborazione con il settore alberghiero. Siamo consapevoli dell'importanza dell'eliminazione delle macchie per mantenere indenne la reputazione e far prosperare il business. Dash Professional, disponibile in polvere e liquido, rappresenta una soluzione esclusiva a tolleranza zero sulle macchie, persino su quelle più ostinate del settore.



Segreti per la rimozione delle 5 macchie più ostinate

Vino, sangue, caffè, grasso e cioccolato sono considerate tra le macchie più ostinate, ma, come dimostrato da P&G Professional, non impossibili da rimuovere, soprattutto con l'aiuto del detersivo giusto.



every experience counts.™

P&G
Professional

#housekeepersglobal, l'hashtag che illumina un mestiere invisibile

di Umberto Marchi

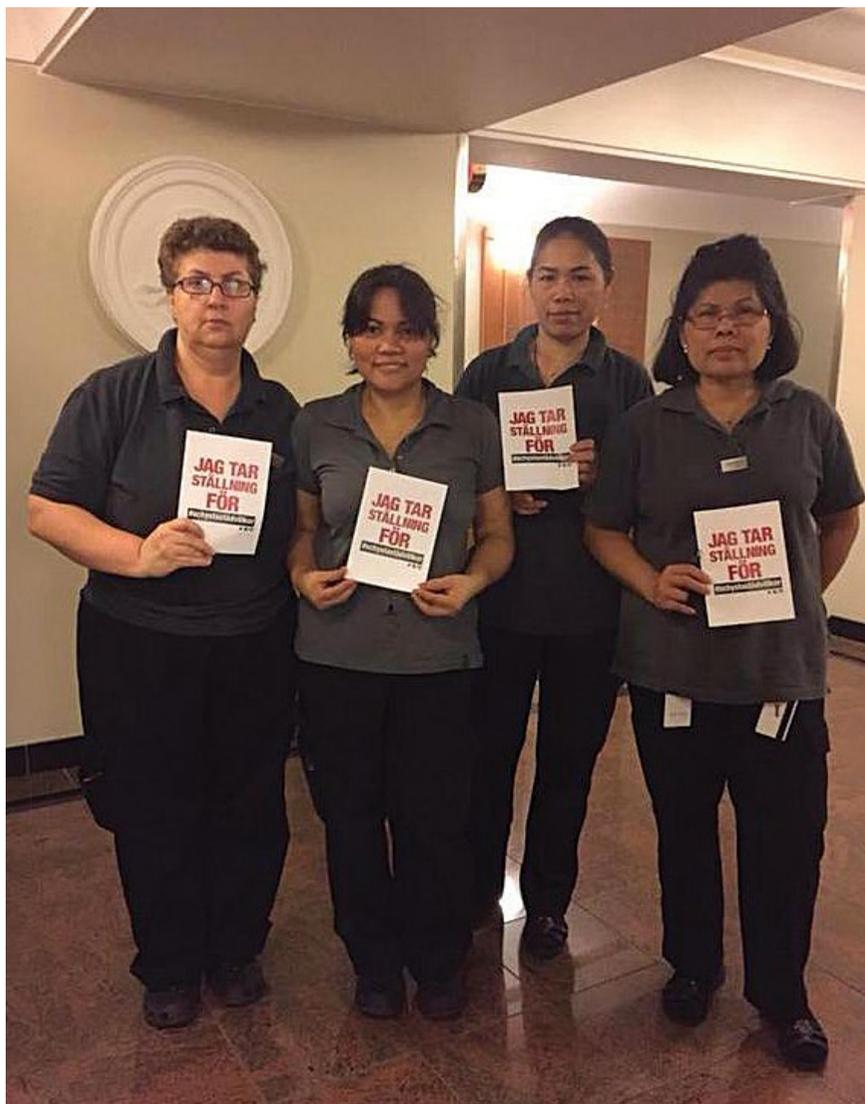
Il lavoro delle “cameriere ai piani” è ancora considerato svilente, di serie b. Eppure, oltre a tenere pulite le camere, rivestono un ruolo di relazione, perché entrano nella sfera privata del cliente, e ne va della qualità complessiva dell’offerta. Per ridare dignità al loro ruolo è nato l’hashtag “#housekeepersglobal”, che supporta iniziative come la Settimana di lotta per i diritti delle cameriere ai piani, svoltasi lo scorso dicembre su idea della Iuf.

18
GSA
FEBBRAIO
2015

L’hashtag è chiaro, così come il suo messaggio: #housekeepersglobal, come a dire che l’unione fa la forza. A livello globale. L’idea di lanciare il nuovo “tormentone” sui social è nata a supporto della “settimana di lotta per i diritti delle cameriere ai piani”, svoltasi dal 3 al 10 dicembre scorso su iniziativa della Iuf - organizzazione sindacale che raggruppa le Federazioni Sindacali Nazionali del settore alimentare, degli alberghi e dei ristoranti a livello mondiale. Dimostrazioni, picchetti e volantaggi in tutto il mondo. Ma anche campagne mediatiche e corse podistiche dalle Maldive a Hong Kong, dalla Thailandia a Corea, Filippine, Nepal, Argentina, Brasile, Nicaragua, Kenya, Zambia, oltre a diversi paesi europei.

Un ruolo-chiave, un mestiere importantissimo

Quello dell’housekeeper è un mestiere importantissimo, uno dei ruo-



li-chiave dell’hotel, ma anche un mestiere invisibile, che si vede solo quando qualcosa va storto o tutto non fila liscio come dovrebbe. Ora, se è giusto e comprensibile “non accorgersi” di loro quando le cose funzionano, è anche doveroso riconoscere il lavoro ben fatto, i meriti e la professionalità di un ruolo-cardine come quello dell’housekeeper. Dare voce, insomma, a lavoratrici troppo spesso

invisibili, come invisibili restano i loro diritti, le loro difficoltà e le conseguenze di un lavoro tanto difficile e faticoso.

Tante le “zone d’ombra”

Ma quali sono le principali criticità di questo lavoro, di cui molto spesso ci siamo occupati anche nella nostra rivista? Lo spiega con chiarezza **Massimo Frattini**, International of-

ficer – hrt coordinator Iuf-Iuta: “Diversi possono essere i problemi di salute legati a questi impieghi, anche perché le cose da fare sono moltissime, e alcune pericolose e pesanti: sollevare materassi, utilizzare prodotti chimici, spingere carrelli”. Poi c’è quello a cui non si pensa mai, ma che purtroppo è un problema molto sentito nell’ambiente: “Non paliamo, poi -prosegue Frattini- dei numerosi casi di molestie a sfondo sessuale”. Non dimentichiamo che stiamo parlando di una professione quasi esclusivamente femminile.

Un lavoro di serie “b”? No di sicuro!

Come se ciò non bastasse, il lavoro della cameriera ai piani continua ad essere considerato di serie B o C. A questo punto l’obiettivo della campagna risulta chiaro: “Ridare dignità ad un lavoro considerato svilente”. A guadagnarci non sono solo le stesse cameriere, ma la qualità complessiva dell’offerta alberghiera. Anche perché il lavoro dell’housekeeper non si limita certo al rifacimento camere o alla pulizia-manutenzione: la cameriera ai piani è una persona di fiducia, che deve sapersi relazionare, e svolge un incarico importante e delicato, entrando nelle stanze dei clienti e mettendosi a stretto contatto con la loro dimensione più intima, privata. “Dietro alle luci e il lusso delle grandi strutture alberghiere -sottolinea Frattini- c’è il lavoro e l’impegno di diverse figure professionali, tra cui le cameriere ai piani”. Ed è chiaro che, nel momento in cui la cameriera lavora bene, l’offerta alberghiera fa un salto di qualità.

Difficoltà “globali”

Una situazione non solo italiana, ma che accomuna gran parte del mondo, dove quello della cameriera ai piani continua ad essere un lavoro povero e precario, spesso esternalizzato. I problemi si riscontrano anche quan-



do le società multinazionali danno in franchising la gestione del marchio, perché in caso di controversie, non si riesce ad attribuire le responsabilità. D’accordo, ma non potrà mica essere tutto nero... non ci sono, in qualche parte del mondo, esempi positivi da seguire? Per Frattini ci sono anche situazioni positive come negli Stati Uniti dove si sono definiti accordi aziendali per l’internalizzazione di tutto il personale”.

Outsourcing: i rischi di chi non sceglie i giusti partner

Non confondiamoci, però: l’esternalizzazione, o outsourcing, e in queste pagine lo abbiamo detto tante volte, non è di per sé da demonizzare quando porta qualità, efficienza e rispetto delle condizioni lavorative. L’outsourcing, in poche parole, dev’essere una scelta in direzione della qualità, non del “lavarsene le mani” e credere di risparmiare. Un sindacato di categoria importante e rappresentativo come Filcams-Cgil lo sa molto bene: già da tempo sta cercando di riportare l’attenzione sulle condizioni di lavoro delle cameriere ai piani. “In Italia stiamo assistendo da anni al fenomeno dell’esternalizzazione dei servizi alberghieri, che vengono affidati a cooperative. Il rischio è il cambiamento delle condizioni di lavoro: contratti sempre più precari, orari non stabiliti, e la possibilità di assegnare le lavoratrici ed i lavoratori ogni giorno a strutture diverse, ma soprattutto la

perdita dell’unicità contrattuale che rende complesso rappresentare e rivendicare tutele uniformi per addetti che operano gomito a gomito nelle medesime strutture”. A lanciare l’allarme è **Cristian Sesena**, segretario nazionale della Filcams Cgil. “Inoltre, negli ultimi tempi, stanno arrivando sempre più segnalazioni da parte delle cameriere ai piani, che non hanno più una paga oraria, ma a “camera”, con il rischio di forti conseguenze negative sia sulla qualità del servizio che sulle condizioni complessive della lavoratrice”.

Le tante problematiche di lavoratrici “nascoste”

Una ragione di più, per gli alberghi che scelgono la via dell’outsourcing, per affidarsi a soggetti seri e trasparenti, che non vedono la precarizzazione e l’abbassamento delle condi-



zioni di lavoro come occasione di profitto. La campagna di sensibilizzazione vuole far conoscere le tante difficoltà delle cameriere ai piani, lavoratrici nascoste; cercare di interagire più attivamente con le imprese con le quali già esistono relazioni sindacali per migliorare le condizioni di lavoro e avviare rapporti con le multinazionali implementando iniziative di denuncia delle situazioni lavorative più disagiate.

sei stelle e infiniti sogni: *l'integrazione passa anche dai servizi*

di Giuseppe Fusto

E' partita il 14 novembre scorso la seconda edizione di Hotel 6 stelle, una docu-fiction in cui sei ragazzi affetti dalla sindrome di Down si misurano con i servizi alberghieri ad alto livello. E sconfiggono fatica, difficoltà, paure e pregiudizi. Un messaggio che dovrebbe arrivare dritto al cuore delle imprese, perché il settore dei servizi può offrire preziose occasioni di integrazione e uguaglianza sociale.



20
GSA
FEBBRAIO
2015

Ve li ricordate Nicolas, Martina, Benedetta, Livia, Emanuele, Edoardo? Andavano in onda un po' tardi, il lunedì dopo le 23 (per sei settimane tra febbraio e marzo 2014), ma sono rimasti nei cuori di chi li ha seguiti per tutte le puntate di Hotel 6 stelle, la docu-fi-

ction sui servizi alberghieri trasmessa da Rai Tre.

Meliá Roma Antica, per tre mesi un "laboratorio" di integrazione

L'albergo in questione era il Meliá Ro-

ma Antica, e la particolarità era che i sei ragazzi, fra i 18 e i 31 anni, erano tutti affetti dalla sindrome di Down. Il programma è stato pensato e realizzato in collaborazione con Aipd (Associazione Italiana Persone Down), ed è stato molto seguito e apprezzato nonostante, come dicevamo, la giornata non tra le più appetibili (il lunedì) e la collocazione in seconda serata.

Servizi di alta qualità

Tre mesi di tirocinio formativo tutto speciale e, al contempo, normalissimo: **Nicolas** alla reception, **Martina** cameriera ai piani, **Benedetta** e **Livia** cameriere di sala, **Emanuele** aiuto cuoco in cucina ed **Edoardo** alla manutenzione hanno sconfitto difficoltà, timori, fatica e pregiudizi dimostrandoci che, al di là della mera retorica, davvero "si può". Insomma, letto fra le righe: il settore dei servizi, oltre ad essere importante e centrale per la qualità della nostra vita, può rivelarsi anche una preziosa occasione di integrazione. Anche perché i sei ragazzi il loro lavoro hanno



imparato a farlo benissimo. Mostrando inoltre una rara sensibilità e innate doti relazionali, caratteristiche che in un albergo sono inestimabili.

Un messaggio per le imprese

E i risultati, anche in termini pratici, non hanno tardato ad arrivare: se capofila è stata Meliá Hotels International, leader a livello globale di progetti legati alla Corporate Social Responsibility, va detto che dopo la prima edizione di *Hotel 6 stelle*, l'Associazione Italiana Persone Down è stata contattata da oltre 50 aziende e associazioni disposte ad offrire tirocini formativi, assunzioni e lavori stagionali. Ad oggi già una ventina di persone con sindrome di Down e altre disabilità intellettive hanno già iniziato un percorso lavorativo, e molti altri tirocini sono in fase di valutazione o stanno per partire. Una filosofia del bene comune che non deve trarre in inganno: non si tratta solo di aiutare i meno fortunati, ma anche di offrire un servizio di qualità.

Meno qualità?

No, valore aggiunto

Il tele-tirocinio, infatti, mirava proprio a dimostrare che la scelta di collocare persone diversamente abili in posizioni anche strategiche, previa naturalmente adeguata formazione (che peraltro è un obbligo in ogni caso) e tutoraggio nei compiti meno immediati, non compromette affatto la qualità complessiva del servizio. Anzi, la arricchisce di un valore aggiunto impossibile da realizzare altrimenti. Aderire al progetto in maniera entusiastica e proattiva è stata una scelta naturale e condivisa da tutti i miei collaboratori e tutti ci auguriamo che sia solo il primo passo", ha dichiarato **Palmiro Noschese**, managing director Italia di Meliá Hotels International. Il messaggio, anche per le imprese di servizi, è forte e chiaro: perché non investire in responsabilità sociale? Tanto più che queste esperienze vengono premiate, anche in immagine.

E il Meliá Roma conquista il Diversey Care Award

Proprio l'iniziativa "Hotel 6 stelle" è valsa al Meliá Roma, lo scorso 17 novembre, il Diversey Care Award per la "Migliore iniziativa in tema di responsabilità sociale" al 15th Worldwide Hospitality Awards. L'hotel – è la motivazione del premio- ha offerto un'esperienza di lavoro a sei ragazzi con sindrome di Down, in associazione con Aipd. Le loro esperienze sono state filmate e ne è nato un documentario in sei episodi, *Hotel 6 stelle*, trasmesso dalla Rai. Il loro impegno ha contribuito a cambiare la percezione del tema e ha spinto numerose imprese italiane a impegnarsi a offrire opportunità di lavoro a personale diversamente abile.



La seconda serie

Dopo il grande successo della "prima", la seconda stagione di Hotel 6 Stelle è partita il 14 novembre e si è conclusa il 19 dicembre scorso. Questa volta era ambientata in Sardegna, nella splendida Villasimius, suggestiva perla turistica sulla punta sudorientale dell'isola, dove un resort a cinque stelle è stato il "campo di prova" di altri sei ragazzi alle prese con un importante percorso di lavoro e di vita. Ed ecco nomi e ruoli: **Alice** al centro be-

nessere, **Daniela** alle camere, **Giordana** al ristorante, **Andrea** come facchino, **Gabriele** come barman e **Giovanni** come bagnino. Per la prima volta sono stati per un mese intero lontani da casa e dai loro cari: una sfida che li ha aiutati a trovare uno spazio nel mondo del lavoro e nella società. Senza generalizzare, perché ogni storia è diversa dall'altra e che ad ogni ragazzo corrisponde un particolare sogno di vita e di realizzazione. Chi ha orecchie per intendere...



la qualità? questione di... applicazione

di Simone Finotti

Due hotel fra Svizzera e Italia, un'applicazione web che assicura un servizio d'eccellenza. Funziona così al Berna di Milano e al Lugano Dante. Denominatori comuni: un albergatore lungimirante, Carlo Fontana, e il programma Hoxell, che soddisfa ospiti e personale.

22
GSA
FEBBRAIO
2015

Questa è la storia di un albergo. Anzi due. Di più: è anche la storia di un imprenditore dinamico e della sua start-up, nata proprio da una solida esperienza alberghiera. E' una storia che viaggia sul confine tra due stati, Italia e Svizzera, perché lui, **Carlo Fontana**, gestisce con la sua famiglia a Milano l'hotel Berna, un quattro stelle a due passi dalla Stazione Centrale, e oltreconfine il Lugano Dante, perla dell'eccellenza alberghiera ticinese.

Valutazioni alle stelle

Lo incontriamo nel suo albergo milanese, una struttura storica (risale agli anni Settanta) che sui siti di booking online vanta valutazioni stellari: un po' dappertutto sfiora le five stars, con punteggi eccellenti per posizione, servizio, personale, qualità complessiva e, guarda un po', pulizia. "Siamo tra le primissime indicizzazioni a Milano -sorridente Fontana-. Un miracolo se si considera la nostra struttura, senza dubbio datata, e la concorrenza che c'è in città". Non va certo peggio in Svizzera, dove il Lugano Dante, altro quattro stelle d'eccellenza, centra su TripAdvisor le cinque stelle piene con tanto di esclamazioni entusiastiche (Che hotel!), caratteri cubitali (il

MASSIMO) e commenti che inneggiano alla perfezione (tutto perfetto!, difficile trovare di meglio). Navigando qua e là, ci accorgiamo che la differenza la fa davvero il dettaglio: "Simpaticissima la paperella di benvenuto", dice un utente, "Camere perfette con dettagli di pregio", scrive un altro.

Un successo "programmato"

Diciamolo subito: tutto questo entusiasmo non è certo frutto del caso, che semmai, in certi momenti, si era pure messo di traverso: "Sa che a Milano, per mesi, siamo stati associati nelle ricerche ad alberghi... di dubbia utenza? Tutto perché nelle vicinanze c'è un condominio di appartamenti a ore e un nostro cliente, scherzando, aveva postato un commento che parlava di "prostitutes". Ma non è l'unica cosa che può succedere da quando tutto si muove sul filo della rete: se un cliente trova una cimice, subito posta la foto. Magari aveva viaggiato proprio con lui, tra i suoi bagagli...". Ma anche

quando la sfortuna gioca brutti scherzi ("ma come si fa a non fare entrare nemmeno le mosche e le zanzare?") bisogna saperla gestire. E per farlo non c'è niente di meglio che essere preparati.

Prepararsi significa non lasciare nulla al caso

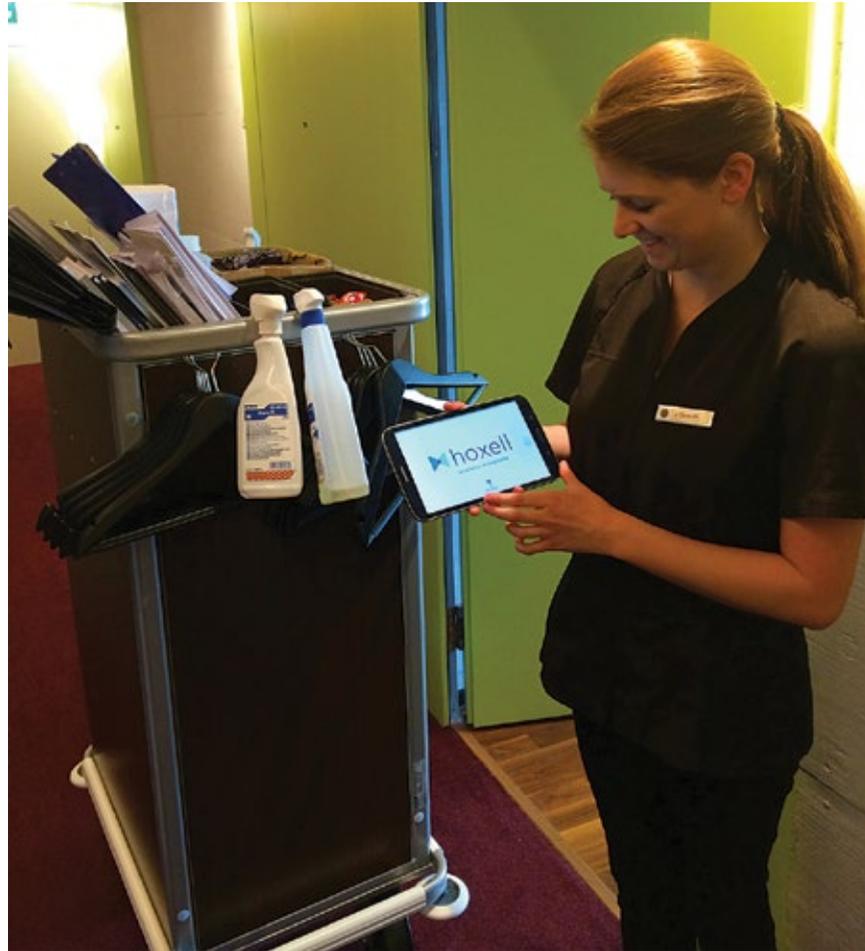
Bene, ma cosa significa "essere preparati"? Innanzitutto non permettere che la casualità, o peggio ancora la confusione, abbiano il sopravvento. Per Carlo Fontana tutto questo ha un nome, ed è quello di Hoxell, una start-up da lui fondata nel 2014 (anche se l'idea originaria risale almeno a sei sette anni prima): si tratta, in estrema sintesi, di una applicazione web che garantisce l'eccellenza nel servizio alberghiero. "Vengo da una famiglia di albergatori, e negli anni mi sono reso conto che generalmente chi fa il mio mestiere è molto attento alla promozione e al marketing della propria struttura, per poi perdere di vista quello che dovrebbe essere l'aspetto



centrale dell'offerta alberghiera: il servizio e, in generale, il benessere dell'ospite. Fa strano vedere alberghi che spendono migliaia di euro per ristrutturare le camere e non sono disposti a spendere cifre nettamente inferiori per incrementare il servizio”.

Hoxell!

E così è nata Hoxell, dall'idea di Fontana e dall'esperienza pluridecennale di un team di professionisti nel settore dell'ospitalità: una startup che ad oggi ha già una ventina di strutture alberghiere come clienti. “Ha sede in Svizzera, ma lavora anche in Italia e, da qualche tempo, anche in Francia. Cuore del sistema è una piattaforma online che si concentra sulla “guest experience” (l'elemento fondamentale per la riuscita di qualsiasi attività alberghiera), mettendo in relazione ospite e staff. “Ricordo che, quando stavamo iniziando, erano appena arrivati gli i-pad. Fui tra i primissimi a ordinarne per darli alle mie cameriere, e gli ospiti ci guardavano meravigliati. Ora, coi tablet di adesso, è tutta un'altra storia...



Obiettivo: esperienza alberghiera personalizzata

Scopo principale del sistema è quello di mettere in stretta relazione l'ospite e lo staff. Tutto inizia fin dalla fase di prenotazione: una volta scelto l'albergo, il cliente viene dotato di un proprio accesso riservato a un sito personale, il tutto corredato da immagine e firma di chi ha gestito la prenotazione (si replica anche all'uscita: chi ha fatto il check out compare sulla mail di ben tornato a casa personale dell'ospite, proseguendo con gli auguri di buon compleanno quando è ora...). Da quel momento il cliente ha a disposizione moltissime possibilità: tra le tante, quella di customizzare la camera scegliendo fra un ventaglio molto nutrito di opzioni: cuscini, letti, materassi, oggetti, frigo-bar, prodotti di cortesia, temperatura, luci, fino addirittura ai copripiletti, alla carta igienica e quant'altro. E' anche possibile, per il cliente, indicare le sue preferenze alimentari, anche

a seconda di vari possibili problemi come intolleranze, celiachia eccetera, oggi sempre più diffusi. Ovviamente il tutto personalizzabile a seconda dell'albergo.

Dalla parte dell'ospite

L'ospite, quindi, quando arriva trova già tutto come lo desidera. Compresi nomi e volti di chi gli darà il benvenuto e lo saluterà al momento dell'arrivederci. Sì perché dalla parte dell'albergo il programma è, se possibile, ancora più straordinario: Hoxell, infatti, dialoga in tempo reale con il PMS (Property Management System) e permette di monitorare in tempo reale il flusso operativo di tutto l'hotel: dalla prenotazione all'arrivo in albergo, dall'occupazione delle camere ai guasti, dalle comunicazioni interne a quelle con l'ospite prima, dopo e durante il soggiorno, che viene così personalizzato ai massimi livelli. Il profilo dell'ospite, continuamente aggiornato, può essere registrato in un database che

si arricchisce di volta in volta. Addirittura è possibile registrare le lamentele e verificare se c'è in arrivo qualche cliente particolarmente... difficile (a proposito di essere preparati). La web application ha come finalità la prestazione di un servizio di eccellenza. Gli immediati benefici sono: un team più efficiente, unito, motivato e un ospite felice e soddisfatto per l'esperienza appena vissuta, unica e indimenticabile.

La gestione della pulizia

Veniamo alla pulizia. Aspetto centrale per la qualificazione dell'albergo, ancora troppo spesso è da molti albergatori relegata in secondo piano. Ma sentiamo di nuovo Fontana: “L'housekeeping, dall'arrivo del cliente alla sua partenza, è il cuore dell'offerta alberghiera. Per questo un intero modulo di Hoxell è dedicato a questo settore. Naturalmente alla base ci dev'essere un cambio di approccio, di mentalità. Nemmeno nei

miei alberghi è stato semplice cambiare. Avevamo collaboratori storici, donne dai 22 ai 65 anni, all'inizio è stata dura. Tutto viaggiava con la carta, mentre con Hoxell le comunicazioni avvengono in maniera mirata ed efficiente, mediante messaggi one-to-one e di gruppo (push notifications), all'interno del reparto o tra i vari dipartimenti, visibili sui diversi dispositivi. Per quanto riguarda la pulizia, è possibile determinare con esattezza tempi e modalità di intervento: quando cioè la camera è libera, quando è in arrivo il cliente o quando in uscita, che tipo di camera fargli trovare, se ha esigenze particolari...".

Anche per l'outsourcing

Prosegue Fontana: "Ora nelle nostre strutture il servizio è gestito in outsourcing, ad opera di società specializzate nelle pulizie alberghiere, ma non c'è nessun problema. In molte strutture accade che l'impresa che entra abbia un proprio sistema e voglia continuare a usare quello. Nel nostro caso l'applicazione web è così completa e user friendly che anche le imprese che lavorano da noi si sono subito trovate a loro agio. Le addette, infatti, hanno sempre davanti a loro, a portata di clic, l'elenco delle operazioni da svolgere, comprese, se è necessario, le foto degli standard della camera, delle scrivanie, dei comodini,

con relativa dislocazione di oggettistica e accessori". Nessun problema, dunque, anche in caso di esternalizzazione del servizio: anzi, il sistema potrebbe rivelarsi una carta in più che rende più semplice uniformare i processi anche in caso di cambio di fornitore.

Come funziona

Il personale è dotato di tablets e la responsabile del servizio assegna le varie camere. Ogni dipendente ha una sua schermata, ed è possibile persino dare un punteggio al lavoro di ciascuno: infatti, al termine del servizio di pulizia, con tempi che variano a seconda della tipologia della camera -mediamente dalla mezz'ora di una camera standard all'ora e passa di una suite- avviene da parte dell'housekeeper un controllo a campione (ma nulla vieta, a seconda anche della categoria di hotel, di eseguire controlli capillari camera per camera). Tutti vantaggi riassunti nella frase di **Lina**, housekeeping manager del Lugano Dante: "L'aspetto più bello nell'utilizzare Hoxell è che rende il mio lavoro di tutti i giorni più facile". La gran parte delle attività giornaliere legate alla camera (preparazione, controllo, gestione dei guasti, richieste degli ospiti, collaboratori in turno, segnalazione del minibar, lost & found, ecc.) verranno svolte in maniera totalmente

distinta ma con un preciso ordine, senza disguidi, accavallamenti o replicazioni, aiutando lo staff a lavorare al meglio ed a diminuire lo stress, e per di più guadagnando del tempo prezioso da dedicare all'ospite.

Le funzioni del modulo Hoxell housekeeping

Queste, in sintesi, le funzioni del modulo Hoxell housekeeping. Si parte dall'assegnazione camere: basta fogli stampati, fogli excel, post-it e chiamate all'ultimo minuto. Con Hoxell è possibile il lavoro delle governanti ai piani in pochi minuti ed effettuare aggiornamenti in tempo reale alla pianificazione. Per quanto riguarda la Pulizia Camere, quando la camera è pulita, la cameriera al piano potrà informare la reception e tutti gli altri dipartimenti che la camera può essere nuovamente occupata. Veniamo all'Annuncio di guasti: è possibile segnalare dei guasti sia in camera che nelle aree comuni, per intervenire tempestivamente. L'applicazione permette anche di monitorare Consumo Minibar e Lavanderia per un conteggio più veloce ed accurato. Ultimo, ma non meno importante, viene lo Standard e valutazione camere: tramite un semplice formulario è possibile valutare la qualità di pulizia delle camere, aiutato anche da un supporto visivo degli standard operativi.

Il controllo

A proposito di valutazione camere. Qui entriamo nella "vexata quaestio" del controllo, tallone d'Achille anche dei sistemi più performanti ed elaborati. Dice Fontana: "La governante ha a sua disposizione, sempre con una schermata dedicata sul suo dispositivo, la check list delle camere con una tendina coi vari punteggi da assegnare, naturalmente pesati: non aver pulito un pavimento è diverso dal non aver messo la paperella di benvenuto! Altra cosa: noi cerchiamo di fare attenzione sia alla pulizia reale, sia a quella percepita. In albergo sono importanti entrambe, e ci sono punti strategici, come i sanitari o il piatto doccia, che non



possono assolutamente essere ignorati. Bisogna anche fare attenzione a quando si pulisce: puoi pulire un lavandino perfettamente, ma se poi ti cade un capello è tutto lavoro in fumo. Voglio dire: l'igiene c'è, ma la percezione del pulito no".

Controllare per migliorare le performance

E prosegue: "A questo proposito, comunque, c'è una cosa da specificare: l'idea di stilare una classifica delle "prestazioni" di chi riassetta e pulisce le camere non deve assolutamente essere interpretata come penalizzante o sanzionatoria per il collaboratore, ma come migliorativa per tutta la "squadra" che deve lavorare in team: si registrano le performance e le eventuali lamentele dei clienti per fare ancora meglio in futuro, non per punire. Questo l'albergatore deve tenerlo sempre presente. Capitolo manutenzione: il sistema segnala i guasti in camera, o in zone comuni, con semplici click. In tal modo è possibile, in tempo reale, prendere in consegna i lavori di intervento e pianificare i lavori ricorrenti, aumentando operatività ed efficienza dell'hotel. Addirittura abbiamo, anche per gli interventi, una scala di gravità: un vetro rotto, un tubo che perde o un piede del letto smontato è decisamente meno grave rispetto a un grafio su uno stipite. E' così possibile, in tempo reale, sapere cosa bisogna fare e dove".

Un sistema che facilita il lavoro

In generale, si può dire che il sistema rende più facile il lavoro in modo sicuro e tangibile. Anche quando si parla di turni e gestione del personale, un altro aspetto non semplice della gestione alberghiera. Tramite un comodo calendario sarà possibile creare i piani di lavoro per ciascun dipartimento senza perdere tempo e pazienza su file excel sem-

pre più complicati. Con la funzione Recap Calendario, poi, è sempre possibile poter rivedere i turni assegnati in passato in modo da poter essere più equi nella pianificazione. Nessun problema nemmeno in caso di richieste di giornate di riposo e di permessi speciali: i membri dello staff potranno richiedere giornate di riposo specifiche attraverso un semplice form presente nella sezione Calendario, la quale manterrà sempre traccia delle richieste e della loro accettazione o meno da parte dei responsabili di reparto. A ciò si deve aggiungere il fatto, non secondario, che ogni dipartimento ha a sua disposizione dei report e delle statistiche precise per mantenere sempre sotto controllo: specifici KPI; guasti/lavori di manutenzione; pulizia/ripasso serale delle camere e check list; ispezioni della governante e check list qualitative; tracce e preferenze degli ospiti; e addirittura oggetti dimenticati, un problema frequente in albergo.

I risultati

Grazie anche all'implementazione del modulo dedicato all'ospite, i risultati si toccano con mano: i dati in possesso di Hoxell parlano di un 28% in meno di possibilità di ricevere un commento negativo, e di un 62% in più di probabilità che l'ospite ritorni; inoltre il 71% degli ospiti prenota il secondo soggiorno direttamente dal sito ufficiale dell'hotel (invece che tramite un OTA intermediario), e il 43% degli ospiti che hanno prenotato una prima volta tramite il sito ha dimostrato una minore propensione a prenotare il soggiorno tramite intermediari. Circa un ospite su tre, inoltre, personalizza il suo soggiorno e ne è soddisfatto. Il sistema, in sostanza, migliora la fidelizzazione e la brand reputation, riportando al centro l'idea originaria di ospitalità: dare al cliente un'esperienza non facile da dimenticare.

 **INTERCHEM**
ITALIA



 **VERDE ECO**

**10 prodotti
certificati
Ecolabel**

 **INTERCHEM**
ITALIA
www.interchemitalia.it

Via Spagna, 8
35010 Peraga di Vigonza (PD)
Tel. +39 049 8932391
Fax +39 049 8932300
info@interchemitalia.it



a milano si attende l'expo. e gli hotel che fanno?

di Antonio Bagnati

Hotel come Infopoint, vendita biglietti, distribuzione materiali, collaborazione con l'organizzazione dell'evento, sistema Explora: ecco come gli albergatori milanesi si preparano a Expo 2015. Ne parliamo con Guido Gallia, direttore del centralissimo Cavour e storico associato Apam (Associazione Provinciale Albergatori Milano).



26
GSA
FEBBRAIO
2015

Expo 2015 è alle porte. Sarà una manifestazione imponente, un incontro fra culture e tradizioni differenti e anche molto lontane fra loro all'insegna del valore, reale e metaforico, in tutte le accezioni immaginabili, del cibo e del nutrimento.

Una manifestazione imponente
“Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” il motto dell'evento: 184 giorni di manifestazione, dal 1° maggio al 31 ottobre, oltre 140 paesi coinvolti, un milione di metri quadrati di “piattaforma” espositiva e un flusso previsto di venti/trenta milioni di visitatori. E' normale, quindi, che di fronte a numeri

così impressionanti gli albergatori milanesi si preparino. Ma no, che avete capito? Non parliamo di costi-camera lievitati, come spesso nei giorni scorsi si è letto sui giornali, non senza un briciolo di foga scandalistica.

Si avvicina l'Expo...

Anzi, togliamoci subito il sassolino dalla scarpa con l'aiuto di **Guido Gallia**, direttore dell'hotel Cavour, in pieno centro storico, a due passi dalle famose vie dello shopping meneghino, vicino allo staff di presidenza di Apam - Associazione Provinciale Albergatori Milano. Uno che di alberghi se ne intende, dato che la sua, oltretutto, è una

delle famiglie storiche dell'ospitalità milanese e lui stesso è da tempo associato Apam: “Non vedo questi grandi aumenti. Se si confrontano i prezzi dei mesi Expo con gli analoghi periodi dello scorso anno, si potranno trovare rincari al massimo del 20 o 30%. Chi ha scritto il contrario è perché magari ha confrontato i prezzi per maggio 2015 con quelli, che so, dello scorso agosto, che per Milano è un mese di bassissima stagione. Ovviamente come sempre c'è qualcuno che andrà alle stelle, ma sono casi molto ridotti e, magari, passaggi di categoria. Se uno mi fa una suite dove prima c'era una camera, non può continuare a vendere una Ferrari al prezzo di una Fiat”. Prosegue Gallia: “Siamo ben consapevoli di una cosa: per quanto straordinario, l'evento Expo ha un'utenza che, per la grande maggioranza, può anche non venire, e che è disposta a muoversi solo a certe condizioni di prezzo. Se è troppo alto, può lasciar perdere. Voglio dire, non è un convegno o una fiera B2B, in cui si deve essere presenti per forza. Oltretutto per i nostri clienti abituali non ci saranno rincari. Nemmeno l'inflazione, visto che quest'anno non c'è”.

L'Apam

APAM, l'Associazione Provinciale Albergatori di Milano, è un'associazione di imprenditori attivi nel settore dell'ospitalità che aderisce a livello territoriale a Unione Confcommercio e, attraverso questa, a Confcommercio Imprese per l'Italia. Come associazione di categoria è invece parte di Federalberghi, sia a livello regionale che nazionale. La funzione dell'Associazione è quella di rappresentare, a livello istituzionale, le istanze dei propri Associati e di offrire loro assistenza e consulenza nei diversi settori che caratterizzano la vita dell'azienda, mettendo anche a disposizione una serie di vantaggiose convenzioni, che riguardano sia l'attività di impresa (accordi di interesse per la categoria), sia l'imprenditore in prima persona. L'associazione ha un tasso di penetrazione significativo, che si aggira intorno al 50% delle strutture ricettive nel territorio di competenza dell'Unione.

I prezzi? Non c'è da preoccuparsi troppo

Nessuna preoccupazione, quindi, sul versante prezzi. Possiamo occuparci delle iniziative degli albergatori, che hanno come obiettivo quello di fare dell'albergo un vero e proprio punto di riferimento per chiunque arrivi a Milano nei mesi dell'Esposizione. Dice ancora Gallia: "Stiamo ragionando su come far diventare l'albergo un "Infopoint" per i turisti che verranno a Expo: gli alberghi, che di fatto sono la prima interfaccia del visitatore con la città e con l'evento, dovranno fungere da riferimento e dare tutte le informazioni necessarie. Stiamo anche studiando altre possibilità, come ad esempio quella di emettere biglietti per l'Expo direttamente nelle strutture o altro ancora".

Riconosciuti ufficialmente da Expo

E non è solo una cosa sulla carta: infatti, promuoversi come Infopoint significa, prima di tutto, dialogare con Expo ed essere riconosciuti ufficialmente come soggetti in grado di distribuire informazioni, materiale, riferimenti per la manifestazione. Anche formare il personale, specie quello di reception, affinché sia in grado di soddisfare le richieste della clientela. Questo vale, naturalmente, non solo per Expo, ma anche per eventuali altri itinerari turistici in tutto il territorio, mete notevoli, località da visitare.

Le iniziative Explora

Seguiamo ancora Gallia: "Poi ci sono i portali di Explora (exploratourism e wonderfulexpo2015), nati da una sinergia fra soggetti molto attivi nel turismo lombardo, che oggi stanno funzionando bene: hanno proprio lo scopo di promuovere il turismo a Milano e in Lombardia in occasione di Expo. Per Explora l'Expo è però, prima che un fine, un'opportunità. Explora, che nasce per volontà della Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura

di Milano, Unioncamere Lombardia, Expo 2015 e Regione Lombardia, è la prima Destination Management Organization a servizio del territorio e delle imprese per lo sviluppo turistico delle Destinazioni di Expo 2015 da Milano, alla Lombardia al Piemonte".

Uno strumento al servizio del territorio e degli hotel

In sostanza, si tratta di uno strumento al servizio delle imprese e dei territori. Basata su un modello nuovo e flessibile, con un approccio unico in Italia, si pone come obiettivo finale lo sviluppo turistico, la promozione e la promo-commercializzazione delle destinazioni in ottica di mercato, attraverso la costruzione di una rete di collaborazioni fra gli operatori turistici, le Istituzioni e le Associazioni di Categoria. E', se così si può dire, un facilitatore del business, che organizza le risorse e aiuta le imprese a fare sistema, per produrre esperienze turistiche attrattive da offrire al mercato. Oltre a ciò, Explora è anche una vetrina per far conoscere l'offerta turistica della Lombardia e di Milano, così come dell'Expo, ai potenziali turisti.

I club di prodotto, per alberghi a misura di ospite

"A questo proposito -dice Gallia- Explora ha creato i cosiddetti "club di prodotto", frutto di un'attenta analisi delle caratteristiche di ciascuna struttura alberghiera. E così, ad esempio, gli alberghi sono associati a particolari segmenti di clientela, per tipologia, provenienza geografica, hobby, interessi e così via: i visitatori provenienti dagli Usa, ad esempio, vorranno hotel in cui si parla perfettamente l'inglese e che a colazione ci sia il bacon. Poi ci saranno i "Russia friendly", i "bikers friendly", che avranno parcheggi per le bici, quelli per viaggiatori soli, quelli per le famiglie. Ciascuno con le proprie esigenze: c'è chi vuole lo spioncino, chi il tappetino per pregare, chi un certo tipo di bagno e

La filosofia di Explora

L'Esposizione Universale del 2015 è una grande opportunità per la città di Milano, per la Regione Lombardia e per l'intera Italia. In tale prospettiva, in vista dell'evento Expo Milano 2015, ma con l'obiettivo di far diventare il turismo ancora di più uno dei motori dello sviluppo economico del futuro, è nata Explora S.C.p.A., Il suo obiettivo strategico è l'incremento della competitività ed attrattività turistica dell'intera area milanese-lombarda.

di letto, di dotazioni e servizi. In questo modo gli alberghi che lo vorranno potranno qualificarsi come hotel particolarmente adatti a un certo tipo di clientela. E quest'ultima, d'altra parte, sa già di andare in un albergo "friendly". E' un modo per promuovere l'offerta alberghiera e tagliarla sulle esigenze dell'ospite. L'ottica con cui prepararsi all'evento, in ogni caso, deve essere di sistema: solo con la stretta collaborazione di tutti i soggetti coinvolti sarà possibile sfruttare la preziosa occasione di Expo 2015. Poi, naturalmente, ogni albergatore giocherà le sue carte: c'è chi coglie l'opportunità per ristrutturarsi, chi si promuove e chi si dota di nuovi servizi. Expo, per gli albergatori del capoluogo lombardo, è anche questo.



Palazzo Italia a Expo 2015

gli alberghi: un luogo in cui lavorare sicuri

Con l'Expo alle porte è giusto che il personale degli alberghi si prepari all'atteso picco di lavoro. Per prevenire i rischi di infortunio in ambiente alberghiero, il Servizio Prevenzione e Sicurezza negli Ambienti di Lavoro di ASL Milano ha realizzato l'opuscolo informativo "Lavorare sicuri negli alberghi". Per ogni mansione si specificano rischi e misure da adottare.

28
GSA
FEBBRAIO
2015

"Lavorare sicuri negli alberghi. Le mansioni alberghiere" è il titolo di un opuscolo informativo pubblicato a cura del Servizio Prevenzione e Sicurezza dell'ASL Milano e rivolto agli addetti del settore alberghiero, con particolare riferimento ai lavoratori che saranno coinvolti dall'imminente evento dell'Expo 2015. Sono previsti milioni di visitatori ed è naturale che gli alberghi si preparino a quella che, almeno negli auspici, sarà una attesa boccata d'ossigeno.



di Carlo Ortega

Expo alle porte? Bisogna prepararsi!

D'altro canto è altrettanto evidente che, alla vigilia di una manifestazione così imponente, è necessario prepararsi in modo adeguato. E' una questione di qualità dell'offerta, ma anche di sicurezza del proprio stesso personale. Una bella opportunità, ma anche un bell'impegno per gli albergatori e tutti coloro che lavorano nel mondo dell'ospitalità.

Il documento

Nel documento dell'ASL, snello e veloce ma molto preciso, vengono analizzate nel dettaglio le principali mansioni del settore alberghiero (manutentore, allestitore, usciere, cameriera ai piani, facchino ai piani, receptionist, addetto alla lavanderia-stireria) e per ciascuna di esse sono descritti i rischi lavorativi e le relative misure di prevenzione e miglioramento a cui attenersi. Di ogni mansione vengono analizzati rischi e misure di miglioramento da adottare.

Usciere

L'usciere, ad esempio, ha fra i suoi fattori di rischio il lavoro su turni e notturno, la prolungata postura eretta, lo stress lavoro correlato e un microclima sfavorevole viste le lunghe permanenze all'esterno. Tutte cose a cui forse non si pensa, ma che alla lunga possono compromettere la qualità della vita. Per fare fronte a questi problemi basta poco: secondo il manuale la cosa migliore è adottare un abbigliamento adatto alla stagione, che non comprometta l'eleganza, lo stile dell'albergo e il decoro ma nemmeno la salute, e fruire di pause ogni tanto.



Portiere di notte

Gli stessi rischi sono, almeno in parte, quelli del portiere di notte: lavoro su turni e notturno, posture incongrue e, in questo caso, anche utilizzo prolungato di videoterminale. Essenziale, in questo caso, è l'ideale seduta, con posture naturali e mai troppo rilassate. Anche qui è importante fruire di pause (non necessariamente).





te di puro relax, ma anche operose), ma altrettanto essenziale è la progettazione ergonomica della postazione di lavoro.

Cameriera ai piani, tra le mansioni più rischiose

Tra le mansioni più a rischio, e non poteva essere altrimenti, c'è quella della cameriera ai piani. Qui i fattori



di rischio vanno dalle posture incongrue alla movimentazione manuale carichi, dall'utilizzo di detergenti pericolosi (e noi ne sappiamo qualcosa...) alle lesioni cutanee, imbrattamenti da aghi o materiali pungenti potenzialmente infatti. Da non sottovalutare gli aspetti organizzativi, legati alla turnistica e all'assegnazione delle mansioni e dei lavori. Tra le misure per un possibile miglioramento: indossare guanti idonei, e il mercato professionale ne offre una vasta scelta, per la pulizia dei servizi igienici e per la raccolta/cambio degli effetti lettereci; non mescolare i diversi prodotti chimici per l'igiene dell'ambiente; utilizzare solo detergenti forniti dal datore di lavoro (su questo punto occorrerebbe soffermarsi non poco, perché molto spesso si tende a impiegare quello che capita); durante le operazioni di lavaggio dei pavimenti posizionare idonea segnaletica; portare calzature confortevoli e con suola antiscivolo; svuotare i cestini della carta senza metterci dentro le mani; durante l'utilizzo di apparecchi elettrici attenersi alle informazioni riportate nei libretti d'uso; segnalare al responsabile anomalie degli apparecchi elettrici, e non metterci mano fino a quando non siano stati riparati da tecnici competenti. Ci sono poi adeguate misure volte a ridurre i rischi

legati alla movimentazione manuale dei carichi: piegarsi sulle ginocchia e non effettuare flessioni con la schiena per raccogliere/ sollevare oggetti da terra; per il trasporto di materiale utilizzare sempre gli appositi carrelli di servizio; per riporre oggetti sopra gli scaffali ricordarsi che le altezze massime non devono superare quella delle proprie spalle, altrimenti utilizzare la scaletta fornita dall'azienda controllando la stabilità e la presenza di fermi di sicurezza.

Movimentazione carichi: il facchino

A proposito di movimentare carichi e pesi, c'è qualcuno che lo fa di mestiere, ed è il facchino, che oltre ai rischi da mmc ha quelli da posture incongrue, turni, caduta oggetti





Angelica, cameriera al plant hotel Berna, Milano

30
GSA
FEBBRAIO
2015

trasportati e cadute accidentali. Per il facchino è opportuna una buona e completa formazione sulla movimentazione manuale dei carichi, l'impiego di ausili adatti al tipo di trasporto. Inoltre il facchino dovrà ricordarsi di preferire azioni di spinta piuttosto che di traino, di non sovraccaricare i car-

relli, di utilizzare dispositivi di contenimento degli oggetti trasportati e di fare uso di adeguati dispositivi di protezione individuale (dpi).

La lavanderia

Gli addetti alla lavanderia-stireria, oltre alla "solita" movimentazione

manuale dei carichi", devono fare i conti con la postura eretta prolungata, con i movimenti ripetitivi, con l'utilizzo di detergenti e appretti, con l'impiego di macchine utensili (tutte cose potenzialmente rischiose) e con l'attività in solitudine. Anche per loro è necessaria la formazione sulla movimentazione dei carichi e sui movimenti ripetitivi come l'impiego del ferro da stiro. Devono anche poter fruire di pause compensatorie per la postura eretta prolungata e i movimenti ripetitivi dell'arto superiore. Indispensabile, per ridurre i rischi dovuti all'impiego dei dispositivi, utilizzare macchine, utensili e scale in buone condizioni e provvisti di marcatura CE. Per fare fronte ai pericoli (e ai disagi) dovuti al lavoro in solitudine, gli addetti a queste mansioni tanto importanti e gravose dovranno anche poter disporre di mezzi di comunicazione interna.

Manutentori e allestitori

Veniamo infine a manutentori e allestitori. Posture incongrue, movimentazione manuale dei carichi (mmc), turni a volte lunghi e sfiancanti, lavori in quota, infortuni da caduta, elettrocuzione sono solo alcune delle innumerevoli attività potenzialmente a rischio. E' necessario dunque, oltre a formarsi sulle corrette procedure per la movimentazione dei carichi, utilizzare i dpi (calzature, guanti, occhiali, ecc.), macchine, scale, utensili in buone condizioni e le idonee attrezzature con marcatura CE. La guida è stata realizzata da **Stefano Fontani** e **Isabella Milanesi**. Coordinamento **Susanna Cantoni**, grafica a cura di **Flavia Borello** e **Veronica Cassinelli**.



legionella... riecco l'ospite scomoda

di Giuseppe Fusto

Si torna a parlare di igiene dei sistemi aeraulici dopo i casi di legionella a Milano e a Roma (qui addirittura nella sede della Corte d'Appello). Il problema riguarda molto da vicino gli hotel.

Se c'è una malattia strettamente collegata, fin dall'inizio, alle strutture alberghiere, questa è la legionella. Fu proprio in un albergo di Filadelfia che, nel 1976, fu tragicamente scoperto il batterio che causò la morte di 34 veterani dell'American Legion, e il contagio di altri duecento. La "malattia del legionario", fu chiamata, e da allora non è mai uscita, purtroppo, dal novero dei rischi che si corrono in albergo. Infatti gli alberghi sono particolarmente esposti al rischio Legionella, poiché tipicamente

mostrano i seguenti fattori di rischio: camere per i clienti con docce; impianti di condizionamento; generazione di aerosol, quali spa, locali per il benessere, fitness center; vasche con idromassaggio, piscine con cascate d'acqua; temperature dell'acqua compresa tra 20°C e 50°C; utilizzo discontinuo di rami dell'impianto.

La legionella è tornata

Tutti fattori che aumentano il rischio di insediamento del batterio, che può causare problemi anche seri. Lo sanno bene, e a loro spese, gli inquilini di un caseggiato alle porte di Milano: sei contagi e una vittima a Bresso un comune appena a nord-est del capoluogo lombardo, in un condominio non sottoposto ai dovuti controlli, senza contare altri episodi isolati nella zona. E'

di fine novembre, la notizia di un'infezione nientemeno che nella sede della Corte d'Appello di Roma, e in particolare sono sotto accusa gli impianti di condizionamento, dove è stato rilevato il batterio della legionella. E anche se qui non parliamo di alberghi, il campanello d'allarme è forte e chiaro. Tanto più ora, che sta per cominciare l'Expo e non è proprio il momento più opportuno per correre rischi...

La carta della prevenzione

Ma allora, diciamo noi, non è il caso di giocare la carta della prevenzione? Ad essere sotto i riflettori, quando si parla di legionella, sono spesso gli impianti aeraulici, in cui l'aria è potenziale veicolo di diffusione di legionella che potrebbe essersi sviluppata nell'acqua in parti interne o anche esterne all'impianto.

31
GSA
FEBBRAIO
2015





to. Compagni della maggior parte della nostra vita, se è vero, come ha recentemente ricordato **Gregorio Mangano** (Consigliere di Aiisa) – Associazione italiana igienisti sistemi aeraulici durante un recente convegno a Milano, che “noi passiamo mediamente dal 75 al 90 per cento del nostro tempo in ambienti indoor”, come non fare attenzione al trattamento e alla qualità dell’aria che respiriamo? Tanto più quando i rischi sono concreti. Casi come quelli di Milano e Roma fanno riflettere seriamente sulla necessità di una maggiore

attenzione per le condizioni e la manutenzione igienica degli impianti aeraulici, che devono essere oggetto di un costante monitoraggio, come sottolinea **Franco Innocenzi**, sempre di Aiisa, in un suo recente articolo dedicato proprio alla “Manutenzione igienica degli impianti aeraulici”. Consigli che non devono restare buone teorie o, ancor peggio, lettera morta: proprio a tal proposito il Consiglio Direttivo di Aiisa ha messo a punto un apposito Protocollo Operativo. Il Protocollo Operativo, non limita i suoi effetti solo sulla eventua-

le presenza di legionella ma coinvolge tutti gli aspetti igienici della manutenzione dei sistemi aeraulici. Il Protocollo è scaricabile dal sito www.aiisa.it.

Le fasi operative e i punti più sensibili

Queste le fasi fondamentali secondo Aiisa: valutazione delle problematiche igieniche legate alla struttura; censimento degli impianti presenti e degli apparati che li compongono; consultazione e verifica della documentazione. Per prima cosa è necessario valutare le problematiche impiantistiche come, 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. Dal sopralluogo tecnico è importante che emergano le problematiche igieniche manifestate dagli impianti per mettere in atto le dovute misure di protezione. Attenzione anche alle problematiche di sicurezza del cantiere, alle anomalie impiantistiche e via dicendo. Le operazioni da effettuare sono: video-ispezione; prelievi microbiologici di superficie; prelievi microbiologici dell’aria immessa; prelievi microbiologici dell’acqua; prelievi fisici o particellari; ispezione funzionale degli impianti; documentazione di progetto degli impianti. Seguono poi la relazione tecnica e il progetto di bonifica. L’intervento dovrà interessare tutti gli apparati presenti, dalla presa dell’aria esterna fino all’ultimo terminale, considerando sia le condotte di mandata sia quelle

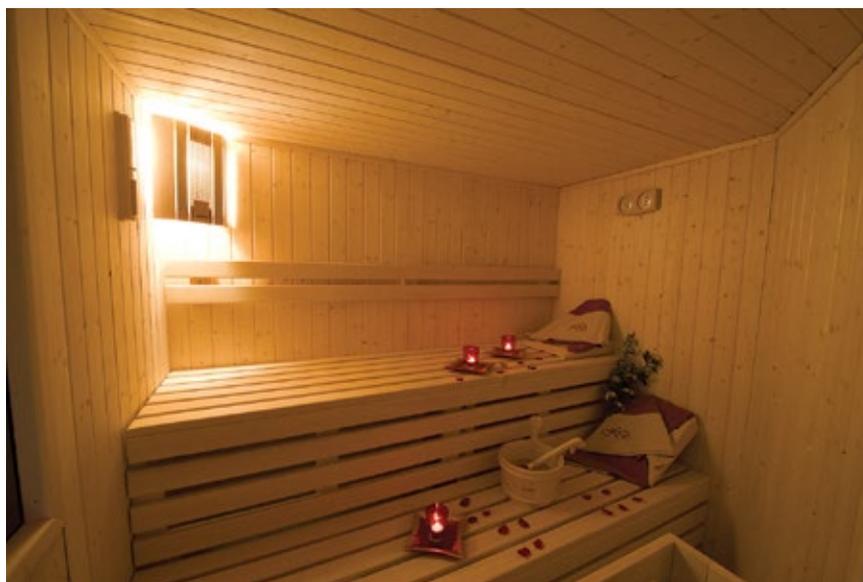


di ricircolo. Anche durante questa fase devono essere messe in atto tutte le misure per evitare la cross contamination.

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 con tutte le precauzioni di sicurezza.

La pulizia delle superfici

Veniamo alla pulizia delle superfici. Questa viene svolta mediante rimozione meccanica ed aspirazione con un aspiratore dotato di filtro HEPA. Particolare attenzione deve essere posta alle sezioni di umidificazione e di scambio termico, dove è maggiore la possibilità di proliferazione microbologica. In queste sezioni la pulizia deve essere estremamente accurata e deve essere rimossa ogni traccia di ruggine e di depositi. 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. Importante è effettuare la bonifica "a blocchi" (e, naturalmente, a impianto spento). Si comincia individuando il tratto di condotta che si intende bonificare. Una volta individuato il tratto, si mettono in atto tutte le misure di ingegneria ambientale previste e riportate nel progetto di bonifica. Il tratto di condotta deve essere accessibile a monte ed a valle e nel caso in cui non siano già presenti degli accessi adeguati (quello dei varchi è un problema progettuale notevole): è necessario quindi provvedere all'installazione di opportune portine d'ispezione. Il tratto di condotta deve poi essere sezionato ai due estremi con appositi palloni gonfiabili o con spugne pulite. Si procede poi al collegamento di un potente aspiratore con filtro Hepa ad uno dei due accessi in modo da creare una



pressione negativa all'interno. All'altro estremo si inserisce l'apparecchiatura per provvedere ad applicare un'azione meccanica sulle superfici interne, favorendo la movimentazione ed il distacco dei depositi e del particolato.

Questi gli interventi necessari. Ma è sempre Aiiisa a raccomandare, soprattutto per le strutture di nuova realizzazione, un approccio progettuale che tenga conto, fin dall'inizio, della necessità di intervenire in modo periodico e regolare sull'igiene degli impianti aeraulici.



pulire 2015, tante proposte anche per gli hotel

dalla redazione

Si avvicina Pulire 2015, la fiera più attesa della pulizia professionale. Fra gli oltre 270 espositori nazionali e internazionali, molti proporranno soluzioni ideali per l'albergo: articoli bagno, prodotti di cortesia e di consumo, carrelli e attrezzature, smacchine, disinfestazione, lavatrici professionali. A proposito: quest'anno ci sarà anche Pulire Clean, dedicato alla lavanderia industriale.

attendere il fatidico 19 maggio, quando a Verona si leverà il sipario sull'evento più atteso di questo 2015 del cleaning! I numeri sono da fiera leader: nei padiglioni 1, 2, 3, 4, raggiungibili dall'ingresso "Cangrande", ci saranno oltre 270 espositori provenienti da 25 paesi, vale a dire i più importanti produttori nazionali e internazionali di macchine, prodotti e attrezzature per la pulizia professionale con soluzioni specifiche per i vari settori. Sull'altro fronte sono attesi oltre 14.000 visitatori da 90 paesi del mondo per trovare risposta alle loro esigenze: dalle più grandi imprese di servizi e facility management che operano per sanità, ho.re.ca, industria, grande distribuzione e trasporti, a distributori, concessionari, rivenditori, importatori, gruppi di acquisto.

Un settore sempre più importante

Un settore che sta acquisendo una centralità sempre maggiore e che sta lavorando alla costruzione di un'identità di filiera che vuole far sentire la propria



voce direttamente alle istituzioni, per un comparto che troppo spesso è stato misconosciuto e relegato alla periferia dei settori produttivi. A Pulire gli operatori del settore e le più grandi e importanti imprese di servizi e facility management che operano in outsourcing per il settore ho.re.ca potranno trovare una serie di soluzioni adatte a soddisfare gli standard qualitativi di pulizia e igiene sempre maggiori richiesti dal mercato.

Lavano, arriva Pulire Clean

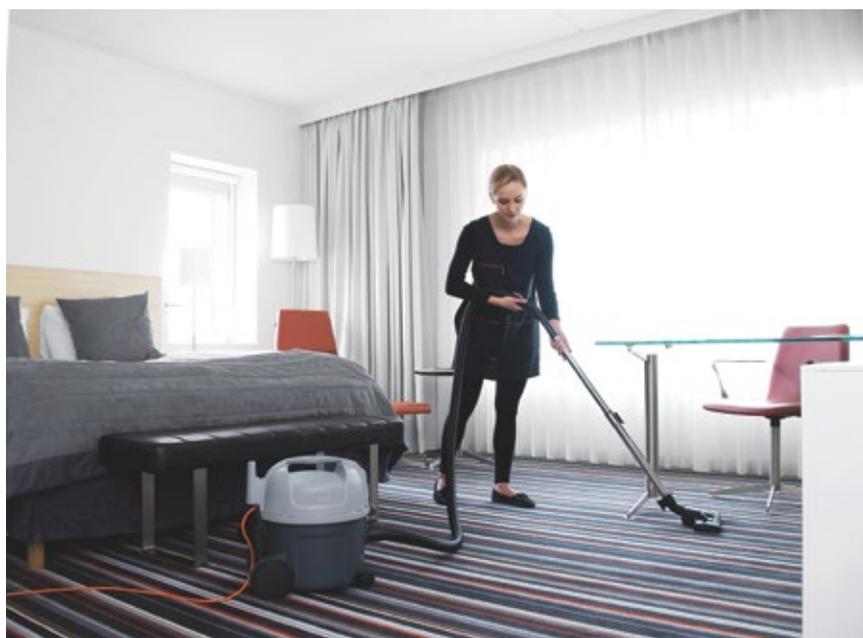
Partiamo dalla novità: siete in cer-

Dopo il successo, due anni fa, di Pulire 2.0 The Smart Show, eccoci alla vigilia di Pulire versione 2.1, che sarà dedicata al rapporto fra igiene e qualità della vita: "Tecnologie per la tutela della salute. La pulizia per la qualità della vita" sarà uno dei tanti temi della manifestazione.

Un'edizione in grande stile, tra conferme e novità

Tra conferme e novità, dunque, tutti ad





ca di lavatrici professionali e prodotti connessi? Niente paura, quella di quest'anno è l'edizione giusta. Per la prima volta, infatti, Pulire ha stretto un accordo con il mondo delle lavanderie professionali e presenta Pulire Clean, il focus sul lavanolo dedicato proprio al settore del lavaggio industriale e della pulizia e cura dei tessuti. Questo settore sarà presente per la prima volta a Pulire 2015 con l'obiettivo di valorizzare gli espositori e le novità di un mondo sempre più sinergico al cleaning professionale in uno spazio immediatamente riconoscibile e fortemente caratterizzato.

Detergenza - Veniamo ora al vastissimo mondo della detergenza, con linee pensate proprio per il mondo alberghiero e per tutte le esigenze: prodotti sgrassanti, disincrostanti, disinfettanti. Dai prodotti di routine, per le operazioni di tutti i giorni ai detergenti specifici per le diverse tipologie di superfici come legni pregiati, vetro, marmi, ecc.

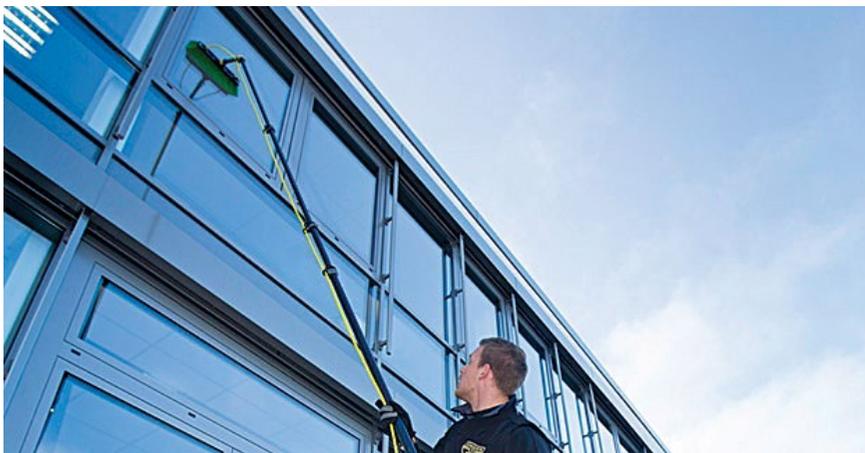
Le macchine - Anche sul versante macchine, del resto, la tecnologia ha fatto passi da gigante: si va verso le soluzioni compatte, ergonomiche, di-

screte e silenziose, in grado di muoversi agevolmente in tutti gli spazi e di non disturbare il riposo degli ospiti. Tutte caratteristiche che in albergo sono ormai essenziali.

Vanno di moda i "piccoli e compatti" anche tra gli aspirapolvere, irrinunciabili in ambito alberghiero. Ci sono però anche sistemi di aspirazione più articolati, per chi necessita di prestazioni più importanti. Senza dimenticare monospazzole, lavasciuga pavimenti, aspira liquidi.

I carrelli e le attrezzature- Strumento principe per le operazioni di pulizia alberghiera e di riassetto camere è il carrello: naturalmente a Pulire sarà un grande protagonista, in tutte le versioni: sia quelle compatte e più snelle, sia in quelle attrezzatissime, adatte al codice-colore, modulari e personalizzabili per tutte le necessità (sappiamo bene che non c'è un albergo uguale a un altro...). Non solo per pulire, ma





anche per portare la biancheria. E non si parla di carrelli per le pulizie adattati all'ambiente alberghiero: molte aziende, infatti, hanno sviluppato linee ad hoc per gli hotel, che fanno dell'eleganza il loro punto forte. Certi carrelli, a vederli, sembrano pezzi di design, e alcuni lo sono pure. Naturalmente al centro dell'attenzione c'è il colo-

re: il carrello, anch'esso, deve sapersi muovere con discrezione, senza essere incoerente con l'ambiente. Completa, naturalmente, sarà l'offerta di attrezzature e accessoristica: mop, microfibre, panni, spugne, frange e garze per la pulitura e la scopatura, ecc.

Prodotti di cortesia e forniture bagno - Il tutto senza prescindere dai

prodotti di cortesia e dagli articoli per il bagno, un ambiente-chiave dell'igiene alberghiera. Per questo Pulire ospita i maggiori produttori di tissue per uso professionale, dai tovaglioli di carta agli asciugamani in tessuto non tessuto, ai prodotti in carta. Ma anche saponi, dispenser, lavamani, cestini, contenitori per assorbenti femminili, sistemi di asciugatura da installare non solo nelle camere, ma anche negli spazi comuni.

Fragranze e profumazioni - Ma questo è solo l'inizio: diverse sono anche le aziende che propongono fragranze e linee di profumazioni anche personalizzabili e studiate ad hoc a seconda, ad esempio, dell'ambiente naturale o del contesto in cui l'hotel è inserito. Fragranze agli agrumi per uno splendido resort mediterraneo, fresco profumo di bosco per un'oasi wellness fra le Dolomiti e così via. Anche la ricerca nell'ambito di deodoranti e desodorizzanti (molto apprezzati in albergo perché spesso i clienti apprezzano gli ambienti "neutri") ha fatto passi da gigante. Oggi, ad esempio, si lavora molto anche con le biotecnologie: soluzioni che "mangiano" gli odori e non si limitano a coprirli. Anche sulla permanenza le aziende hanno fatto un grande lavoro. Le fragranze oggi hanno una durata nettamente superiore rispetto al passato.

Ristorazione - Hotel, poi, significa

36
GSA
FEBBRAIO
2015

PULIRE 2.1
THE SMART SHOW

Pulizia
per la qualità
della vita

Verona
19-21
maggio
2015





spesso anche ristorazione. Se anche non c'è un ristorante interno, c'è comunque il settore "breakfast": ecco allora comparire l'offerta più completa di prodotti, attrezzi e macchine dedicati.

Aree esterne - Passiamo all'esterno: non mancheranno le risposte a chi vuole davvero qualcosa di speciale. Per gli alberghi con tante vetrine e tanti piani, ad esempio, ci sono addirittura sistemi per la pulizia in quota mediante "funi". Per chi invece vuole restare più legato alla tradizione, ci saranno sempre le prolunghie e i sistemi lavavetri (tergivertri, sostegni, ecc.) più usati, compresi quelli con acqua pura.

Sistemi speciali - Senza escludere i sistemi pensati apposta per applicazioni particolari: una su tutte, la pulizia dei pannelli fotovoltaici, che sono sempre più usati dagli hotel ecocompatibili e attenti all'approvvigionamento energeti-

co. Offerta completa anche per le eventuali aree verdi. Molte aziende, inoltre, offrono anche prodotti per piscine, spa e aree benessere.

App e gestionali - Se poi il problema è migliorare l'organizzazione, ci saranno anche delle software house che presentano programmi e app pensati ad hoc. Ci sono programmi in grado di dialogare direttamente con il Pms alberghiero e organizzare, ad esempio, tutto il piano di pulizia e manutenzione, facilitando e sveltendo il lavoro dell'housekeeping.

"L'edizione 2015 di Pulire si presenta particolarmente ricca di proposte commerciali per settori verticali specifici, tra i quali quello dell'ospitalità riveste un ruolo di assoluta rilevanza strategica", ha affermato **Toni D'Andrea**, Amministratore Delegato di Afidamp Servizi che organizza la manifestazione. *"L'impegno dell'organizzazione è quello di rendere sempre più efficace ed immediato il contatto tra la domanda e l'offerta, proponendo una differenziazione merceologica puntuale e necessaria a valorizzare ogni singolo comparto del cleaning professionale in tutte le sue più svariate applicazioni"*. Ci sarà spazio anche per il relax e il divertimento, ma non vogliamo anticipare troppo.



Gioco di Squadra

Da più di 40 anni ARIX è sinonimo di pulito, di affidabilità e innovazione e con le acquisizioni di Brozzi e Tonkita ha rafforzato ulteriormente la leadership nel mercato del Cleaning, integrando ed accrescendo l'offerta e il servizio con capacità industriali tra le più importanti in Europa. Sinergia, forze convergenti, visione strategica condivisa, i valori tipici di un gioco di squadra per eccellenza come il Rugby sono comuni alla mission delle aziende del Gruppo ARIX e all'impegno quotidiano degli operatori nel misurarsi con le esigenze specifiche e le dinamiche competitive delle Pulizie Professionali. Per questo "Arix Professional" è il partner ideale della vostra squadra: ristorazione, alberghi, comunità e industria.



Linea Scope • Linea Strumenti di pulizia • Linea Panni
Linea Abrasivi e Spugne • Linea Guanti • Linea Dischi Abrasivi



ARIX S.p.A. DIVISIONE PROFESSIONAL
V.le Europa, 23 - 46019 Viadana (MN) Italy
Tel. +39 0375 832.111
Fax +39 0375 780304
www.arix.it
E-mail: professional@arix.it



MAIN SPONSOR
VIADANA RUGBY TEAM

quegli alberghi "verdi" che risparmiano e attirano turisti

"Ecosostenibilità: vantaggi per alberghi e turismo" il titolo dell'appuntamento sulla sostenibilità alberghiera organizzato a Milano da EcoWorldHotel e Certiquality.

E' ormai diventata una bella tradizione che si rinnova ogni anno: parliamo dell'appuntamento dedicato alla sostenibilità in albergo organizzato da EcoWorldHotel, il portale per prenotare alberghi e b&b "amici dell'ambiente", in collaborazione con Certiquality, che si è svolto a Milano il 28 novembre 2014, con il patrocinio di Ministero dell'Ambiente, Commissione Europea con rappresentanza a Milano, Regione Lombardia, Provincia e Comune di Milano. Fa ben sperare la grande affluenza di pubblico, composto da addetti ai lavori ma non solo: segno che c'è sempre più sensibilità per l'argomento, anche da parte dell'opinione pubblica.

Protagonista l'ecosostenibilità

Tema dell'incontro l'ecosostenibilità e i vantaggi in termini etici e di immagine, ma anche economici e strategici, che ne possono derivare per le strutture alberghiere. Il punto di partenza è che l'ecosostenibilità, in tutte le sue forme (dall'approvvigionamento energetico alla riduzione delle emissioni, dall'utilizzo di materiali sostenibili all'impiego di prodotti green per la pulizia e la manutenzione ambientale), non è più un vincolo per le strutture alberghiere, ma un valore altamente strategico. Gli ultimi dati dimostrano che sempre più clienti orientano le proprie scelte sulla base della

di Laura Guidi

sostenibilità delle strutture, e non solo: la responsabilità ambientale sta diventando un valore aggiunto per prestigio ma anche per ragioni di risparmio. E anche gli alberghi, che fino a non molto tempo fa erano tra le strutture più energivore del pianeta, adesso si stanno adeguando. Ne va della competitività, e della loro stessa sopravvivenza.

Il programma EcoLeader, di Tripadvisor

Del resto non è un caso che Trip Advisor, portale leader per i viaggi e l'hospitality con oltre 30mila destinazioni nel mondo e 200mila strutture, abbia di recente promosso il programma EcoLeader per evidenziare le strutture eco e per aiutare i viaggiatori nel mondo a pianificare viaggi più green. I viaggiatori possono personalizzare la ricerca e visualizzare una lista dettagliata delle pratiche eco-sostenibili adottate da ogni struttura o scegliere in base alla classificazione assegnata (platino, oro, argento o bronzo). Ad oggi sono oltre 6mila nel mondo gli



hotel che possono fregiarsi del riconoscimento EcoLeader e in Italia Milano è la città capofila: un buon viatico per Expo 2015. Tutti concetti ribaditi nel corso dei numerosi interventi, moderati da **Emilio De Risi** - Direttore Marketing di Job in Tourism, network che si occupa del lavoro nel settore turismo e hospitality.

Il problema dei rifiuti

Energia, materiali, prodotti, sistemi e attrezzature. Ma non è tutto. Per esempio, i rifiuti? Anche questi giocano un ruolo decisivo nell'ecosostenibilità di





una struttura alberghiera! Lo ha ricordato **Massimiliano Vavassori** - Direttore Centro Studi Touring Club che ha posto l'accento sulla produzione di rifiuti nelle località turistiche durante i periodi di massima affluenza intervenendo dopo il saluto di **Alessandro Bisceglia** - CEO di EcoWorldHotel - e **Umberto Chiminazzo** - Direttore Generale Certiquality, che hanno fatto gli onori di casa come organizzatori di un evento che riscuote sempre più successo.

Milano sostenibile, in attesa di Expo

Un focus particolare è andato alla città di Milano, che si prepara ad accogliere l'Expo 2015, attesissima manifestazione mondiale che attirerà in città milioni di persone con i relativi benefici, ma anche problemi, per il settore alberghiero. A questo proposito il punto è stato fatto da **Massimiliano Tavecchia**, direttore del Settore Politiche del Turismo e Marketing Territoriale del Comune di Milano, che ha ricordato come da tempo Milano si stia preparando all'Expo2015 anche in chiave di sostenibilità. Già due anni fa, ad esempio, la città ha aderito al

Network Grandi Destinazioni Italiane per un Turismo Sostenibile (GDITS), un protocollo d'intesa stipulato tra le più importanti destinazioni turistiche italiane, per lo sviluppo di una rete dedicata al turismo sostenibile in Italia. Proprio grazie a questo protocollo sta vedendo la luce una serie di iniziative volte alla diffusione di una maggiore mobilità sostenibile: dalla promozione di stili di vita sani allo sviluppo di un'agricoltura sostenibile, dalla riduzione degli sprechi alimentari a una più attenta raccolta differenziata. Ha detto Tavecchia: "Il turismo è sostenibile quando le attività ad esso connesse non alterano l'ambiente naturale, sociale, culturale ed artistico; concorrono allo sviluppo delle attività sociali ed economiche presenti nel territorio e garantiscono condizioni di maggiore accessibilità e integrazione."

Aumentano le certificazioni: buon segno

Un altro dato confortante in direzione della sostenibilità alberghiera è l'aumento, anche piuttosto rapido, del numero di strutture ricettive (anche di grandi catene) che ottengono certificazioni ambientali per hotel, come Ecolabel, Green Key, Iso 14001 ed EcoWorldHotel. E qui entra in scena Certiquality, organismo di certificazione fondato nel 1989 e specializzato nella certificazione dei sistemi di gestione per la qualità, l'ambiente, l'energia, la sicurezza sul lavoro. **Walter Bertozzi**, Sustainability Product

Nasce Contract di EcoWorldHotel

Nel pomeriggio, dopo la pausa pranzo, spazio al tradizionale workshop, dedicato quest'anno a incontri e presentazioni di aziende e prodotti eco, bio e green specifici per il settore horeca. È stata inoltre inaugurata la nuova divisione Contract di EcoWorldHotel, una squadra di esperti architetti e designer promotori delle eccellenze italiane, che si occuperanno di progettazione e ristrutturazione in chiave green.

Manager Certiquality, ha ricordato che le certificazioni, oltre a comunicare l'impegno ambientale, favoriscono un miglioramento della reputazione e permettono di acquisire un vantaggio competitivo sul mercato in quanto permettono di differenziarsi dalla concorrenza. Importante, a tale proposito, il supporto assicurato da Certiquality nel seguire le strutture ricettive per tutto il percorso di certificazione. Interessante l'intervento di **Massimiliano Gini**, project manager presso il Centro Studi Turistici di Firenze, che ha messo l'accento su un'importante iniziativa costituita dalla rete di regioni europee NECSTouR (con la Toscana regione capofila), il cui obiettivo è quello di unire le forze e le esperienze per promuovere l'Europa come destinazione di turismo sostenibile.



hotel reload: *riqualificare l'albergo per rilanciare il turismo*

dalla redazione

Tappa milanese, il 22 gennaio, per il workshop itinerante “#Tourism re-load”, ideato da Teamwork. È l'occasione di fare il punto, con Mauro Santinato, sulla situazione degli hotel in Italia e sul valore strategico della pulizia, che ancora (nonostante TripAdvisor e il tam tam online) non sembra essere percepito fino in fondo dagli albergatori.

40
GSA
FEBBRAIO
2015

Si chiama “#Tourism reload”, con tanto di hashtag, ed è il 1° workshop, in forma di “road show”, dedicato alla riqualificazione strategica degli hotel ideato da Teamwork, che dal 1998 offre servizi e know-how per il mercato turistico-alberghiero. Il 22 gennaio ha fatto tappa a Milano, nella bella (e sostenibile) cornice dell'ecohotel Enterprise: una preziosa occasione, proprio alla vigilia dell'Expo, per ragionare sulle enormi potenzialità (spesso male impiegate) del panorama alberghiero in Italia.

Un'opportunità di rilancio

“Riqualificare l'impresa alberghiera per rilanciare il turismo italiano”, questo il sottotitolo dell'evento, parte da un presupposto realistico quanto impietoso: che cioè non si possa più vivere di rendita, perché il nostro sistema dell'ospitalità è ormai superato.

Un roadshow per riqualificare l'offerta alberghiera

Il fondatore e numero uno di Teamwork, **Mauro Santinato**, è molto chiaro in proposito: “Il senso è quello



di stimolare gli albergatori, aiutandoli a capire che se la domanda c'è ed è in crescita e le cose non vanno bene un motivo ci sarà, ed è precisamente il fatto che abbiamo strutture per la maggior parte inadeguate, ferme a venti, trent'anni fa”. La domanda di partenza, poi, è tra le più immediate: com'è possibile che un paese come l'Italia, con il suo straordinario patrimonio artistico, culturale, ma anche naturale e paesaggistico, abbia sempre di che lamentarsi quando si tocca il tasto dell'hospitality?

Tra criticità e successo

Santinato, che ha fatto da moderatore dei lavori, ha parlato di fattori di criticità e successo dell'imprenditoria alberghiera italiana, non risparmiando critiche e stoccate (ma sempre costruttive). Il dibattito si è poi spostato sugli aspetti economici e finanziari, con **Roberto Necci**, da qualche mese direttore del centralissimo Hotel Savoy di Roma e presidente Ada Lazio, legislativi (“Il decreto turismo



per il rilancio del settore alberghiero”, con **Alfredo Monetti** di Teamwork), e progettuali (“Planning e budgeting per un progetto efficace”, di **Marco Pignocchi**, amministratore Hospitality Project, che si occupa di ristrutturazione alberghiera).

In Italia non c'è (ancora) abbastanza dinamismo.

E si spende più del dovuto

“In Italia è difficile -confida Santinato, che in questo settore ci lavora da anni-

innovare il prodotto alberghiero. Purtroppo, anche se le potenzialità sono molte, il nostro non è un comparto tra i più dinamici”. In questo senso si è mosso l’approfondimento di **Giancarlo Cavazzoni**, di Cavazzoni Associati Engineering, che lavora nella progettazione di impianti tecnologici e ambientali, che ha parlato di “efficientamento come fonte di reddito”, spiegando agli albergatori presenti in sala (oltre 115 persone, un successo) come poter incrementare guadagni e immagine semplicemente razionalizzando le spese ed efficientando la struttura. “Eppure –ragiona Santinato- in Italia si vedono ancora sprechi, spese a vuoto, edifici obsoleti e alberghi disorganizzati che spendono molto più del necessario”.

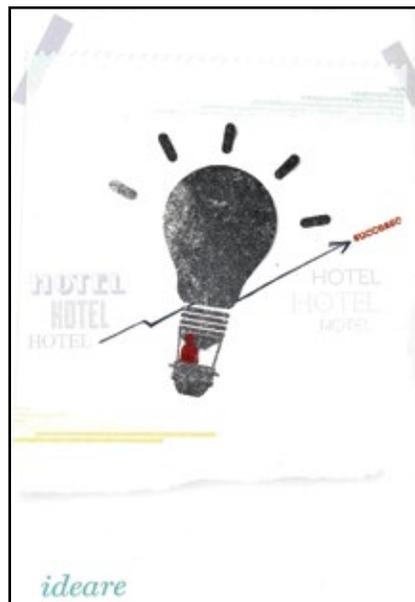
Il 13 marzo, Hospitality day a Jesolo

Dinamica è invece Teamwork, che per il 13 marzo, giusto per andare in ordine di tempo, ha organizzato a Jesolo, tra le capitali dell’ospitalità italiana, un Hospitality day: “Sarà una giornata intensissima, con trentadue seminari di una cinquantina di minuti l’uno sui temi attuali dell’ospitalità. Ci sarà di tutto: dal marketing management alla pulizia”.

Il valore strategico del pulito

Appunto. Visto che si parla di riqualificare i nostri alberghi, che ruolo può avere la pulizia in tutto questo? “Un ruolo importantissimo. Purtroppo di pulizia non si parla mai abbastanza, anche perché non è sempre semplice determinarne la vera qualità. In generale posso dire che la pulizia è qualcosa che quando c’è non si vede, ma sarebbe troppo semplice cavarsela così. In albergo non è affatto semplice capire se e dove c’è vera pulizia: c’è la pulizia reale, c’è quella percepita e c’è quella desiderata. Ci sono alberghi che ne fanno addirittura uno strumento di marketing. Senza dubbio è un aspetto centrale nella costruzione dell’imma-

gine. A Milano, ad esempio, si è parlato anche di brand reputation, e di come “Analizzare la propria reputazione per cercare di capire che cosa migliorare” (**Mirko Lalli**, fondatore e Ceo di Travel Appeal). Ecco, se prova a fare un giro online, vedrà che concetti chiave come igiene, pulizia e simili sono centrali per determinare la brand reputation. D’altra parte è cosa nota che la scarsa igiene, su piattaforme come Trip Advisor, sia uno degli elementi più critici e meno accettati dagli utenti di strutture alberghiere. Si sa che, insieme (o addirittura prima della scortesia del personale, la mancanza di pulizia è considerata come uno dei primi motivi di disaffezione (e di stroncature online).



Si investe abbastanza nel pulito in hotel?

Altra questione è se si investa abbastanza sull’igiene: “Si investe abbastanza? Sì e no, ovviamente dipende. Qui la cosa si fa più difficile. L’abitudine all’outsourcing, ad esempio, da molti albergatori non è recepita come una ricerca della qualità e della professionalità, ma come un modo per togliersi il pensiero. Una prospettiva rischiosa, poi non stupiamoci se ci troviamo a che fare con albergatori che

non conoscono a fondo la questione.

La cimice dei letti.

Ancora molta ignoranza...

Un esempio? Teamwork, fra le tante iniziative, ha in corso di pubblicazione una guida snella ma completa e approfondita sul problema della cimice dei letti. Una questione che i nostri lettori conoscono piuttosto a fondo (*cf: pag.*), ma che evidentemente gli albergatori non percepiscono ancora come un problema reale. “Lei sa -dice Santinato- che fra gli albergatori che conosco quasi nessuno ha piena coscienza del problema e, soprattutto, di come affrontarlo?”. E anche quando c’è e lo si identifica, ci si vergogna a parlarne.

La camera, cuore dell’offerta alberghiera

Eppure negli alberghi è un flagello “silenzioso”, e quando te ne accorgi spesso è abbastanza tardi per correre ai ripari in modo “soft”. Ma sono tantissimi i nemici della camera d’albergo. Teamwork lo sa bene, visto che si occupa spesso della camera, con focus proprio sull’aspetto delle pulizie. “E’ doveroso affrontare il tema della camera, che rappresenta il 70% del business alberghiero”.

Il “diavolo” sta nei dettagli

“Non esiste albergo senza camere, e non esiste una buona camera se non è pulita”. E prosegue: “Sa qual è la parte della camera avvertita come più sporca?”, spiega Santinato. “Il telecomando! Certe volte non ci si pensa, ma chi lo pulisce? E chi pulisce, ad esempio, le vecchie chiavi d’ottone che in certi (molti) alberghi italiani sono ancora lì dopo cinquanta o sessant’anni e il “tocco” di milioni di mani? E le tende, le moquette, le coperte, i copriletti, i cuscini...”. Provocazioni? “Non più di tanto, semmai parlerei di necessità di svecchiarsi, e ripensare all’intera struttura alberghiera come a un sistema in cui anche i dettagli giocano un importante ruolo.

“nanoscienze in quota”, le nuove vette del pulito

di Umberto Marchi

Complice l'avvicinarsi di Expo, sempre più alberghi hanno l'esigenza di rifarsi il look. Magari incominciando da una bella pulizia e protezione delle facciate. Niente paura, la soluzione c'è. Basta affidarsi ad esperti capaci di arrampicarsi con funi e prodotti speciali... dove osano solo le aquile!

pre più numerose, complice l'avvicinarsi dell'atteso appuntamento con Expo 2015, le richieste di pulizie e trattamenti in quota". Chi parla è un vero esperto di questo settore, perché da sempre si occupa di coordinare e progettare interventi... in altezza.

Paolo Gaibotti è general manager di OSD Gruppo Ecotech dal 2004, l'azienda nata nel 1983 è impegnata da anni nella ricerca, progettazione, produzione e commercializzazione di prodotti per il controllo dell'ambiente urbano. L'ultimo brand del gruppo si chiama, e non a caso, Verticaljob®, e identifica una nuova linea di interventi in quota pensati proprio per le imprese di pulizia, con la tecnica "rope access".

L'Expo è in arrivo e per molti alberghi quale migliore occasione per... rifarsi belli? Ad esempio, per pulire e proteggere le parti in vetro, anche in quota, con l'aiuto di nuove tecnologie e di nuovi straordinari prodotti ad hoc?

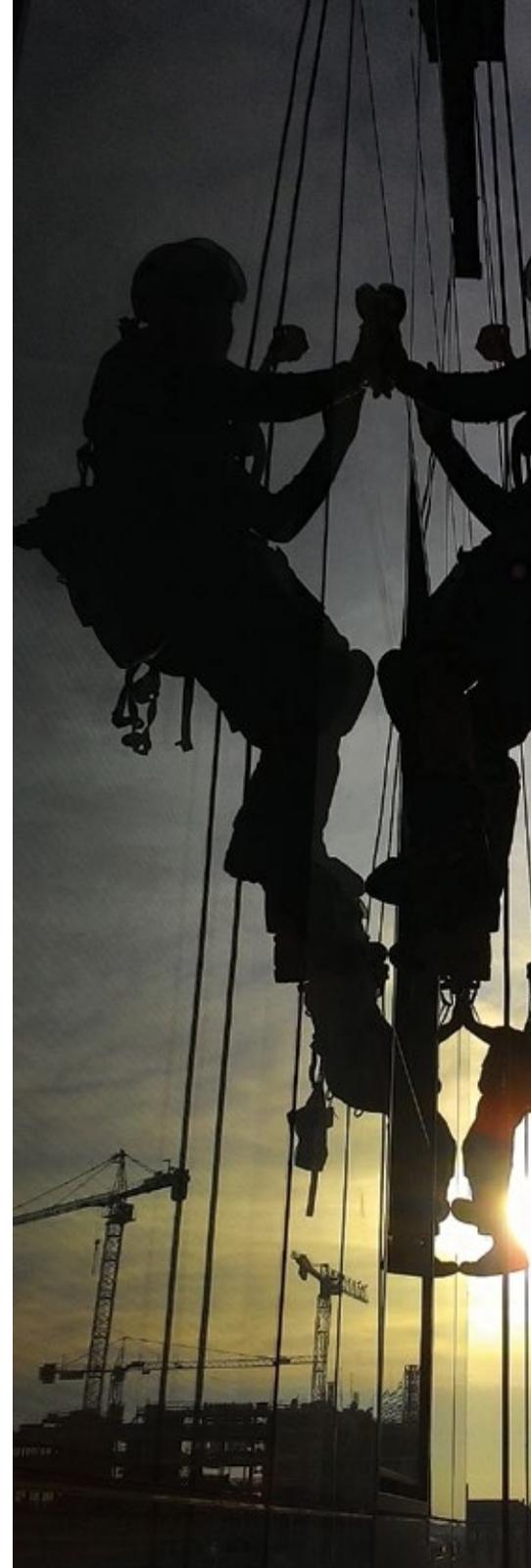
Gli esperti di trattamenti "in quota"

Detto fatto, oggi la soluzione c'è. E il pulito si fa... in verticale. "Sono sem-

L'alpinismo edile?

Non è più una nicchia...

Parliamo di una "nicchia" che oramai non è quasi più tale: le manutenzioni in quota a mezzo di corda o fune, infatti, sono un sistema sempre più diffuso anche in Italia laddove non sia tecnicamente possibile, o risulti economicamente poco conveniente, operare con piattaforme aeree, ponteggi, impalcature. Per quanto riguarda l'esperienza OSD, tutto nasce dall'acquisizione di VerticalJob, un'azienda specializzata appunto negli interventi in quota su fune, alpinismo edile, installazione di linee vita e sistemi anticaduta, pulizia vetri, manutenzione e pulizia facciate in continuo, ecc. "La nostra idea - spiega Gaibotti- era quella di sviluppare un sistema di pulizia basato su tecniche innovative e finalizzate all'uso della nanotecnologia e che fosse alternativo ai tradizionali interventi con piattaforme e trabattelli, non sempre applicabi-



li o convenienti. Pensiamo a immobili pubblici e privati, dagli ospedali ai grattacieli direzionali con facciate in vetro, dagli alberghi ai palazzi storici e monumentali".

Ideale per gli hotel

Il discorso vale, a maggior ragione, per le strutture alberghiere, che sono, ad oggi, tra i principali clienti di questa tipologia di servizi: "Ormai lavoriamo con moltissimi alberghi, direi che



sono il nostro interlocutore principale in questo tipo di servizi. Specie a Milano, l'effetto Expo ne porta sempre di più a richiedere il nostro intervento: l'ultimo fatto, in ordine di tempo, è il prestigioso Hotel Gallia, che abbiamo appena "consegnato".

Nano scienze in quota

Ma a questo punto abbiamo introdotto un altro elemento: le nanotecnologie. E' sempre Gaibotti a parlare: "Sì,

è questo il vero cuore del progetto. Diciamo che abbiamo deciso di acquisire VerticalJob proprio partendo dalla volontà di portare in quota le nano scienze applicate al settore manutenzione tramite il trattamento nanotecnologico. E' la nostra sfida per il futuro. Il trattamento nanostrutturato, per vetri statici, è in grado di garantire la massima stabilità delle caratteristiche del silicio delle vetrate. Infatti le particelle nanotecnologiche vanno a saturare le porosità del vetro, rendendolo meno attaccabile dallo sporco. La tecnologia nanotech consente in questo modo di ottimizzare l'attività di pulizia fino a 4 anni successivi l'applicazione, resiste all'esposizione degli agenti atmosferici, alle abrasioni del vento e alle successive pulizie del vetro. Forma una superficie impermeabile, invisibile, riducendo le microporosità del vetro ed evitando l'adesione di sporco (smog, polveri, guano, calcare...) migliorando la repellenza all'acqua e rendendo la superficie più liscia e facile da ripulire, in quanto lo sporco non aderisce. Attenzione però, perché prima di procedere al trattamento nanotecnologico occorre che le superfici siano perfettamente pulite".

Grandi vantaggi per gli hotel

Tutto questo per gli hotel è molto importante. L'esigenza di mantenere intatta l'estetica delle facciate di fronte all'aggressione di smog, piogge acide e calcare senza gestioni organizzative troppo impegnative e appariscenti, fa degli interventi su fune il miglior compromesso fra qualità, velocità, comodità e prezzo. Hotel piccoli o grandi, modesti o lussuosi, ognuno di questi ha l'esigenza di apparire, e apparire significa mostrare la propria struttura nel migliore dei modi. Un bel biglietto da visita per Expo... Le nuove tecnologie legate alla scienza nanotecnologica hanno quindi permesso, in questi ultimi anni, di raggiungere performance tali che hanno consentito di ottimizzare i tempi di intervento di puli-



zia delle facciate fino al 60% rispetto alle superfici non trattate.

Dopo un'accurata formazione...

Prosegue Gaibotti: "Gli operatori VerticalJob eseguono pulizie e lavaggio di vetrate, facciate verticali, pannelli solari e superfici a specchio. La tecnica, molto simile a quella dell'arrampicata, consente di operare in totale sicurezza senza l'uso di piattaforme aeree. A ciò si aggiungono, come abbiamo detto, tutti i "plus" delle nanotecnologie. Ricapitolando: l'intervento rende i vetri e pannelli inattaccabili da polvere, smog, calcare, aloni, macchie e graffiti. La superficie risulterà protetta da qualsiasi contaminazione esterna. La nanotecnologia consente un risparmio sui tempi di esecuzione dei servizi di pulizia fino al 60% in meno rispetto alle facciate non trattate.

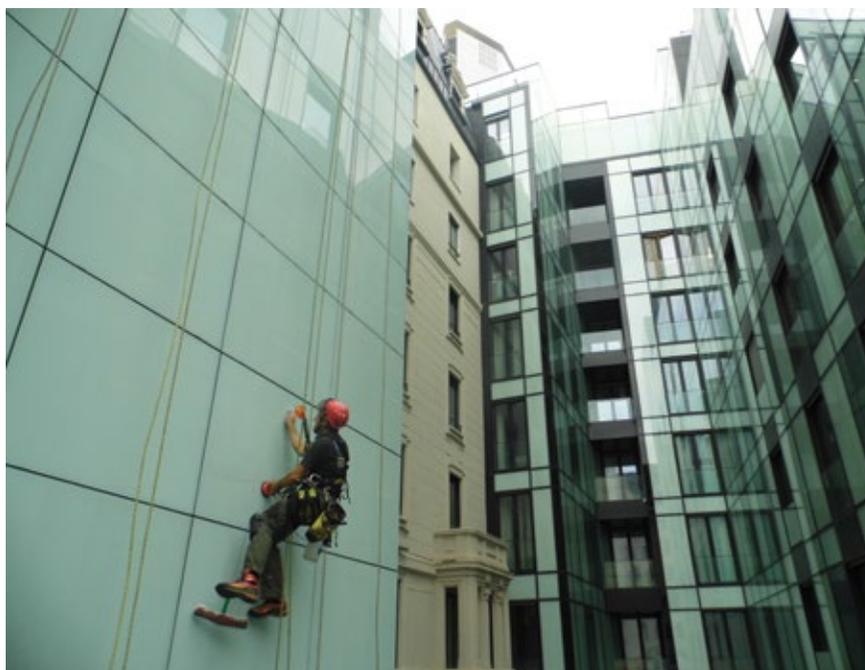
Operazioni estreme? Forse sì, ma creano affiatamento e spirito di squadra

Il tutto senza nessun rischio: i tecnici VerticalJob operano in totale sicurezza e sono formati tramite corsi riconosciuti a livello internazionale (IRATA). Un altro aspetto centrale, infatti, è costituito dalla formazione. E' chiaro che lavorare in quota non è come farlo a terra, e che è fondamentale sapere sempre cosa fare in tutte le circostanze. Ma a questo proposito Gaibotti si

sente di tranquillizzarci: “Si può anche pensare che operare appesi su di una fune sia estremo. Niente di più sbagliato, anzi. La consapevolezza dell'estremo unisce prestazioni uniche che fondono gli animi degli operatori in un unico obiettivo comune... che poi è quello di svolgere al meglio un lavoro di squadra e di... vivere a fondo la propria esperienza! Calarsi dall'alto del cielo per correre lungo una facciata verticale è un lavoro che forma nell'individuo un robusto temperamento e al contempo mette in luce una innata predisposizione alla generosità”.

Ed ecco i vantaggi

I vantaggi sono chiari: i lavori su fune permettono il facile raggiungimento del luogo delle operazioni, anche se situato a molti metri di altezza, risolvendo qualsiasi problema che un edificio può presentare, in maniera veloce, efficace, in assoluta sicurezza e nel pieno rispetto delle normative nazionali e comunitarie. Le attività così



svolte, siano esse di recupero edilizio o pulizia, consentono un'ottimizzazione dei costi molto evidente per il committente. Le applicazioni in nanotecnologia, inoltre, dimezzano i costi di manutenzione delle vetrate verticali,

facilitandone l'esecuzione. Tutto molto interessante per gli alberghi. Insomma, c'è da scommettere che di “alpinismo edile” sentiremo ancora parlare, e parecchio.

Ci sono anche specialisti dell'arrampicata...

Proprio in zona Milano, fra l'altro, sono sempre più attive imprese specializzate in questo tipo di pulizia: una di queste si chiama Rigger, ed è balzata agli onori delle cronache quest'estate perché i suoi specialisti, fra cui addirittura provette guide alpine, sono intervenuti sulla torre Unicredit e su altre case e palazzi storici del capoluogo meneghino e non solo. Gli operatori si formano sulle montagne e sono addestrati a lavorare per ore ad altezze vertiginose, dove il sole, il vento e gli eventi atmosferici si fanno sentire in tutta la loro violenza. Questo per dire che il settore sta vivendo un vero e proprio boom.

Pulizie in quota per la torre Unicredit a Milano



le cimici dei letti *turbano i sogni di expo?*



Protagoniste indesiderate di tutti i grandi eventi affollati, le cimici dei letti rischiano di rovinare i sonni dei visitatori di Expo.. Ecco come comportarsi.

Allarme: alla vigilia del taglio del nastro, il sogno di Expo 2015 ha un nuovo nemico! E stavolta non è la corruzione, non sono i cantieri infiniti, non sono i costi lievitati alle stelle. E' qualcosa di molto, molto più piccolo che però rischia di turbare i sonni dei milioni di visitatori attesi. O almeno di una parte di loro. Nel latino di Linneo si chiama *cimex lectularius*, usualmente detta cimice dei letti. E' il terrore ancora (semi)sconosciuto degli albergatori: sì, perché queste piccole ma fastidiosissime coinquiline stanno facendo la loro ricomparsa anche nel mondo occidentale, e gli hotel sono tra i luoghi d'elezione. Per questo l'attenzione non è mai troppa.

Eventi... a portata di cimice

Appunto: tutti i grandi eventi, quelli in cui il flusso di turisti concentrati in una sola località aumenta vertiginosamente, sono spesso "messi a repentaglio" da invasioni di cimici dei letti. Ecco perché Milano, con l'imminente Expo, rischia come Vancouver nel 2010 e Londra duran-

dalla redazione

te le Olimpiadi di due anni fa. Si tratta di una minaccia che si nasconde sotto le coperte, tra cuscini, valige, borse, cappotti, indumenti. Ad essere colpite sono soprattutto le camere di alberghi (anche di lusso, loro non si formalizzano), ostelli, pensioni, bed and breakfast, case ma anche mezzi e luoghi pubblici affollati, come treni, autobus, metropolitane, taxi.

Si presentano così

Ecco come si presentano: le cimici adulte sono di colore bruno rossiccio, con un corpo lucido e appiattito ma di forma ovale, non più grande di 5-7 mm: corazzato da un'armatura boccale pronta a mordere e succhiare il sangue, piccole antenne piantate sul capo e due ali abbozzate sulla schiena. Attraversano tre stadi di sviluppo: uovo, ninfa, forma adulta. Le uova misurano circa 1 mm: sono biancastre e generalmente si trovano su superfici rugose, forse perché più protette. Una cimice femmina depone da 1 a 5 uova per giorno (5-7 alla settimana) nell'arco di 2 o 3 mesi, dando alla luce un totale di 200-500 figli in una vita. Il tempo necessario per la maturazione delle uova dipende, in buona sostanza, dalla temperatura ambientale: generalmente si schiudono dopo 10 giorni dalla deposizione in ambienti con una temperatura di 20°C e di 4-5 giorni a 35°C; sopra i 37° C, invece, le uova non riescono a schiudersi e perdono vitalità entro tre mesi. Le cimici raggiungono la crescita completa nell'arco di 2-4 mesi, possono vivere fino a un anno e sono particolarmente attive mentre noi dormia-

mo. Strisciano sulla pelle scoperta, inoculano una sostanza leggermente anestetica e succhiano una piccola quantità di sangue. Una buona notizia è che, allo stato attuale delle conoscenze, non vi è notizia che le cimici dei letti portino malattie. Ciò non toglie, però, che le loro punture risultino particolarmente fastidiose, e possano causare molto prurito e irritazione. In genere i ponfi guariscono in pochi giorni, ma in alcuni rari casi possono durare per diverse settimane. Normalmente è sufficiente usare una pomata contro il prurito, ma se le punture diventano infette ci si deve rivolgere al medico.

A Expo ci saranno anche ospiti... indesiderati

Tra qualche mese, con l'apertura di Expo2015, Milano e il suo hinterland si preparano a ospitare nelle strutture ricettive della Regione, che solo a Milano e provincia sono più di mille, molti milioni di visitatori, di cui un terzo provenienti da altri Paesi. Un'invasione di persone che porta con sé un altro tipo di incursione, quella delle cimici dei letti: un pericolo reale che non può essere sottovalutato.



Più turisti, più cimici dei letti? Quasi matematico

Il binomio 'più turisti, più cimici del letto' è quasi matematico, ma la loro presenza non è necessariamente correlata a scarsa pulizia. Spesso, le strutture più colpite sono proprio quelle di livello che vedono transitare una clientela numerosa che viaggia per lavoro da un paese all'altro, portando con sé una valigia 'contaminata'. Questi insetti infatti 'viaggiano gratis' annidandosi nei bagagli, nei sedili degli aerei, nei vestiti e, una volta arrivati nella camera di albergo o a casa, colonizzano letti, mobili, tappezzerie e tende. Per questa ragione, una volta arrivati in albergo è opportuno verificare che questi insetti non siano già presenti nelle poltrone o nei materassi evitando di posizionare le valigie sui letti.

Come riconoscere l'infestazione

Tra gli indicatori più comuni della presenza dell'animale c'è il caratteristico odore acre, frutto delle loro secrezioni ghiandolari; la presenza delle loro feci sotto forma di macchioline brune visibili su cuscini, lenzuola e pavimenti, o direttamente l'insetto morto. Quest'evidenza di prove è, naturalmente, direttamente proporzionale all'entità dell'infestazione, che lungi dall'essere al primo stadio, è già fortemente radicata e richiede l'intervento di disinfestatori specializzati.

Disinfestazione fai da te?

Ahihihihi...

Se, infatti, da un lato bisogna evitare di farsi prendere dal panico, dall'altro bisogna tener presente che, tra le cose da non fare, c'è la disinfestazione fai da te che potrebbe peggiorare la situazione. Infatti tentativi maldestri di intervento, in cui si cerca di ammazzare l'animale a colpi di insetticida, potrebbero risultare controproducenti, espandendo l'infestazione invece di contenerla. Molti insetticidi, infatti, hanno solo un effetto di lavaggio e detersione che non implica necessariamente l'eliminazione dell'infestante o delle sue uova. È in quest'ottica che diventa essenziale il monitoraggio costante durante il programma operativo, dacché un controllo inadeguato porta spesso alla diffusione dell'infestazione. Bisogna sempre rivolgersi a disinfestatori professionali che sono i soli in grado di garantire una completa eradicazione che, naturalmente, non può essere conseguita in un solo trattamento.

Fondamentale è il processo ispettivo al fine di individuare le proporzioni del problema.

Niente guerra aperta...

al materasso

Per quanto riguarda gli attrezzi è auspicabile procedere con un'attrezzatura ridotta al minimo, per evitare di estendere l'infestazione durante il trasporto dell'attrezzatura. Ogni oggetto va poggato su porzioni di territorio pre-ispezionato e, naturalmente, mai sui letti della camera infestata. Il disinfestatore procederà poi ad ispezionare i materassi, facendo attenzione più alle zone buie che a quelle esposte alla luce: cuciture, bottoni, etichette sono nicchie perfette per le cimici che preferiscono rifugiarsi alla base del letto piuttosto che sulla superficie. Altro punto di annidamento strategico sono i buchi di viti e bulloni, che andranno accuratamente svitati e controllati. Una volta ispeziona-

to il letto, si potrà passare alle zone limitrofe: struttura, testata, cassettoni, guardaroba e tutto il mobilio (soprattutto se contiene valigie). Nulla dovrà sfuggire all'occhio attento del disinfestatore.

La seconda fase del trattamento: cimici, addio!

Sulla base delle informazioni collezionate durante il sopralluogo, si procede alla seconda fase di pulizia, smontaggio e primo trattamento. Ed anche per la raccolta dei reperti infestati vanno seguiti criteri di igiene rigorosissimi: tutto ciò che viene rimosso dalla stanza deve essere sigillato in sacchi di plastica prima di essere allontanato dall'infestazione e andrebbe comunque trattato prima di un'eventuale eliminazione. Per la rimozione delle cimici, il disinfestatore dovrà utilizzare aspirapolveri rigorosamente dotate di sacco contenitore e nastri adesivi per poter sigillare il "raccolto" prima di svuotarlo in sacchi di plastica e sigillarlo. Naturalmente anche le stesse attrezzature dovrebbero rimanere ben sigillate nella plastica nei periodi di distanza tra i vari sopralluoghi. Trattamenti con macchine che erogano calore, vapore secco e freddo possono contribuire sia all'eliminazione del focolaio che come misure preventive. Per il trattamento a vapore si dovrebbe cominciare con il materasso per poi procedere con l'aiuto di un augello nelle varie fessure potenzialmente infestate: tra i limiti del sistema si evidenzia che, essendo a base d'acqua non si possono trattare i punti di corrente, che sono ottimi rifugi per le cimici. Procedendo con ordine, codificando e disciplinando a dovere le fasi dell'intervento il disinfestatore eradicherà senza problemi l'infestazione, scomodando l'ospite indesiderato una volta per tutte.



AfidampFED lancia la sua piattaforma di e-commerce

Da oggi l'eccellenza della pulizia viaggia anche on line, grazie al canale di e-commerce attivato da AfidampFED, la federazione delle associazioni di filiera della pulizia professionale, che ha deciso di rendere accessibile, con un semplice click, il patrimonio di conoscenze ed esperienze accumulato in oltre trent'anni di attività. Sul sito <http://www.afidamp.it/ecommerce/> è infatti possibile acquistare, in versione cartacea ed elettronica, le pubblicazioni realizzate dalla federazione, oltre a cd e dvd divulgativi e formativi. Tra le opere in catalogo tutte le pubblicazioni tecniche di Afidamp, alcune relative ai diversi ambiti di pulizia (Scuole e Alberghi), altre dedicate ad altre tematiche (Noleggio, Lavasciuga, Usato). Presente anche il nuovissimo Manuale "Ecologia nella detergenza professionale" che fornisce delucidazioni sul decreto CAM del 2012 e stabilisce le percentuali minime di principio attivo affinché un prodotto professionale sia efficace.

Grande novità è la diffusione in via elettronica del ben noto "Vademecum della pulizia professionale", che è stato suddiviso e reso acquistabile nelle sue diverse sezioni in modo tale che sia possibile personalizzarlo a seconda di chi lo utilizza.

Il Vademecum della pulizia professionale di AfidampFED, l'unica e completa enciclopedia del pulito, è diventato ormai un punto di riferimento non solo per gli addetti del settore ma viene utilizzato sempre più frequentemente dagli enti appaltanti nella redazione dei capitolati tipo, nella valutazione delle offerte, ecc.

L'opera è tradizionalmente suddivisa in tre diversi volumi rispettivamente dedicati ai temi: prodotti e tecniche di pulizia; resario e capitolati tipo e formazione del personale addetto. Ogni volume è composto da vari capitoli

afidamp
e-commerce

monotematici (acquistabili anche singolarmente); nel primo troviamo, tra le altre, sezioni dedicate alle diverse macchine, alle attrezzature, alle fibre e ai panni e alle barriere anti sporco. Il secondo invece affronta in particolare le tematiche inerenti alla definizione delle operazioni di pulizia e manutenzione, alla frequenza di intervento per tipologia di ambiente (uffici, banche, scuole, supermercati, ospedali, scuole, condomini) e ai rispettivi indici di produttività. L'ultimo volume invece prepara i lavoratori del comparto dalla A alla Z, offrendo, ad esempio, istruzioni precise su come trattare determinate superfici o ambienti nei processi di pulizia, partendo dalla preparazione del materiale operativo, senza trascurare una panoramica sui principali criteri di sicurezza da rispettare. Sarà dunque possibile acquistare separatamente il solo volume delle rese, oppure quello sul corso di pulizia professionale o comporre un vademecum personale a seconda degli ambiti in cui opera l'impresa. Ma non manca la "videoteca AfidampFED", che vede tra i suoi fiori all'occhiello "La storia del pulito e del pulire", a cura di Giulio Guizzi, ambasciatore di Afidamp e di-

visa in tre dvd. Un vero e proprio viaggio storico, scientifico ed umano, che vuole scandagliare il tema della pulizia a 360%, mettendone in luce anche gli aspetti curiosi e meno conosciuti. Tra i video più apprezzati spicca inoltre "Pulire Scuola: Tecniche di pulizia", un videocorso completo, dedicato al personale Ata, in cui vengono illustrate con semplicità le corrette tecniche di pulizia, l'adozione di specifiche metodologie e l'impiego di strumenti e prodotti professionali, oltre a preziosi consigli per ottimizzare tempi e costi. Tutto ciò con l'ambizioso obiettivo di rendere gli edifici scolastici, i "vivai" per le nuove generazioni, luoghi davvero sicuri, anche sotto il profilo igienico.

«Siamo particolarmente soddisfatti della nascita della nostra piattaforma e-commerce, che ci permette di offrire agli operatori del comparto un servizio innovativo ma di semplice utilizzazione – commenta **Stefania Verrienti**, segretario generale AfidampFED - Ma questo è solo l'inizio; Internet ha un ruolo chiave per Afidamp ed i prossimi passi della federazione saranno legati ad un ulteriore sviluppo dei servizi web, che verranno di volta in volta arricchiti con i numerosi progetti che abbiamo in cantiere, al fine di trasmettere il valore della pulizia ad una platea sempre più ampia di interlocutori».

47
GSA
FEBBRAIO
2015

The screenshot shows the Afidamp e-commerce website interface. At the top, there is a navigation bar with the Afidamp logo and 'e-commerce' text. To the right of the logo, there are links for 'Benvenuto!', 'Accedi', 'Registrati', and 'Supporto Clienti' with a phone number '-39 02 6744581'. Further right, there are icons for 'Carrello vuoto' and 'Mostra il Carrello'. Below the navigation bar is a search bar with the text 'cerca' and a magnifying glass icon. The main content area features four product listings:

- Vademecum della Pulizia Professionale**: A collection of books and manuals, with a 'vai al prodotto' button.
- L'Ecologia nella detergenza professionale**: A manual titled 'MANUALE' with a green leaf icon, with a 'vai al prodotto' button.
- IL NOLEGGIO**: A guide titled 'GUIDA' with a man in a suit holding a sign that says 'NOLEGGIO' and 'ACQUISTO', with a 'vai al prodotto' button.
- L'USATO**: A guide titled 'GUIDA' with a man in a suit holding a sign that says 'SALONE dell'USATO', with a 'vai al prodotto' button.

European Cleaning Days, la nuova campagna parte a Pulire 2015

European Cleaning Days

A Pulire 2015, la più grande fiera in Italia della pulizia professionale, (**Verona 19-21 maggio**) organizzata da AfidampServizi, sarà lanciata la nuova campagna "European Cleaning Days", Giornate europee della Pulizia. Promossa da EUnited Cleaning, associazione europea delle macchine per la pulizia, con il supporto della Federazione europea delle imprese di pulizia (EFPI) e dell'Associazione Inter-



nazionale di saponi, detergenti e prodotti per la manutenzione (AIISE), ha lo scopo di coordinare i diversi eventi del settore del cleaning che si svolgono in Europa e di organizzarne di nuovi. GSA è media partner dell'iniziativa. Obiettivo: educare il pubblico sull'importanza della pulizia professionale per la salute e il benessere collettivo. Saranno coinvolti diversi paesi, tra cui, oltre all'Italia, Germania, Belgio e Francia, con attività che spazieranno da mostre, workshop e lezioni nelle scuole, alla pulizia nelle strade e nelle piazze, e coinvolgeranno persone di diverse fasce di età e professione. Queste le aree su cui si concentrerà la

campagna:

- detergenti per la pulizia e la disinfezione;
- lavaggio di pavimenti e ad alta pressione;
- pulizia di edifici, locali commerciali e siti produttivi;
- attrezzature municipali;
- macchine per la pulizia;
- imprese di servizi.

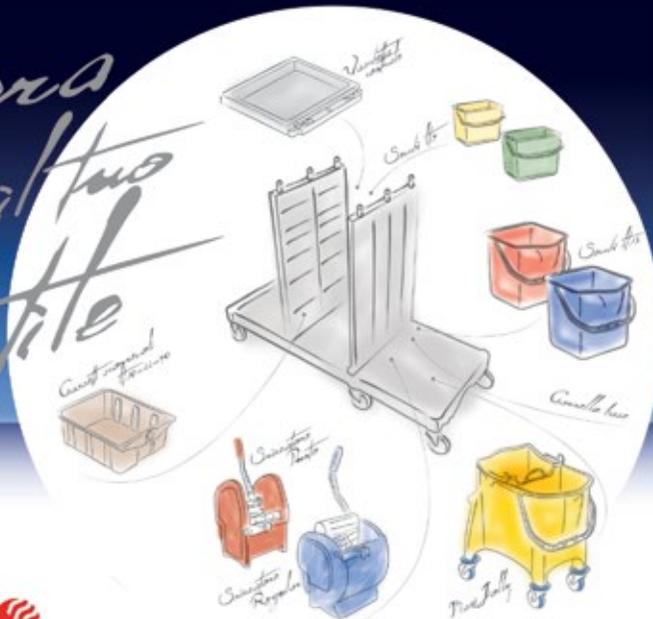
Informazioni più dettagliate sulla campagna, i partner e la presentazione dell'evento si possono trovare all'indirizzo: www.cleaningdays.eu.

Il sito sarà in 4 lingue, l'edizione italiana sarà curata da Afidamp.

48
GSA
FEBBRAIO
2015

... i carrelli ti sembrano tutti uguali?

Libera il tuo Stile



crea il tuo carrello ideale con

Alpha
configurator

NEW

Nuovo software per PC e dispositivi mobili

FILMOP
INTERNATIONAL
www.filmop.com

Disponibile su
App Store



La nuova generazione di alberghi keyless

L'accoglienza negli alberghi non avrà più figure come il portiere, il facchino e il receptionist e i primi che stanno sperimentando la nuova tipologia di accoglienza è la catena di hotel Starwood, la quale permette ai propri clienti di arrivare nelle proprie stanze solamente usando il cel-



ulare. Starwood ha infatti annunciato SPG Keyless, un sistema che permette ai clienti degli hotel W, Aloft e Element, iscritti al programma fedeltà Starwood Preferred Guest, di dirigersi direttamente verso la camera prenotata, evitando la reception. Prenotazione e check-in possono essere effettuati con le app SPG per iOS e Android. Per aprire la camera è sufficiente avvicinare lo smartphone al-

la porta, dopo aver attivato il Bluetooth in modo da effettuare una sorta di scannerizzazione che riconosce il codice associato alla propria stanza. Oltre a Starwood, altre grandi catene alberghiere – come Hilton – stanno lavorando per perfezionare ed utilizzare al meglio questo nuovo servizio alberghiero supertecnologico.



Appuntamento a Rimini con Disinfestando 2015

Disinfestando, che quest'anno prende anche il nome di Pestitaly, si prepara ad alzare il sipario sulla quarta edizione, che si terrà al Palacongressi di Rimini l'11 e il 12 marzo e vedrà affiancate, come ormai da tradizione, l'esposizione fieristica dei fornitori, produttori e distributori del settore del *pest control* e della derattizzazione, e un'interessante parte convegnistica. L'esposizione resterà aperta en-

trambe le giornate dalle 9 alle 17.30, e i visitatori potranno accedere gratuitamente sia all'area espositiva sia ai convegni. Saranno presenti tutte le maggiori aziende italiane attive nel campo della fornitura di prodotti, attrezzature, soluzioni e servizi collaterali ed accessori legati al pest control, oltre alle più significative aziende europee. I ragguardevoli numeri della passata edizione, svoltasi a sempre a Rimini nel 2013 parlano chiaro: oltre 1.000 presenze di operatori, di cui

oltre 800 disinfestatori in rappresentanza di circa 500 imprese; numeri importanti che verranno senza dubbio riconfermati, a conferma del fatto che Disinfestando è oramai un punto di riferimento saldo per la disinfestazione italiana e straniera. Per partecipare all'evento è necessario registrarsi on line, compilando la scheda al link <http://www.disinfestando.org/visitatori.asp>.



Una gamma ricca di novità



L'anno 2014 si è chiuso molto positivamente per la divisione professionale di EUDOREX. Pensiamo ai 3 convegni sul GPP organizzati assieme a Punto 3 e Sutter, ai quali hanno partecipato in totale più di 300 persone. A questi convegni sono state illustrate le novità in ambito CAM GPP, l'impegno per l'ambiente (impianto foto-

voltaico, certificazioni ed etichette ambientali di prodotto) che include il Programma Nazionale per la valutazione dell'impronta di carbonio, Carbon Footprint, un progetto co-finanziato dal Ministero per l'Ambiente e col quale sarà possibile definire precisamente quanto CO₂ viene emessa dall'azienda per produrre i principali prodotti in microfibra.

I risultati soddisfacenti derivano non solo dal fatturato con segno +, ma dalle numerose iniziative e fiere portate avanti con successo. Ad esempio lo studio sul miglioramento della resa ambientale in ambito ospedaliero (asl Conegliano Tv) di cui Eudorex è stata partner e fornitore di prodotti eco-efficienti. Dallo studio, durato 18 mesi, sono emersi dei dati importanti: riduzione del 61% sui consumi idrici, -24% l'energia elettrica, -62% i rifiuti prodotti, -35% sostanza chimiche, -25% CO₂ e dulcis in fundo



- 20.000 € sulle utenze. L'anno scorso è stata lanciata la spugna antigraffio, EVO SPONGE, doppio brevetto e 100% made in Italy, molto apprezzata in Italia e all'estero, (Spagna, Portogallo, Belgio, Germania, Svezia, Polonia, Sud America, Emirati Arabi, Turchia). Quest'anno esce la versione Heavy Duty, EVO HD, ovvero l'antigraffio per lo sporco difficile. Fra le novità in gamma inoltre va segnalata la gamma di attrezzature conformi alla normativa HACCP, che già nei primi mesi dal lancio dimostra di essere ben accolta dai dealer.

Per testare tutte le new entries EUDOREX PRO, come ogni anno dispari, l'appuntamento è a Verona dal 19 al 21 maggio. HALL 2 – stand C8/1

[www.eudorexpro.it]

50
GSA
FEBBRAIO
2015

Sebo Italia: sede nuova, qualità di sempre

Sebo Italia si è trasferita ed è pronta a ricevere i suoi affezionati clienti nella nuova e ampia sede di Sesto San Giovanni, a nord-est di Milano, in via Carducci 125/1: 300 metri quadrati di magazzino più altri 200 di uffici e show room con una ricca esposizione di macchine e prodotti pronti per essere provati e toccati con mano. Già, i prodotti: "Sono loro la vera forza di Sebo, da sempre", dice il sales manager Renato Lodetti. Tra le novità particolarmente interessanti per il mondo alberghiero c'è la nuova gamma "Evo", che rappresenta l'evoluzione di decenni di ricerche sui battitappeto (negli anni si sono susseguite oltre trecento modifiche senza toccare il prezzo). Disponibili in tre modelli differenti per prestazioni e pista di pulizia (300, 350 e 450), questi apparecchi si presentano migliorati soprattutto dal punto di vista della semplicità di utilizzo: innanzitutto è stata quasi completamente eliminata l'elettronica e si è lavorato sul filtraggio, importantissimo in ambienti come l'albergo. Poi si è agito anche sulla meccanica, semplificando il montaggio e lo smontaggio dell'apparecchio. Un caso eclatante è quello del cavo, che ora viene for-

nito anche come pezzo di ricambio sfuso, e che si può sostituire direttamente dall'esterno in due o tre minuti. Non male, tenendo conto che la rottura del cavo è uno degli inconvenienti più frequenti. Sono state inoltre mantenute inalterate alcune componenti da sostituire, come spazzolini e sacco carta. E per i pavimenti lucidi (resilienti, legno e pietra naturale) c'è Dart 3, l'innovativa lucidatrice aspirante ultra high speed che lavora con un trascinatore brevettato. La speciale meccanica rotazionale garantisce che il pad diamantato si adatti automaticamente e in modo ottimale ai diversi tipi di pavimento. Al contenuto costo iniziale si aggiungono i bassi costi di manutenzione. La macchina, inoltre, può trasformarsi con rapidità da lucidatrice in aspirapolvere, permettendo in questo modo una soluzione ottimale e completa di tutti i problemi di pulizia. Completa la serie di novità la straordinaria Airbelt D, con un design curatissimo e prestazioni d'eccellenza. Tra le peculiarità: tubo telescopico (15.5 i metri di range di pulizia), regolatore di velocità sull'impugnatura, avvolgicavo elettrico e sistema di filtraggio ulteriormente migliorato.



[info@seboitalia.it]

Detergenti super-concentrati utilizzabili su ogni superficie, per una pulizia efficace, rapida e a basso costo

Twist è la linea di detergenti concentrati Bettari studiata per la pulizia e l'igienizzazione di ogni superficie lavabile. La linea Twist include detergenti igienizzanti e deodorizzanti ad alta concentrazione per varie superfici che non richiedono risciacquo, ideali per l'utilizzo anche con macchine lavasciuga.

L'alta concentrazione di prodotto permette una pulizia efficace e rapida riducendo i costi di utilizzo e di manodopera, grazie ai bassi dosaggi necessari a ogni lavaggio. Inoltre ci sono importanti vantaggi da considerare come la riduzione degli imballi da smaltire, il risparmio sugli spazi di magazzino e un abbattimento rilevante dei costi di trasporto. Twist è studiato per essere utilizzato per la pulizia di ogni superficie lavabile: linoleum, piastrelle, pavimenti - anche incerati, in quanto non intacca i film polimerici - porte, cucine e sanitari. La sua particolare formulazione lo rende efficace contro ogni tipo di

sporco, grasso, polvere, olio, unto, ecc. Twist elimina gli odori sgradevoli, rilasciando un'intensa nota profumata nell'ambiente.

Grazie al pratico e sicuro flacone giusta-dose, Twist può essere facilmente dosato per l'utilizzo diluito in acqua - in proporzioni variabili a seconda del tipo di sporco da trattare - oppure per sprigionare il massimo del potere pulente è possibile utilizzare il prodotto puro.

Un'altra novità di Bettari che possiamo trovare tra i

prodotti concentrati è il Sirio Multiactiv: detergente che unisce la piacevole profumazione all'arancia rossa ad un elevato potere sgrassante. La formulazione ad elevata concentrazione di principi attivi, esplica un forte potere dissolvente che trova applicazione in garage, cucine, industrie ed in generale dove si renda necessario rimuovere morchie, olio e grasso. Sirio Multiactiv risulta utilizzabile anche su pavimenti trattati perché non intacca le cere e lascia le superfici lucide senza formare accumuli, inoltre il particolare tappo dosatore permette un dosaggio corretto con una modalità molto semplice.

I prodotti concentrati fanno parte della gamma degli oltre 200 detergenti e soluzioni Bettari sviluppate per la pulizia e l'igienizzazione, applicabili in ogni tipo di settore: ristorazione, lavanderia, industria alimentare e zootecnica e PMC.

[www.bettari.it]



reflexx

E SEI IN MANI SICURE!

I Guanti monouso e riutilizzabili sono dispositivi importanti, impiegati per l'igiene e la sicurezza dell'operatore. Reflexx offre una gamma unica, per segmentazione ed affidabilità; in lattice, nitrile, vinile, polietilene e grazie ad una esperienza pluridecennale garantisce affidabilità e controlli in ogni fase della filiera produttiva ed opera nel rispetto di tutte le direttive di conformità europee ed internazionali. In più, innovazione e ricerca continue e tutta la competitività di appartenere a un gruppo produttivo leader. Con l'igiene e la sicurezza non si scherza... con Reflexx sei in mani sicure!



QUALITÀ ALTA TECNOLOGIA SERVIZIO



reflexx È UN MARCHIO

SGR

www.sgrsrl.com



SPONSOR
VIADANA RUGBY TEAM

SGR S.r.l: Viale Europa, 23 - 46019 Viadana (MN) Italy
Tel. +39 0375 833.164 - Fax +39 0375 464504 - email: info@sgrsrl.com

REFLEXX presenta i guanti in nitrile 72 FH Food Handling

I nuovi guanti in nitrile Reflexx 72 FH Food Handling sono stati appositamente studiati per andare incontro alle esigenze della clientela del settore alimentare e catering. L'obiettivo era quello di realizzare un guanto con una formulazione in grado di soddisfare ogni utilizzatore: sino ad oggi, infatti, anche i guanti in nitrile (più idonei rispetto a quelli in lattice al contatto con gli alimenti) non potevano entrare in contatto con tutti i tipi di alimento, restando esclusi dall'utilizzo, ad esempio, con alimenti acidi,



grassi o alcolici. Questo creava non poche difficoltà in ambienti come i ristoranti, dove si maneggiano diversi tipi di alimento e sono necessari guanti privi di restrizioni d'impiego. Dopo oltre un anno di ricerche, Reflexx ha finalmente individuato una formulazione stabile e

identificata una grammatura con un corretto bilanciamento tra necessità del settore alimentare e costi sostenibili. E' nato così Reflexx 72 FH Food Handling. Il prodotto è venduto con accompagnamento di Dica (Dichiarazioni di contatto alimentare), come previsto dalla legge, e di adeguati e aggiornati test, con risultati eccellenti e abbondantemente entro i limiti della normativa. Inoltre l'utilizzo viene indicato chiaramente anche sulla scatola per estrema chiarezza e trasparenza.

[contatti@reflexx.com - www.reflexx.com]



52
GSA
FEBBRAIO
2015

Arix presenta due spugne per il settore ristorazione

Arix Professional propone per il settore ristorazione due tipologie di spugne innovative ed intelligenti. Il nuovo prodotto PLASTIK 25 è concepito e realizzato per sostituire le spirali in acciaio inox. Queste ultime possono rilasciare residui metallici e dunque arrivare a contaminare il cibo, se non attentamente risciacquati durante il lavaggio delle stoviglie, rischiando dunque di creare gravi problemi alla salute: l'ingestione di un filo di metallo appuntito infatti può diventare un'esperienza anche molto pericolosa. La PLASTIK 25 è una spugna prodotta in maglia di polipropilene ad elevata capacità abrasiva con tessitura larga che permette il drenaggio anche dello sporco più grossolano (ad es. residui di formaggio da una teglia). Il pro-

dotta, grazie alla capacità di resistenza termica del Polipropilene, ha il vantaggio di poter essere lavato anche in lavastoviglie. Comodo ed igienico, PLASTIK 25 è stata realizzata in colorazione blu per soddisfare le esigenze più avanzate della ristorazione. Le Spugne METAL-X sono la versione inossidabile delle classiche spugne zincate che ancora oggi hanno importanti consumi presso le mense e le grandi cucine. I prodotti METAL-X in grammatura da 30 e 60 gr. (cod. Arix Professional 5526 e 5527) sono prodotte in una lega di acciai inossidabili, conformi alle esigenze della ristorazione più attenta alle normative e che non vuole però rinunciare ad un attrezzo che rimane la migliore soluzione per rimuovere efficacemente lo sporco grossolano da teglie e padelle di alluminio, con notevole risparmio di sforzo e tempo.

[www.arix.it/it/professional]



Prosegue l'innovazione di Infyniti App: il comparto ricerca e sviluppo impegnato su altri due nuovi, importanti progetti

Non si ferma l'impegno di ARCO Chimica nello sviluppo di sistemi innovativi al servizio del mercato e del mondo del pulito. "Il know how da noi creato attraverso Infyniti App", commenta il DG Luca Cocconi, "rappresenta una grande opportunità per fare business messa a disposizione di tutte le aziende distributrici che sceglieranno di condividere con Arco la strada dell'innovazione.

Nel frattempo, però, non ci siamo fermati nella messa a punto tecnica di ulteriori novità da introdurre nell'App stessa. "Per-



ciò", annuncia, "siamo pronti, nei prossimi mesi, a introdurre funzionalità più specifiche per l'impresa come, per esempio: il conteggio del monte ore legato alle varie metodologie operative inserite nel piano di lavoro, la possibilità con lettura del barcode dei prodotti e dei qr code presenti nei piani di lavoro per visualizzare, rispettivamente e direttamente nell'App in cantiere, le schede tecniche e di sicurezza dei prodotti o le corrette procedure operative da seguire. Ma non finisce certo qui la nostra ventata innovativa", conclude Cocconi, "il nostro comparto di ricerca e sviluppo è impegnato in full time su altri due nuovi e importanti progetti destinati a vedere la luce nei prossimi mesi e che, rispettivamente, porteranno qualcosa di stravolgente legato alle strategie Arco nel mondo dei dealer e qualcosa di innovativo nel mercato del cleaning professionale in termini di nuove partnership nel settore".

[www.arcochimica.it]

Certificazione Ecolabel: il nuovo traguardo “green” di Filmop



Ideare e realizzare i migliori sistemi di pulizia nel rispetto dell'ambiente in cui viviamo: è questa la filosofia che dai primi anni Settanta orienta Filmop, ad oggi una delle realtà più affermate a livello internazionale nel settore delle attrezzature manuali per la pulizia professionale. L'ultima “conquista” green? Filmop ha ottenuto per la linea di frange in microfibra Rapido la prestigiosa certificazione Ecolabel, il marchio ufficiale dell'Unione

Europea che premia i migliori prodotti a basso impatto ambientale, qualificandoli sul mercato e differenziandoli dai competitors. Prediligere prodotti a marchio Ecolabel garantisce un valore aggiunto per qualificarsi come fornitori privilegiati per gli Acquisti Verdi della Pubblica Amministrazione, in linea con le politiche definite nei CAM (Criteri Ambientali Minimi), nonché una scelta responsabile per la salvaguardia dell'ambiente.

Per Filmop questo traguardo si inserisce in un preciso percorso intrapreso verso la sostenibilità. Certificazioni ambientali, costante investimento nella progettazione di prodotti il cui utilizzo riduca l'impatto sull'ecosistema, materie prime di origine riciclata (certificazione Plastica Seconda Vita), produzione tessile interamente alimentata da energia solare, fornitori qualificati secondo la normativa Reach e una vasta gamma prodotti 100% riciclabili: questi i passi che traducono l'anima “green” di Filmop in una serie di risultati tangibili e certificati.

[www.filmop.it]

P&G lancia Dash Professional, il detergente dedicato all'hospitality

P&G Professional presenta Dash Professional, il detergente disponibile nelle varianti polvere e liquido, che offre agli operatori del settore hospitality il potere pulente necessario per ottenere risultati anti-macchia straordinari, ad ogni lavaggio e non “sporcare” la reputazione aziendale. Secondo un recente sondaggio, infatti, il 45% degli operatori indipendenti ritiene che la biancheria pulita eserciti un effetto significativo sulla soddisfazione della clientela e, di conseguenza, sulle recensioni e sul rating generale espresso dai clienti. Ciononostante, il 24% confessa di non sapere come rimuovere le macchie ostinate. E' per questo che P&G Professional, divisione di Procter and Gamble, ha scelto di sostenere le aziende per migliorare ulteriormente la capacità di rimuovere le macchie e per salvaguardare la propria reputazione, condividendo i segreti per l'eliminazione delle macchie più ostinate. Dash Professional, disponibile in polvere e liquido, rappresenta una soluzione esclusiva a tolleranza zero sulle macchie, persino su quelle più ostinate del settore.



Secondo un recente sondaggio, infatti, il 45% degli operatori indipendenti ritiene che la biancheria pulita eserciti un effetto significativo sulla soddisfazione della clientela e, di conseguenza, sulle recensioni e sul rating generale espresso dai clienti. Ciononostante, il 24% confessa di non sapere come rimuovere le macchie ostinate. E' per questo che P&G Professional, divisione di Procter and Gamble, ha scelto di sostenere le aziende per migliorare ulteriormente la capacità di rimuovere le macchie e per salvaguardare la propria reputazione, condividendo i segreti per l'eliminazione delle macchie più ostinate. Dash Professional, disponibile in polvere e liquido, rappresenta una soluzione esclusiva a tolleranza zero sulle macchie, persino su quelle più ostinate del settore.

INIZIA UNA NUOVA ERA...
IN ANTEPRIMA A PULIRE 2015
EVO 300-350-450



LA NOSTRA NUOVA SEDE
Sebo Italia S.r.l
Via Carducci 125/1
2099 Sesto San Giovanni (MI)
Tel. 02.33404227 - Fax. 02.33400682
info@seboitalia.it - www.seboitalia.it

CONDIVIDIAMO?



Condividi gli ultimi articoli di GSA NEWS
DOVE E QUANDO VUOI

- vai su **www.gsanews.it**
- apri con Google Chrome e clicca su "Aggiungi alla schermata Home"; comparirà l'icona della web app sul tuo dispositivo
- d'ora in poi cliccando sull'icona accederai direttamente alla web app e potrai condividere i link delle pagine che visiti tramite mail e social network



Scansiona il codice QR e apri con il browser

Visita
il sito www.gsanews.it

Condividi
la web app e il tuo articolo preferito



Nasce la nostra linea di detergenti professionali certificati



DA FEBBRAIO 2015 NEL MERCATO



Innova 65/75/85/100 B M: ancora più semplice, ancora più vantaggiosa!



Tutta la gamma Innova è da oggi disponibile con azionamento manuale delle funzioni di lavaggio.

Scegli il sistema di guida che fa per te:

- Manuale, con tergilavaggio e basamento azionati da due leve indipendenti
- Automatico, con programmi di lavoro preimpostati.



Scopri Innova
sul sito www.comac.it

