

N.2

FEBBRAIO 2017

GSA

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

postatarget
magazine
D0005538
NAZ185/2008
Posteitaliane

SERVIZI PER HOTEL & CATERING

MENSILE DI GESTIONE, PULIZIA, DISINFESTAZIONE

TERZA PAGINA

up hotel
rapporto ristorazione
ruolo del dealer

GESTIONE

ecolabel ue
sanificazione tessili
spreco alimentare
hotel dreamroom

SCENARI

pulire 2017
host 2017
pulire mediterraneo

TECNOLOGIE

macchinari intelligenti
pulizia moquette



www.gsanews.it

EDICOM

Olè ESSENZA

FORMULATO
SUPERCONCENTRATO

4 IN 1

PROFUMA
DESODORIZZA
DETERGE
SPOLVERA

Ambienti e Superfici

Disponibile in **24** inimitabili fragranze



www.rubinochem.it



MADE IN ITALY



Via Vigili del Fuoco Caduti in Servizio, 14/s
70026 Modugno (BA) - Italy
Tel. +39.080.5035348 - Fax +39.080.5008545
www.rubinochem.it - info@rubinochem.it



L'igiene è nel nostro DNA.

Da 40 anni Detergenti e Disinfettanti (PMC)
innovativi ed efficaci per la pulizia professionale.





L'evoluzione naturale dell'igiene.

Prodotti ecologici registrati Ecolabel e consigliati da LEGAMBIENTE.



icefor
l'igiene per natura



HOTEL TROLLEYS

“ la bellezza e l'eleganza non sono mai appariscenti „

PASSION FOR CLEANING

solight
house keeping



Scarica il nuovo catalogo
sul sito www.falpi.com



FALPI

[Nella sua produzione] tutela l'ambiente.



www.falpi.com

www.solight-falpi.com

SERVIZI PER HOTEL & CATERING



INSERTO

TERZA PAGINA

- 13** Up! Un hotel per la C generation
[di Umberto Marchi]
- 16** Rapporto Fipe: ormai il pasto è fuori casa
[di Antonio Bagnati]
- 18** Un partner strategico per l'hotel: ecco il decalogo del buon dealer
[di Simone Finotti]

GESTIONE

- 20** Ecolabel UE, nuovi criteri per gli hotel nell'anno del turismo sostenibile
[di Simone Finotti]
- 22** Un'istantanea sui servizi di sanificazione dei tessuti
[di Giuseppe Fusto]
- 26** Legge antispreco, le novità per la ristorazione
[di Carlo Ortega]
- 28** Il futuro in una stanza
[di Enza Colagrosso]

SCENARI

- 32** Pulire 2017: una preziosa occasione per un hotel... a prova di Tripadvisor
[dalla redazione]
- 34** Dove l'ospitalità incontra il business, 40 candeline per Host
[dalla redazione]
- 36** Igiene nell'horeca fra reputation e rischio infettivo
[di Laura Guidi]

TECNOLOGIE

- 40** L'internet delle cose entra in albergo (e lo pulisce)
[di Simone Finotti]
- 44** Quelle moquette così belle e difficili (da pulire)
[di Antonio Bagnati]

ATTUALITÀ

7

CARNET
ORIZZONTI

49
50



Available in 20+ Fragrances

A NEW WAY OF CLEANING

Formulato polifunzionale ad alta concentrazione

4 IN 1

**PROFUMA, DESODORIZZA
DETERGE, SPOLVERA**

Ambienti e Superfici




**L'ECCELLENZA DELLA
DETERGENZA PROFESSIONALE**

www.rubinochem.it     **MADE IN ITALY**



Via Vigili del Fuoco Caduti in Servizio, 14/s
70026 Modugno (BA) - Italy
Tel. +39.080.5035348 - Fax +39.080.5008545
www.rubinochem.it - info@rubinochem.it

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

Testata volontariamente sottoposta a certificazione di tiratura e diffusione in conformità al Regolamento CSST Certificazione Editoria Specializzata e Tecnica
Certificazione B2B - Per il periodo 1/1/2015-31/12/2015
Periodicità: MENSILE - Tiratura media: 5.536 - Diffusione media: 5.412
Certificato CSST n. 2015-2554 del 25/2/2016 - 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 Amoroso presso la sede di Milano, Via Alfonso Corti, 28 per esercitare i diritti previsti dal D. Lgs 196/2003"

CONFINDUSTRIA

A.N.E.S.
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIALE PERIODICA SPECIALIZZATA

CSST CERTIFICAZIONE
EDITORIALE
SPECIALIZZATA E TECNICA

© Copyright EDICOM srl - Milano

Direzione, Amministrazione,
Redazione e Pubblicità:
EDICOM srl
Sede legale: Via Zavanasco, 2
20084 Lacchiarella (MI)
Sede operativa:
Via Alfonso Corti, 28
20133 Milano
Tel 02/70633694 - 70602106
Fax 02/70633429
info@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 - COLOGNO MONZESE (MI)
VELAWEB - BINASCO (MI)

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

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

MMg

COMPACT RIDE-ON
SCRUBBER



Benvenuto nella dimensione del pulito 4.0!

MMg riflette perfettamente i principi dell'Industria 4.0, per la combinazione di diverse innovazioni, il design intelligente e la connettività.

Con i nuovi sistemi iD – Intelligent Drive e Fimap Fleet Management tutto diventa intuitivo, facile e veloce come usare uno smartphone.



USER FRIENDLY EXPERIENCE

L'operatore può interagire con la macchina in un modo completamente differente, attraverso un display touch-screen.



MANUTENZIONE PREVENTIVA

Controlla lo stato di salute della tua macchina da remoto dove vuoi e quando vuoi!



LE TECNOLOGIE CHE RIDUCO IL COSTO PER METRO QUADRO PULITO



Le tecnologie sostenibili Fimap rispettano l'ambiente e coinvolgono anche l'utilizzatore nell'uso responsabile delle risorse, offrendo una riduzione del costo del m² pulito, maggiore autonomia di lavoro, risparmio di tempo, migliori risultati di pulito.



FIMAP®

www.fimap.com



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

Organizzazione certificata Q.C.B. Italia ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007

Numero Verde
00800-05070000

Un 2017 di novità in casa Sutter Professional

Il 2017 per Sutter Professional segnerà la “rinascita della formazione”: quello appena iniziato è infatti l’anno del Sutter Professional Lab, realtà nata qualche anno fa dalle ceneri dello storico e celebre SAT composto da due settori: uno più formativo, appunto, e uno più tecnico, divenuto poi Sutter Professional Tech.

L’anno del “Sutter lab”

Ma scopriamolo nel dettaglio, guardandolo più da vicino: il Sutter Lab è il centro di formazione di Sutter Professional. Sempre attenta ai problemi di una società in continua evoluzione tecnologica, Sutter ritiene che il compito di una grande azienda, oggi più che mai, non possa esaurirsi nella produzione e commercializzazione del prodotto, ma debba necessariamente essere integrato da un continuo dialogo tra le figure professionali che interagiscono nel settore attraverso strumenti innovativi.

Investire sul capitale umano con metodi innovativi

Considerando che il capitale umano rappresenta un grande valore nello sviluppo del business, Sutter Professional Lab si impegna a promuovere costantemente la formazione rendendo l’apprendimento ancora più stimolante e coinvolgente grazie a metodologie innovative e con l’ingresso in azienda di nuove figure professionali di comprovata esperienza come **Alberto Fumagalli**, entrato in Sutter a fine 2016. Alberto si sta già

occupando di curare in prima persona i corsi di formazione con un nuovo e rinnovato calendario corsi 2017.

Professionisti di valore

Tutto ciò mentre **Salvatore Inglese**, riferimento storico per Sutter Professional, sarà più focalizzato sull’organizzazione di eventi volti a far “parlare” le istituzioni e i principali player sul mercato, come per esempio l’ultimo EcoConvegno che si è svolto a Bologna il 2 febbraio, e che ha ottenuto un successo davvero notevole, con oltre un’ora di interventi e domande dal pubblico dopo gli intensi lavori del seminario. Un’occasione di confronto, per fare un punto della situazione ad un anno dall’entrata in vigore del “collegato ambientale”, la legge che ha sancito l’obbligo di integrare i Criteri Ambientali Minimi (CAM) nelle gare d’appalto, e a quasi un anno dal nuovo Codice degli appalti 50/2016. Un momento per analizzare le opportunità ed individuare possibili soluzioni per rafforzare l’applicazione del Green Public Procurement nel settore del cleaning professionale.

Eventi, incontri ma anche prodotti nell’anno di Pulire

Non solo formazione, ma anche prodotti. Nell’anno di Pulire, che vedrà Sutter Professional partecipare in un ruolo da protagonista con alcune grandi novità, di recente dai laboratori Sutter è nato un nuovo ammorbidente micro-incapsulato. Eh sì: sulla scia del successo di Soft Power Caps nasce Soft Power



Caps Sensitive, con una nuova profumazione floreale che arricchisce ancora di più la gamma Oxipur per lavanderie.

“Atteggimento ecosostenibile”

Parallely allo sviluppo di nuovi prodotti, l’azienda crede molto – e non da oggi – nei nuovi strumenti di comunicazione digitale, che ormai entrano quotidianamente nelle nostre vite e che possono essere grandi alleati nel business. Dicono da Sutter Professional: “Comunichiamo costantemente sui principali social networks: la pagina Facebook Sutter Professional Official, animata dall’atteggimento ecosostenibile Sutter, permette di seguire e condividere le novità Sutter Professional, insieme al canale You Tube dove la pagina dedicata (Sutter Professional Official) raccoglie i video del mondo Sutter Professional.”

Un mondo digitale

“Oltre alla parte di social network, continuiamo ad alimentare gli strumenti digital quali, restando in ambito formazione, il Sutter Connect (www.connect.sutterprofessional.it), una piattaforma per formazione online e il Sutter Academy (www.sutteracademy.com), per realizzare preventivi per progetti tecnici. Strumenti molto utili nel canale professionale, così come continuano ad esserlo il sito web (www.sutterprofessional.it) e il catalogo su app, disponibile per dispositivi Apple e Android, per differenti Paesi nel mondo.

[www.sutterprofessional.it]

7
GSA
FEBBRAIO
2017



Niente paura: c'è Kiehl in hotel

Forte dell'esperienza maturata in oltre 100 anni di attività nel settore della detergenza professionale, Kiehl si propone come partner affidabile anche nelle soluzioni per la gestione delle operazioni di pulizia all'interno del settore alberghiero e ricettivo in genere.

Un partner affidabile, anche nell'horeca

Le strutture alberghiere, negli ultimi anni, hanno sviluppato una proposta articolata in svariate attività, e sono in grado di proporsi in differenti modalità. Sia che si tratti di semplici strutture, sia di alberghi di alta categoria, l'obiettivo è garantire un alto livello igienico a garanzia degli ospiti. Le esigenze architettoniche, i materiali di costruzione ricercati e l'ampio servizio offerto richiedono una particolare attenzione per la scelta di prodotti adeguati, igienicamente delicati per le superfici, sicuri e che garantiscano una efficacia di prestazione.

Kiehl risponde a tutte le esigenze

Kiehl, per rispondere alle esigenze descritte, si è impegnata in un progetto di sviluppo per il settore alberghiero, inserendo una linea di prodotti altamente efficaci. Con Kiehl è possibile una perfetta pulizia, manutenzione ed igiene professionale nei diversi ambienti dell'albergo, dalla camera alla lavanderia passando dalla cucina all'area benessere. L'ampia proposta di servizi degli hotel maggiormente strutturati si articola in una pluralità di ambienti e conseguenti necessità e per questo Kiehl ritiene che affidarsi ad un giusto consulente in ambito igienico sia una corretta valutazione.

Una linea di prodotti Ecolabel

Kiehl propone una linea di prodotti con certificato Ecolabel altamente efficaci, economici in uso e delicati per superfici ed ambienti. Con l'utilizzo di questi prodotti in concentrato abbinati a semplici sistemi di diluizione o dosaggio, Kiehl garantisce un risultato sicuro ed economi-

co. La presenza in gamma di 24 prodotti Ecolabel permette di toccare ogni tipo di ambiente e garantire il risultato sperato.

Attenzione a nuove soluzioni

Dicono dall'azienda: "La nostra attenzione allo sviluppo di nuove soluzioni ha posizionato i nostri prodotti Ecolabel ad un alto valore di efficacia ed una massima tutela per gli operatori, per le superfici e per l'ambiente. Materiali come pietre naturali, legni pregiati, laminati colorati, metalli particolari hanno la necessità di non essere aggrediti e maltrattati, ma curati e trattati al fine di garantirne il valore nel tempo."

Una linea completa per il legno

In particolare, per la pulizia e manutenzione delle superfici in legno Kiehl ha realizzato una linea completa di prodotti efficaci che mantengono inalterato nel tempo il suo valore e prestigio: Kiehl Parketto clean Ecolabel per la pulizia ordinaria e Kiehl Legnomat, unico prodotto sul mercato per la pulizia del legno in lavasciuga con metodo a schiuma. Il servizio di consulenza è in grado di accompagnare la scelta alla soluzione ottimale e proporre una soluzione di semplice attuazione.

Prodotti altamente concentrati

L'alto valore di concentrazione dei prodotti, inoltre, concorre a ridurre gli imballi, l'occupazione di magazzini, i trasporti e i riordini frequenti. In cucina come in lavanderia si utilizzano macchinari di valore i quali, se sottoposti ad utilizzo di detergenti aggressivi, accelerano il loro limite di vita, con aggravii di costi di manutenzione. La linea eco per reparti ali-



mentari, come la linea Arcandis per lavastoviglie, mantiene inalterato nel tempo l'efficacia delle macchine ed elimina passaggi di disincrostazione.

Efficaci per i forni

Anche per i forni ed attrezzatura di cottura l'azienda dispone di un prodotto altamente efficace ed estremamente delicato. Piscine, Spa e centri benessere con

l'utilizzo dei prodotti a tripla azione, detergente, disincrostante e sanificante, avranno un alto valore igienico. La gamma dei prodotti sempre più ampia rende possibile ogni tipo di risoluzione, ma non sempre la scelta risulta essere semplice.

Kiehl app

Kiehl per venire in contro a questa necessità ha sviluppato una pratica applicazione, utilizzabile da PC, smartphone e tablet. Kiehl App è in grado di suggerire la tipologia del prodotto in base al tipo di operazione da svolgere, indicare la modalità di applicazione ed attrezzature necessarie, calcolare il consumo e conseguente approvvigionamento, rendere disponibili tutte le informazioni come schede tecniche di applicazione e schede di sicurezza. Kiehl App è un consulente a portata di mano ed un valido supporto nel guidare gli operatori verso la migliore soluzione possibile. La rete di distributori in affiancamento con il servizio tecnico di vendita è in grado di proporvi le soluzioni alle vostre necessità. La soluzione pulita.

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



Da Arco, Fragrance DEO, per un'efficace azione deodorante degli ambienti

Novità in casa ARCO Chimica: l'azienda di Medolla (Mo), tra i leader nel settore della detergenza professionale, annuncia la nascita di Fragrance DEO. Si tratta di un deodorante liquido trifasico, con veri oli essenziali per ambienti. Grazie all'impiego della nanotecnologia, ramo della scienza applicata e della tecnologia che si occupa del controllo della materia su scala dimensionale inferiore al nanometro, questo innovativo prodotto si rivela ancor più persistente e capace di assicurare notevoli performance generali. Fragrance DEO, infatti, ha un'altissima durata e svolge un'efficace azione deodorante, sanificante disgregante di odori e antibatterica. Se ne consiglia l'impiego vaporizzando il prodotto in alcuni punti dell'ambiente, come cestini, tazze, wc e tappeti, in modo che la fragranza possa persistere ulteriormente nel tempo. "Con il lancio sul mercato di Fragrance DEO", spiega il direttore generale **Luca Cocconi**, "si concretizza un altro importante tassello destinato ad aggiungersi alla linea Exclusive Fragrance", che comprende sei tipologie di produzioni: vetri-multiuso, bagno, sgrassatore, profumatore ambientale, manutentore per pavimenti base alcolica e manutentore per pavimenti senza voc. Il tutto con un'unica profumazione in tre varietà: Fern, White, Musk e Spring Flower. Exclusive Fragrance offre prodotti detergenti dalla raffinata combinazione di fragranze, che rendono ogni ambiente più gradevole. La linea è stata progettata sia nella variante tradizionale che in quella super concentrata in monodose. La nanotecnologia applicata ai prodotti chimici per la pulizia industriale, come è avvenuto in questo caso, rende idrorepellenti le superfici, ne facilita l'asciugatura e non lascia aloni. Il vantaggio principale è che queste ultime rimangono pulite più a lungo, si evita la rideposizione dello sporco e del calcare e, inoltre, le stesse risultano più facili da pulire. L'effetto dei polimeri è molto interessante ai fini della idrofilizzazione delle



superfici. Concettualmente, infatti, ciascuno di essi è chiamato ad aiutare il processo formulativo creando la giusta sinergia tra i vari componenti costituenti. Il tutto allo scopo di rendere più facile il drenaggio dell'acqua dalla superficie, la sua rapida asciugatura e l'effetto filmante finale. E' bene evidenziare", afferma il DG, "che esiste una specifica tipologia di polimero per ciascuna superficie". A proposito di Fragrance DEO, Cocconi sottolinea l'importanza di un delicato tema che sta particolarmente a cuore della dinamica e innovativa azienda di cui è alla guida: quello della sicurezza dei prodotti detergenti e dei profumi. Una mission che, in questo caso, implica tutta una serie di responsabilità e precauzioni alle quali l'industria modenese sottopone, passo dopo passo, ogni fase del processo produttivo dei suoi apprezzati aromi. "La salute degli utilizzatori finali e dei consumatori è un bene fondamentale, che sta particolarmente a cuore della nostra azienda", afferma il DG, "perciò siamo sempre molto attenti e rispettosi delle disposizioni normative. Come tutti i cosmetici", precisa, "anche le fragranze sono regolate da norme specifiche che ne garantiscono la sicurezza. Il profumo, infatti, è un prodotto cosmetico

definito dal Regolamento (CE) n. 1223/2009; quindi è soggetto a tutta una serie di obblighi relativi al contenuto, all'imballo in cui viene posto in commercio, alla documentazione che deve essere disponibile alle Autorità sotto forma di Product Information File (PIF). Il Regolamento (CE) n. 1223/2009 prevede inoltre, per la Persona Responsabile, l'obbligo di dichiarare nell'apposita lista, ventisei ingredienti delle composizioni profumanti se la loro concentrazione supera determinati valori. Altre garanzie sulla sicurezza del profumo derivano dal Codice e dagli standard IFRA (International Fragrance Association), cui i profumieri aderenti devono rigorosamente conformarsi. Ad esempio, nel codice IFRA viene stabilita la massima quantità ammissibile in un cosmetico per un determinato componente. Infine, un documento fondamentale per la sicurezza del profumo è la FSE (Fragrance Safety Evaluation), introdotta nel 1997 con la sesta modifica alla direttiva 76/768. La FSE è lo strumento principale di cui dispone il valutatore della sicurezza per poter stabilire il profilo tossicologico della fragranza stessa, costituisce – perciò – una parte essenziale del PIF".

www.arcochimica.it

Attorno al tavolo della “carnauba” nasce la collaborazione tra due aziende storiche del milanese



10
GSA
FEBBRAIO
2017

Icefor e Bellinzoni operano nel campo della detergenza e si caratterizzano una per la fornitura di prodotti detergenti e sanificanti per il mondo Horeca e FMS e l'altra per la specializzazione nel trattamento delle pietre. In aggiunta, entrambe hanno interessi nel largo consumo, nella GDS (Bellinzoni) e GDO (Icefor). “L'incontro sul mercato è nato qualche tempo fa, quando si è incominciato a discutere di qualche opportunità

di business attorno al tavolo della “carnauba*”, dicono **Roberto Vescovo** AD di Bellinzoni e **Sergio Antoniuzzi** Presidente di Icefor, e da lì è nata l'idea di incrociare le proprie esperienze nella protezione delle pavimentazioni e sviluppare una collaborazione industriale e commerciale. All'interno delle attività più propriamente industriali, un ruolo importante sarà quello della ricerca e sviluppo, che vedrà le due organizzazioni convergere per la messa a punto di nuovi prodotti da immettere sul mercato del cleaning professionale attraverso il marchio Icefor. La produzione delle cere metallizzate ad alta reticolazione per i pavimenti resilienti e quelle destinate alla protezione e cura delle pietre, che Icefor propone e proporrà sul mercato del cleaning professionale, sarà effettuata nel sito produttivo di Pero. Allo stesso modo Bellinzoni affiderà la produzione di alcuni detergen-



ti, già presenti nel suo portafoglio, agli impianti di Magenta. L'accordo commerciale prevede in primis un ascolto attivo delle esigenze del mercato ed il marketing delle due imprese sarà impegnato, nel rispetto delle specifiche e distinte missioni delle stesse, a mettere a punto prodotti innovativi orientati sempre di più ad una sostenibilità ambientale evoluta. In questo quadro si inserirà anche il contatto con le Università per lo sviluppo di progetti finalizzati. L'accordo commerciale poi vedrà Bellinzoni utilizzare l'expertise di Icefor sulle cere metallizzate per attivare l'export nei paesi extra UE. Bellinzoni si potrà poi avvalere della vasta gamma Eco-label di Icefor per eventuali estensione di registrazioni presso Ispra (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale). Icefor integrerà nella propria gamma i-pro indirizzata al cleaning professionale alcuni prodotti Bellinzoni per tutto ciò che attiene a protezione delle superfici in pietra, trattamento nuovi materiali di rivestimento e a nuovi prodotti a base di nanotecnologie. In aggiunta a tutto ciò integrerà la propria gamma con prodotti specialistici per il canale GDO. La collaborazione commerciale avrà una prima ufficializzazione in occasione di Pulire 2017 in quanto Icefor ospiterà nel proprio stand uno spazio “Bellinzoni”, con prodotti a marchio di entrambe le società. Questo accordo si inquadra in quella filosofia e strategia aziendale di “azienda in rete” che permette alle realtà industriali di medie dimensioni di promuovere un'azienda virtuale più ampia di quella reale, in grado di focalizzarsi e competere anche con le realtà più grandi e con le multinazionali.

I.C.E. FOR S.p.A. nasce 40 anni fa per volontà del suo attuale Presidente Sergio Antoniuzzi e si afferma nel settore della detergenza per uso professionale grazie ad una forte carica innovativa e tecnologica. Le specialità chimiche per il mercato professionale sono la sua cifra distintiva. La costante attenzione alla salvaguardia dell'ambiente e allo sviluppo sostenibile hanno guidato lo sviluppo di un'intera gamma di prodotti contrassegnata dal marchio Eco-label. L'azienda è inoltre officina autorizzata dal Ministero della Salute per la produzione PMC, di cui detiene anche numerose autorizzazioni di prodotto, e di cosmetici da risciacquo. I.C.E. FOR è certificata ISO 9001, BRC GS Consumer Products, ISO 14001, OHSAS 18001 e Aise CHARTER.

Fondata nel 1937 Bellinzoni sviluppa prodotti chimici per marmo, granito e pietre nobili (o naturali). Da sempre l'innovazione e la ricerca hanno guidato le scelte di carattere strategico, industriale e di sviluppo, privilegiando prodotti innovativi, semplici da utilizzare, rispettando l'ambiente e la salute. Una gamma di prodotti professionali per soddisfare a 360° le esigenze della propria clientela. La distribuzione capillare si sviluppa in oltre 80 paesi nel mondo, con filiali in Usa, Brasile, Medio Oriente e Asia. Bellinzoni è certificata ISO 9001:2015, ISO14001:2015 e OHSAS 18001:2007.

* La cera di carnauba è una cera che si ricava dalle foglie di una palma (Copernicia prunifera) che vengono raccolte durante la stagione arida, quando sono ancora chiuse e avvolte da un sottile strato di cera. Il nome deriva da quello di una popolazione indigena della regione nord-est del Brasile, dove questa palma è particolarmente diffusa.

SERVIZI PER HOTEL & CATERING

FEBBRAIO 2017

INSERTO

IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

TERZA PAGINA

UP HOTEL **13**
RAPPORTO RISTORAZIONE
RUOLO DEL DEALER

GESTIONE

ECOLABEL UE **20**
SANIFICAZIONE TESSILI
SPRECO ALIMENTARE
HOTEL DREAMROOM

SCENARI

PULIRE 2017 **32**
HOST 2017
PULIRE MEDITERRANEO

TECNOLOGIE

MACCHINARI INTELLIGENTI **40**
PULIZIA MOQUETTE

GSA
IL GIORNALE DEI SERVIZI AMBIENTALI

dall'esperienza
ICF

Linea
Ecolabel
DETERGENTI DI TUTTO
RISPETTO

PULIRE 2.2
Pad.6 - Stand C3/1
Verona 23-25 Maggio 2017

EU Ecolabel
www.ecolabel.eu

NORDIC ECOLABEL

25 YEARS

ICF

Linea Ecolabel PRODOTTI PER USO PROFESSIONALE

I.C.F. s.r.l. Industria Chimica Fine
via G.B. Benzoni, 50 - 26020 Palazzo Pignano (CR) - Italia
Tel +39.0373.982024 www.icfsl.it - customer.service@icfsl.it



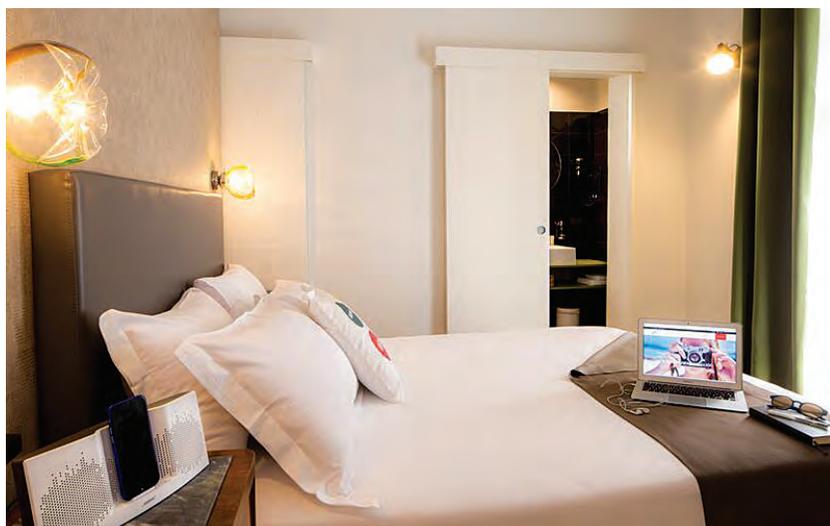
SCOPRI I PRODOTTI
CERTIFICATI

in Milano



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





14
GSA
FEBBRAIO
2017

ria nuova si respira già nei primi metri: la hall è stata sostituita da una social lounge per stimolare la socializzazione, un luogo accattivante in cui fermarsi a chiacchierare, connettersi, lavorare, socializzare le esperienze che si stanno vivendo o gustarsi qualcosa all' *honesty bar*, il bar aperto 24h/24 che premia la fiducia e in cui è l'ospite a servirsi e a segnare cosa ha consumato. "Pensi che la gente, non più abituata a trattamenti di questo tipo, si meraviglia addirittura per le due bottiglie di acqua pura che offriamo alla partenza, o per l'acqua fresca che mettiamo a disposizione, gratuitamente, per tutta la durata del soggiorno." E all'arrivo? "E' rigoroso offrire qualcosa da bere, e magari scambiare quattro chiacchiere con gli ospiti nella social lounge".

Cibi km zero e... pulizie verdi

Un altro passo importante è stata l'eliminazione, ove possibile, delle regole. Se sono in vacanza e voglio riposarmi un po' di più, non vedrò certo di buon occhio i tradizionali orari della colazione. E allora perché non allargare gli orari, proponendo ad esempio il breakfast fino alle 12? Per pranzo e cena, poi, addio alla vecchia abitudine di segnare sul foglietto i piatti desiderati scegliendoli da una lista preconfezionata, e largo all'offerta km zero, grazie alle strette collaborazioni con produt-



tori locali che garantiscono latte, formaggio, salumi della zona, buonissimi e di alta qualità. Da questa ricerca della qualità non sono escluse le pulizie: l'albergo, che le affida in outsourcing, è molto attento al bio e al green, con prodotti e fornitori selezionati.

Cambia anche il modo di fare vacanze

Una rivoluzione copernicana, e d'altra parte anche il ritmo delle vacanze è cambiato, i modi di viaggiare sono molto differenti da quelli di pochi anni fa: bisogna quindi accelerare per accettare la sfida di una generazione che cerca cose diverse: personalizzazione, servizi impeccabili, wi-fi gratuito

e superveloce, cibo di qualità e... idee. "La generazione connessa, infatti, ama quello che rompe le regole, adora scoprire ciò che si allontana dalla routine, il loro orizzonte è il mondo, magari visitato con il partner e l'amico a 4 zampe. New families in cerca di servizi dedicati, come la "wake-up breakfast", colazione extra large che dura fino a mezzogiorno e si veste da brunch, o lo Unique Pet, il kit di benvenuto per i viaggiatori... scodinzolanti, un modo divertente per essere pet-friendly. "Abbiamo pensato anche ai clienti con animali, che non sanno mai dove sistemare i loro amici a quattro zampe durante i mesi estivi. Per questo ci siamo preoccupati di creare un ambiente accogliente e confortevole anche per loro, e la clientela ha risposto, tanto che l'80% della clientela della passata stagione era rappresentato da coppie giovani, molte con animali".

Anche per fare affari e incontrare clienti e collaboratori

Ma non solo: sempre di più sono anche i millennials che viaggiano per lavoro. Appunto per loro Up Hotel ha predisposto il servizio Hotfice! Cos'è? Un hotel che può diventare anche office: con la Meet Up Room, progettata per chi viaggia e desidera lavorare al computer mixando i servizi di un ufficio al confort di un albergo. Uno spazio in-



novativo e di design in cui incontrare clienti e fornitori o organizzare corsi di formazione con una eccellente dotazione tecnologica.

Up, una scommessa vinta

Insomma, una scommessa brillantemente vinta, che ha portato l'albergo riminese a risorgere ed avere addirittura prenotazioni a scatola chiusa. Da 36 a 25 camere, da 77 euro all inclusive a 120 bed and breakfast il passo può essere più breve di quanto si immagini. E non si tratta di stra-vendere un prodotto, perché i clienti sono più felici di investire il giusto ma portarsi a casa un'esperienza da ricordare e condividere. "Trovare in un hotel in cui puoi essere te stesso, libero e nello stesso tempo coccolato come solo in Riviera sanno farlo, era questa la scommessa. La sfida era far coesistere la Romagna, quella terra in cui l'albergatore viene e si siede con te appena entri nella hall, con l'esclusività di alberghi di design, moderni e iper connessi, che ti fanno sentire al centro del mondo. Le idee innovative funzionano quando si incontrano saperi e competenze diverse. Up Hotel è il frutto dell'incontro tra la proprietà, i tre fratelli Fabbri, e un team di esperti: Teamwork e Nicola Delvecchio, che si sono occupati del progetto di marketing; l'agenzia di comunicazione e web strategies Gazduna srl; l'architetto Monica Gasperi-

ni, che ha progettato il design dell'hotel fondendo il gusto cosmopolita alla qualità italiana.

Pezzi unici per la camera perfetta

Le 25 camere, ognuna arredata con pezzi unici e vintage, sono state arredate per unire comfort ed estetica e sono dotate di letti e cuscini Dorelan, wifi superveloce, Smart Tv da 40 pollici, Sky, prese usb e tutti quei dettagli che trasformano la stanza in un luogo perfetto per rilassarsi e ricaricare le pile. Per tutti era chiaro che Up Hotel dovesse essere più di un hotel: un micro universo per viaggiatori contemporanei, creat(t)ivi iper connessi, new families, cacciatori di ispirazioni, intenditori di cose buone, digital gourmand, curiosi professionisti, amanti del cambiamento.

Unique Persons...

Conclude Delvecchio: "Il marchio Up è frutto di una riflessione: cercavamo una sigla che, in modo rapido ed efficace, condensasse tutto ciò che siamo: una ventata di ottimismo, un'offerta giovane, social e dinamica, la spinta a crescere e migliorarsi restando sempre connessi. Ma Up è anche un acronimo, e sta per quelle Unique Persons che amano inebriarsi di esperienze che fanno la differenza. E anche questa scelta ha pagato: le prime due clienti, che sono entrate in hotel il 2 giugno 2016 nel giorno della Festa della Repubblica, avevano prenotato sull'idea, senza nemmeno vedere mezza foto dell'albergo perché nel nuovo sito non erano ancora state caricate. Una curiosità che la dice lunga sul valore del brand e sull'efficacia di un certo messaggio nell'epoca della C generation.



15
GSA
FEBBRAIO
2017

Le foto del servizio sono di Giorgio Salvatori e Veronica Bronzetti

rapporto fipe: ormai il pasto è fuori casa

di Antonio Bagnati

Il Rapporto Annuale Fipe sulla Ristorazione mostra come stia cambiando la dinamica dei consumi. Crescono i pasti fuori casa a scapito di quelli domestici, e nel settore riprendono a crescere gli occupati. L'interessante identikit dei "mangiatori in esterna".

mico, soprattutto per ciò che riguarda la dinamica dei consumi sia nel complesso dell'economia che nello specifico della ristorazione. Particolare interesse riveste la sezione sull'Europa attraverso cui è possibile seguire il posizionamento dell'Italia nel più vasto panorama europeo dei consumi alimentari fuori casa.

Le dinamiche imprenditoriali

La seconda parte si occupa di osservare, invece, la struttura e dinamica imprenditoriale utilizzando gli archivi delle Camere di Commercio. Stock delle imprese, natalità e mortalità sono i principali fenomeni osservati. La forte vocazione territoriale delle imprese di pubblico esercizio ha suggerito di presentare le informazioni almeno a livello regionale.

Le performance del settore

Nella terza parte ci si concentra sulle performance economiche del settore misurando valore aggiunto, occupazione e produttività. L'illustrazione delle dinamiche strutturali di medio-lungo termine si accompagna alla presentazione di valori aggiornati ed al monitoraggio della congiuntura per mezzo dell'osservatorio trimestrale della Federazione. Ampio spazio viene dato alla dinamica dei prezzi nell'ultimo anno.

Crescono i consumi fuori casa...

Il lavoro si chiude con l'analisi dei comportamenti di consumo fuori casa effettuata per mezzo di un'indagine Cati i cui i principali obiettivi sono stati quelli di misurare il livello



di accesso al servizio ed i modelli di consumo e di spesa seguendo il consumatore nelle diverse occasioni della giornata, dalla colazione della mattina alla cena. Proprio la crescita dei consumi fuori casa è uno dei dati di maggior rilievo di questo Rapporto.

...e gli occupati nel settore

Emerge infatti il calo dei consumi alimentari domestici (-12% tra il 2007 e il 2015) contrapposto alla crescita dei consumi fuori casa, che valgono ormai il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie. Tra i risultati principali, spicca in generale la crescita del peso della ristorazione sui consumi e l'occupazione. Un altro dato piuttosto incoraggiante è rappresentato dall'aumento degli occupati nel settore, mentre purtroppo (unico neo) le ore lavorate restano ancora al di sotto dei livelli pre-crisi del 2008.

Come ha impattato la crisi?

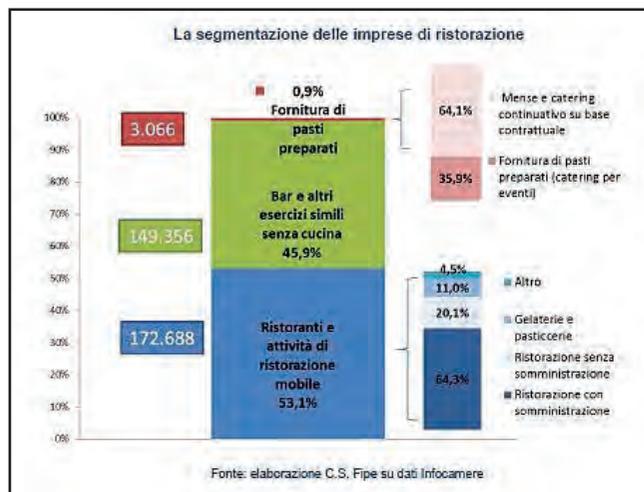
Già, la crisi: l'impatto della crisi sui consumi alimentari in casa ha fatto dunque sì che il peso della ristorazione sul totale dei consumi alimentari guadagnasse qualche posizione smentendo così le suggestive ipotesi che vorrebbero un ritorno ai con-

16
GSA
FEBBRAIO
2017

E' stato recentemente presentato, presso la sede di Confcommercio Milano, il Rapporto Annuale Fipe -Federazione Italiana Pubblici Esercizi sulla Ristorazione 2016, che fa il punto sullo stato dei pubblici esercizi in Italia sulla base dei dati al 31 dicembre dello scorso anno, oltre che con il ricorso a serie storiche per avere contezza dell'evoluzione di determinati fenomeni, in particolare di quelli più specificatamente economici.

Le sezioni del rapporto: il contesto macroeconomico

La prima parte del lavoro è dedicata all'analisi del contesto macroeconomico.



sumi in casa a scapito di quelli fuori le mura domestiche. Sono infatti 39 milioni gli italiani che hanno dichiarato di aver consumato pasti fuori casa nel 2016 confermando l'immagine di un'Italia in controtendenza rispetto al resto d'Europa, dove al contrario i consumi alimentari fuori casa hanno registrato una significativa contrazione: nel nostro Paese nel 2016 è proseguito, secondo le stime dell'ufficio studi di Fipe, da un lato il calo dei consumi alimentari domestici (-0,3%), dall'altro l'incremento di quelli fuori casa (+1,1%).

Dieta mediterranea, è un quasi addio

Fra le vittime illustri del progressivo cambiamento dei nostri costumi alimentari c'è la dieta mediterranea, che perde colpi come dimostra la significativa contrazione dei consumi di frutta e verdura. Un altro dato di grande attualità da tenere in considerazione è quello dei voucher, che ad oggi rappresentano appena l'1,1% del costo del lavoro complessivo del settore: per inciso, a uno sguardo più ampio osserviamo che sempre nel 2016 l'incidenza del ticket lavoro rispetto al totale era ferma allo 0,23%: nella ristorazione, dunque, tale incidenza è superiore di oltre 4 volte rispetto alla situazione nazionale.

Il ruolo dei voucher

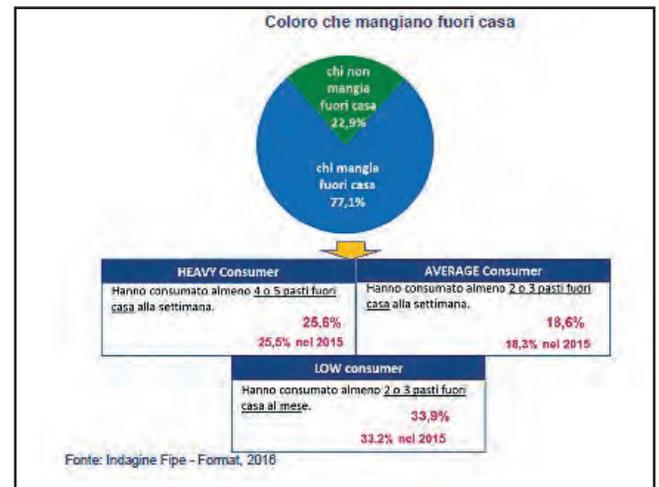
Proprio sui voucher, come è noto, si aspetta fra l'altro l'esito del referendum proposto dalla Cgil insieme a quello sulla responsabilità solidale, l'altro rimasto in vita dopo la bocciatura del quesito sull'art. 18. A proposito dei voucher, il presidente di Fipe **Lino Stoppani** ne ha sottolineato il ruolo importante: "Si tratta di uno strumento valido e necessario che introduce un nuovo elemento di flessibilità e aiuta a regolarizzare il lavoro irregolare, e che ha senza dubbio contribuito alla ripresa dell'occupazione nel settore".

Cambiano anche i paradigmi del lavoro

"Certo c'è bisogno di correttivi per garantire la trasparenza, la tracciabilità e soprattutto l'utilizzo non distorto di tali strumenti, che non appare comunque corretto demonizzare a prescindere, tenuto conto degli attuali cambiamenti anche nel panorama del lavoro". Come non ricordare l'impietosa ma estremamente realistica analisi di Zygmunt Bauman, il teorico della "società liquida" recentemente scomparso, quando metteva sotto accusa una società incapace di sostituire al modello di lavoro di stampo classico un'alternativa credibile e, soprattutto, socialmente sostenibile?

Take-away, è boom

Ma ora lasciamo stare le grandi questioni filosofiche e torniamo con i piedi per terra, e confrontiamoci con altri dati della ricerca, sempre seguendo gli input di Stoppani: "Nel 2016 si è registrata un'elevata mortalità di imprese e un abbassamento della qualità, soprattutto a causa di un eccesso di offerta nel settore, dimostrata dall'elevato numero di esercizi take-away, per nulla legati alle tradizioni gastronomiche della nostra città, che spesso mettono a rischio anche l'identità e l'attrattività dei nostri centri storici". Interessante da questo punto di vista risulta la fotografia del settore dei pubblici esercizi scattata dal Rapporto: se da un lato, infatti, la rete nel 2016 si è ampliata grazie all'apertura di 20.184 nuove attività (+8,1% rispetto al 2008), dall'altro il livello qualitativo dell'offerta si è abbassato soprattutto nei centri storici italiani, dove si è acuita la contrapposizione tra l'incremento di attività di ristorazione take-away del 41,6% e la riduzione dei bar del -9,5%. Come a dire: non è solo la cara vecchia dieta mediterranea ad essere messa sotto attacco, ma, più in generale, un intero modello di vita.



Quasi 40 milioni, ma chi sono?

Già, chi sono gli italiani che – sempre più – mangiano fuori casa? E' possibile tracciarne un identikit? Come abbiamo letto, si tratta di più della metà degli italiani. Per l'esattezza, nel 2016 39 milioni di italiani hanno consumato pasti fuori casa. E se come è ovvio non è possibile delinearne con precisione il profilo, li si può agevolmente inquadrare in tre macro categorie in base alla frequenza con cui mangiano fuori casa. Iniziamo dai 13 milioni di *heavy consumer*, coloro che consumano 4-5 pasti fuori casa a settimana. Sono per lo più uomini (53,9%) di età compresa tra i 35 e i 44 anni (23,7%) e residenti al Nord Ovest (29,5%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (36,8%); seguono 9 milioni di *average consumer*, quelli che consumano almeno 2-3 pasti fuori casa a settimana. In prevalenza uomini (51,7%), residenti in Centro Italia (29,1%) in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (37,9%); la parte del leone, però, la fanno i ben 17 milioni di *low consumer*, che consumano pasti fuori casa 2-3 volte al mese. Sono in prevalenza donne (54,8%), di età superiore ai 64 anni, residenti nelle regioni del Nord Italia, in centri abitati tra i 5.000 e i 40.000 abitanti (40,1%).

un partner strategico per l'hotel: ecco il decalogo del buon dealer

di Simone Finotti

Improvvisarsi non si può più: il cliente-hotel ha esigenze e problematiche sempre più complesse, e anche su questo fronte il ruolo del dealer sta cambiando. Vediamo come e, soprattutto, cerchiamo di capire cosa un buon distributore deve sapere (e l'albergatore deve richiedergli).

Dimentichiamoci il classico fornitore che consegna in hotel macchine, detergenti, attrezzature, prodotti di consumo ed eventuali ricambi. Quello che parcheggia, scende, recapita, rimette in moto e se ne va. O perlomeno, scordiamoci che il ruolo del dealer professionale che vuole lavorare (bene) nell'horeca sia ancora limitato a questo.

Rapidità e puntualità, certo. Ma c'è dell'altro...

Certo, c'è anche questo aspetto, e certamente la precisione, la puntualità e la professionalità nelle consegne marcano ancora insostituibili punti a favore del buon distributore. Questo si sa:

Se il problema è il cattivo odore

Prendiamo gli odori: raramente il cattivo odore in questa o quella parte dell'albergo è frutto di circostanze casuali e non controllabili. E' molto più frequente che si tratti della manifestazione olfattiva di problematiche sistemiche, magari ormai presenti da anni e sedimentate perché "si è sempre fatto così", "è impossibile intervenire", "costa troppo", "ci abbiamo provato in tutte le maniere senza risultato" (spesso non vero) e via discorrendo. Eppure sappiamo quanto i cattivi odori possano risultare fastidiosi in hotel... .

chi si affiderebbe a un dealer lento, poco presente, inaffidabile e irreperibile? Insomma, da qui si parte, tutto ciò non è più un punto di arrivo.

I problemi di una struttura complessa

Ma le problematiche igieniche dell'albergo non sono semplici, e in un momento storico in cui, nel settore della pulizia professionale sempre più dealer ricercano lo zoccolo duro della loro clientela proprio nell'horeca, questo dev'essere chiaro a tutti. Al dealer stesso, che non può più improvvisarsi. Ma anche e soprattutto al cliente-hotel, che deve saper scegliere bene e sapere cosa è lecito, anzi doveroso, chiedere a un distributore. Che a volte può rivelarsi un partner strategico capace di indicare i problemi, se non addirittura anticiparli e prevenirli, suggerire possibili soluzioni ed evitare figuracce con annessa perdita di clienti. Il tutto risparmiando non poco.

Conoscere la struttura e (pre) vederne i potenziali problemi

Partiamo da un presupposto: l'albergo è un ambiente complesso, e come sempre in questi casi occorre conoscerlo a fondo. Cosa che, spesso, non fa nemmeno il gestore, specie quando non è il proprietario, o il primo proprietario, della struttura: quando, insomma, non l'ha vista nascere. A volte, insomma, nemmeno l'albergatore ha un'idea precisa della vera entità dei problemi che deve affrontare, e magari li sottovaluta o crede di potercela fare da solo. Un caso eclatante è quello delle cimici dei letti, un vero terrore per albergatori e clienti. Ma senza scomodare la disinfestazio-

ne, ci sono moltissime situazioni in cui un albergatore non ha il polso della situazione in termini igienici. E se è vero che tutti gli hotel (almeno a parole) tengono alla pulizia e all'igiene, che è uno dei primi biglietti da visita dell'albergo, non si può negare che spesso è necessaria una consulenza qualificata. Che solo un addetto ai lavori può assicurare.

"Volevo una lavasciuga...", ma è solo la punta dell'iceberg

Spesso, ad esempio, accade che un hotel chiami un dealer per avere una macchina o un cartone di detergenti, e che, da lì, emergano problematiche ben più profonde che possono andare dai locali amuffiti ai pavimenti sporchi, dalla polvere che si annida su porte, stipiti, armadi alle moquette inguardabili. Senza contare gli ambienti più a rischio, gli odori, la gestione di eventuali spa, piscine e così via. Insomma, l'esigenza della macchina o del prodotto può essere solo la punta dell'iceberg, e un buon dealer, entrato in hotel, deve guardarsi intorno con attenzione. Ecco allora che quella che sulle prime appariva una semplice richiesta di prodotto si trasforma ben presto in un rapporto di consulenza competente, anche perché molti dei problemi che si devono affrontare in un albergo non sono una tantum, ma sistemici. E come tali devono essere trattati.

Necessario indagare e risolvere

Dunque qual è il compito di un dealer che si rispetti quando si trova di fronte a queste situazioni? Certo non fare finta di nulla e tappare gli occhi e... il naso, ma indagare il problema e proporre soluzioni. A partire, ad esempio,

dalla topografia del luogo: dove si trovano gli ambienti in questione? Come circola l'aria? Ci sono accumuli calcarei che fanno da spugna per le sostanze organiche, facendo da volano ai cattivi odori? Ci sono elementi dell'arredo, oggetti o, nel caso dei bagni, sanitari malandati o mantenuti in modo scorretto? In che condizioni sono le fosse nere o i pozzetti?

E' il lavoro del dealer

Un'analisi approfondita rientra a pieno titolo nel lavoro di un professionista dell'igiene che, naturalmente, dovrà poi mettere in atto tutte le strategie per risolvere il problema (alla radice: come i buoni medici sanno bene, non basta eliminare il sintomo). Diffidare, quindi, da quelli che non impiegano il tempo adeguato per analizzare la vera natura del problema e arrivare a una soluzione che parta dall'eradicazione delle cause profonde e arrivi alla gestione dell'ordinario (ad esempio con dispenser di deodorizzante a rilascio temporizzato, o con soluzioni biotecnologiche). E diffidare dagli "specialisti" frettolosi, che sembrano non prestare la dovuta attenzione all'analisi dei problemi.

Bisogna intervenire in tempo

Se non si interviene in tempo, anche quello diventa un terreno di coltura per batteri e microrganismi potenzialmente patogeni. E i sanitari nei bagni? Un buon dealer porrà attenzione anche dove ci sono le etichette di avvenuta igienizzazione, perché sa perfettamente che a volte si tratta di operazioni svolte con estrema superficialità; senonché a uno sguardo più attento, anche a occhio nudo, si scoprono gli altarini. Poi c'è lo sporco più piccolo o invisibile: si sa ad esempio che telecomandi e interruttori, specie quelli vicino al letto, sono sede di molti tipi di sporco.

Nella spa c'è di tutto!

Basta pensare a cosa fa uno in camera: dopo aver usato il letto, si accende la tv o la luce e il danno è fatto. In questo senso i tamponi sono impietosi, e danno risul-

tati preoccupanti. E' chiaro che quando si presentano situazioni del genere è essenziale avere al proprio arco le frecce giuste, come quelle che può assicurarti chi se ne intende davvero. Se poi apriamo il capitolo Spa o aree benessere, c'è di tutto. Si tratta di ambienti in cui persone con diverse abitudini igieniche stanno seminude in contesti umidi e caldi: la bomba è pronta! Per non parlare dei prodotti che si usano per aromatizzare le saune, giusto per fare un esempio: se sono a base alcolica rischiano di "ubriacare i clienti".

Si parte dalla necessità, si struttura un'analisi complessiva

La ricetta del buon dealer, in sostanza, si può così riassumere: partendo da una necessità individuata, si struttura un'analisi complessiva delle esigenze di un albergo e si parte con la consulenza. Che può toccare davvero tutti gli aspetti. Un vero professionista è in grado di far notare all'albergatore che il suo lavoro, stanti le sue risorse e i soldi che può investire, può comunque essere ottimizzato. Prezioso può rivelarsi, per il lavoro del dealer, il supporto di AfidampCom, associazione di riferimento per i distributori del settore (www.afidamp.it).

Prodotti di cortesia

Anche senza per forza parlare di igiene: prendiamo i prodotti di cortesia, ad esempio. Non conviene spendere qualche centesimo in più per prodotti che magari la gente chiede di comprare e che sicuramente fanno fare bella figura su internet, dove ormai si gioca gran parte della credibilità di un hotel? Il successo, più spesso di quanto si creda, è questione di dettagli. Lo stesso vale per i prodotti di consumo: sta al distributore analizzare le esigenze dell'hotel, il suo target e i suoi obiettivi, e proporre ciò che più si avvicina a queste necessità: e se un 5 stelle dovrà avere un certo tipo di materiali, non è detto che i clienti di un albergo di categoria inferiore si accontentino di carta ruvida o poco resistente, saponi inefficaci e fastidiosi, dispenser sempre rotti.

L'impianto di aerazione

Un altro punto dolente, fra i mille esempi, è l'impianto di aerazione. Se ci sono gli scambiatori, è possibile imbattersi in problematiche igieniche notevoli. Se sono centralizzati, per assurdo (ma nemmeno poi tanto) uno che ha un raffreddore nella hall può diffondere i germi dappertutto, come accade negli uffici. Poi i clienti tornano a casa influenzati e si chiedono perché. Oppure le ventole di aspirazione nei bagni, altro punto degno di grande attenzione. Dove non c'è la finestra, spesso si crea un ambiente umido che favorisce la proliferazione di muffe.

C'è anche uno sporco da abuso di prodotti

Naturalmente non abbiamo la pretesa di essere esaustivi: quelli che abbiamo presentato fin qui sono solo alcuni dei tanti problemi sistemici che si possono verificare in albergo, e che il dealer deve essere in grado di affrontare. Chi conosce bene il lavoro, ad esempio, sa bene che un conto è dare un prodotto, un altro è formarti sui potenziali rischi e controindicazioni sul suo utilizzo. E anche se si pensa sempre che lo sporco derivi esclusivamente da uno scarso lavaggio, esiste anche quello che in gergo si potrebbe definire "sporco da eccesso di prodotto". Di solito si manifesta con una sintomatologia inconfondibile: superfici appiccicose o rovinate, incrostazioni di detergente usato troppo in abbondanza, segni evidenti di uso scorretto di formulati o sistemi. In casi come questo il ruolo di un buon dealer non può ridursi ad offrire il prodotto giusto: è evidente che qui entra in gioco la formazione, la trasmissione di know-how e conoscenze tecniche che l'albergatore non è tenuto ad avere, ma il personale che pulisce sì. Sia in caso di pulizie esternalizzate che di quelle svolte dal personale interno alla struttura. E vi assicuriamo che lo sporco da eccesso o uso maldestro è uno dei problemi più frequenti in hotel perché, purtroppo, la logica secondo cui "di più è meglio" è ancora dura a morire.

ecolabel ue, nuovi criteri per gli hotel nell'anno del turismo sostenibile

di Simone Finotti

In vigore dal 2 febbraio scorso i nuovi criteri Ecolabel Ue per i servizi di ricettività turistica, che mirano a promuovere l'uso delle fonti d'energia rinnovabili e favorire il risparmio energetico e idrico, la riduzione dei rifiuti e il miglioramento dell'ambiente.



Con decisione del 25 gennaio scorso la Commissione europea ha adottato una nuova serie di criteri per il gruppo di prodotti e servizi di ricettività turistica (Decisione 2017/175/CE) sotto il marchio Ecolabel Ue.

Si apre l'anno del turismo sostenibile

La pubblicazione è avvenuta lo scorso 2 febbraio sulla Gazzetta ufficiale

della Commissione europea, e colpisce il fatto che tale decisione giunga proprio all'inizio di questo 2017 che è stato dichiarato dall'Onu "Anno Internazionale del Turismo Sostenibile". E che, dunque, si apre nel migliore dei modi. Speriamo, detto per inciso, che tutto ciò sia di buon auspicio. Senza dubbio si può dire che si tratta di un

preziosissimo contributo al lavoro già svolto per mettere a disposizione delle aziende e dei consumatori un marchio di qualità ecologica credibile, per promuovere il consumo e la produzione sostenibili, migliorando l'economia circolare in Europa.

Lo scopo dell'iniziativa

Scopo dell'iniziativa è aiutare le imprese ricettive a risparmiare acqua ed energia, ridurre la produzione di rifiuti, migliorare l'impronta di CO₂ e, in generale, distinguersi dagli altri hotel in termini di eccellenza ambientale e responsabilità sociale delle imprese. Si tratta quindi anche di uno strumento che potrà rivelarsi, al pari delle altre etichette (serie, beninteso), anche di alto valore strategico e commerciale.

Validi per 5 anni

I criteri riveduti, con i pertinenti requisiti di valutazione e verifica, dovrebbero essere validi per cinque anni dalla data di notifica della decisione, tenendo in considerazione il ciclo di innovazione per tale gruppo di prodotti. Gli alberghi e, in generale, le strutture ricettive, si sa, sono tra le realtà più energivore in assoluto, e ridurne l'impatto sull'ambiente costituisce senza dubbio un'importante priorità.

Le proroghe

Con la Decisione UE/2017/175 del 25/01/2017, che stabilisce i criteri per l'assegnazione del marchio ecologico Ecolabel UE alle strutture ricettive, la validità dei contratti stipulati ai sensi delle precedenti Decisioni 2009/564/CE (Servizi di campeggio) e 2009/578/CE (Servizio di ricettivi-

20
GSA
FEBBRAIO
2017



2017, anno del "Turismo Sostenibile"

Già a fine 2015 l'assemblea dell' ONU ha approvato l'adozione del 2017 come Anno Internazionale del Turismo Sostenibile. La risoluzione riconosce l' "importanza del turismo internazionale, e in particolare la designazione di un Anno internazionale del turismo sostenibile per lo sviluppo, nel promuovere il tema fra il maggior numero di persone possibile, nel diffondere consapevolezza del grande patrimonio delle varie civiltà e nel portare al riguardo un miglior apprezzamento di valori intrinseci delle diverse culture, contribuendo così al rafforzamento della pace nel mondo".

tà turistica) è prorogata di ulteriori 20 mesi, fino al 25/09/2018. Fino al 25/3/2017 è ancora possibile presentare domanda di assegnazione del marchio Ecolabel UE per «servizi di ricettività turistica» o «servizi di campeggio» sulla base dei criteri (in scadenza) stabiliti nelle decisioni 2009/578/CE o 2009/564/CE. Le licenze Ecolabel UE attribuite in base tali criteri potranno essere utilizzate fino al 25/09/2018. Dal 26/03/2017 in poi potranno essere accettate solo le domande presentate in conformità alla Decisione UE/2017/175.

Ecolabel UE, un po' di storia
L'Ecolabel UE è il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea (Ecolabel UE) che contraddistingue prodotti e servizi che pur garantendo elevati standard prestazionali sono caratterizzati da un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita. Il marchio è stato istituito nel 1992 dal Regolamento n. 880/92 ed è oggi disciplinato dal Regolamento (CE) n. 66/2010 in vigore nei 28 Paesi dell'Unione Europea e nei Paesi appartenenti allo Spazio Economico Europeo – SEE (Norvegia, Islanda, Liechtenstein).

Un'etichetta ecologica volontaria

Si tratta di un'etichetta ecologica volontaria basata su un sistema di criteri selettivi, definito su ba-

se scientifica, che tiene conto degli impatti ambientali dei prodotti o servizi lungo l'intero ciclo di vita ed è sottoposta a certificazione da parte di un ente indipendente (organismo competente). La prestazione ambientale è valutata su base scientifica analizzando gli impatti ambientali più significativi durante l'intero ciclo di vita del prodotto o del servizio, tenendo anche conto della durata della vita media dei prodotti e della loro riutilizzabilità/riciclabilità e della riduzione degli imballaggi e del loro contenuto di materiale riciclato.

Quasi 800 licenze a singoli imprenditori o gruppi

I criteri Ecolabel, stabiliti a livello europeo con un'ampia partecipazione di parti interessate tra cui anche associazioni europee di consumatori e ambientaliste, riguardano anche aspetti importanti inerenti la salute e la sicurezza dei consumatori. Riguardano inoltre, ove pertinente, i principali aspetti sociali ed etici dei processi produttivi. Attualmente, sono 796 le licenze attribuite a singoli imprenditori o grandi gruppi alberghieri, di cui 109 in Italia.

reflexx[®]

E SEI IN MANI SICURE!



IL GUANTO È SERVITO



INNOVAZIONE • QUALITÀ • SICUREZZA • COMPETITIVITÀ

reflexx[®]

www.reflexx.com

REFLEXX S.p.A. Via Passeri, 2 - 46019 Viadana (MN) Italy
Tel. +39 0375 833 164 - Fax +39 0375 464504 - email: contatti@reflexx.com

un'istantanea sui servizi di sanificazione dei tessili

di Giuseppe Fusto

Assosistema tiene a battesimo la sezione Servizi Alberghieri Integrati e fotografa il settore dalla prospettiva di chi si occupa di servizi di sanificazione e sterilizzazione dei dispositivi tessili. Un'indagine Isnart fa il punto sui trend del comparto, con risultati molto interessanti. A colloquio con il Segretario Generale Patrizia Ferri.



22
GSA
FEBBRAIO
2017

Assosistema, realtà associativa che in seno a Confindustria rappresenta le imprese di produzione, distribuzione, manutenzione dei dispositivi di protezione individuali e collettivi e di servizi di sanificazione e sterilizzazione dei dispositivi tessili e medici utilizzati in ospedali, case di cura, cliniche private, hotel, ristoranti, industrie e ambienti confinati, ha di recente inaugurato la sezione Servizi Alberghieri Integrati, dedicata proprio al settore ricettivo, sempre più strategico e “pesante” per l’Associazione. Cerchiamo di vederci più chiaro con **Patrizia Ferri**, Segretario Generale Assosistema.



Che cosa rappresenta, per Assosistema, il comparto alberghiero?

“Il comparto turistico-alberghiero per Assosistema ha un’importanza sostanziale, essendo uno dei mercati di sbocco delle nostre aziende (le associate forniscono, infatti, il servizio di sanificazione dei tessili per le strutture turistiche e ricettive: hotel, pensioni, villaggi, residenze, bed and breakfast, terme, ristoranti, società di catering e mense aziendali), e strategica, in quanto il settore della ricettività in Italia rappresenta un asset portante della nostra economia con ancora delle grosse potenzialità di sviluppo. Per citare gli ultimi dati del World Travel & Tourism Council, l’impatto economico del settore turistico nel 2015 è stato di 167,5 miliardi di euro, con un’incidenza sul Pil del 10,2%. Le imprese di servizi di sanificazione della biancheria giocano un ruolo strategico nell’attività di accoglienza dei clienti. Un prodotto igienicamente sicuro, bello e di qualità è un importante biglietto da visita per l’alberghiere in quanto i prodotti forniti sono intimamente connessi con le promesse di confort offerte al cliente dall’alberghiere stesso.”

Perché avete sentito la necessità di avere una sezione dedicata?

“L’obiettivo è quello di comunicare l’alta specializzazione delle imprese associate. E solo attraverso l’approfondimento di temi omogenei alle imprese è possibile creare una continua e costruttiva sinergia e spesso uno stimolo al confronto sugli obiettivi da raggiungere insieme. In particolare, la sezione dei Servizi Alberghieri Integrati, presieduta da **Virgilio Vierin**, sta dimostrando una grande vivacità d’intenti e determinazione nella realizzazione dell’importante progetto di riposizionamento del settore, pronto per dare una risposta forte ai mutamenti del mercato degli ultimi anni. La crisi economica ha restituito, infatti, la fotografia di un settore fortemente mutato a cui è necessario dare delle risposte puntuali ed orientate al soddisfacimento dei nuovi bisogni emergenti.”

Ce la presenta brevemente?

“La sezione dei Servizi Alberghieri Integrati di Assosistema è composta da aziende che effettuano la fornitura e il servizio di sanificazione dei tessili presso le strutture ricettive applican-



do il principio del rispetto dell'ambiente e dell'utilizzo più consapevole delle risorse. La categoria rappresentata da Assosistema negli ultimi anni ha investito molto nel miglioramento continuo sul fronte dell'organizzazione del lavoro, della tecnologia, della ricerca e della qualità totale. Questo processo di miglioramento continuo ha consentito la realizzazione di risparmi del 30% nei consumi di gas ed energia elettrica e di oltre il 60% nel consumo di acqua. Le aziende associate sono fra quelle maggiormente capitalizzate con una capacità produttiva che consente loro di raggiungere i massimi livelli di efficienza senza intaccare la qualità del servizio e dei rapporti di lavoro che sono da sempre improntati sulla correttezza delle relazioni sindacali e sulle norme contrattuali. In occasione del rinnovo del ccnl della sanificazione del tessile e dello strumentario chirurgico del 2013, Assosistema ha siglato con le organizzazioni sindacali il "Protocollo sulla qualificazione delle imprese", che consente di riconoscere le

imprese che possiedono ed operano sul mercato secondo specifici requisiti normativi, tecnici e qualitativi. Le imprese associate hanno dimostrato così di volere fortemente una maggiore responsabilizzazione degli operatori e regolamentazione della filiera, facendosi esse stesse garanti di tutti i rapporti di lavoro interessati dall'appalto specifico. Attraverso l'uso efficiente delle tecnologie e la compatibilità ambientale dei prodotti e dei servizi offerti, le associate garantiscono ai propri clienti sicurezza e qualità. Dopo un'attenta riflessione sui cambiamenti in atto nel mercato turistico, in particolare per quanto riguarda i trend di consumo e la domanda turistica, ogni associato, in base alla propria esperienza, ha portato il suo specifico contributo all'Associazione. Questo lavoro di gruppo, fatto con il coordinamento dell'Associazione, ha portato alla nascita del progetto di riposizionamento del settore dei servizi alberghieri integrati. Il progetto è molto articolato e innovativo, strutturandosi in una serie di iniziative che vanno dallo studio del settore, alla formazione, alla comunicazione e all'organizzazione di eventi. Il tutto per continuare nell'opera di sensibilizzazione avviata da Assosistema nell'ambito di Use&Reuse, promuovendo tutte quelle iniziative utili a incentivare il trend di utilizzo del tessile.

Che cosa ci può dire a proposito dei CAM per la fornitura di prodotti tessili recentemente pubblicati?

"Nell'ottica della promozione dell'economia circolare, Assosistema ha contribuito alla recente revisione dei CAM, Criteri Ambientali minimi per le forniture di prodotti tessili, affinché le istanze specifiche del settore fossero recepite. Sulla Gazzetta Ufficiale del



IL "MITO" PER L'IGIENE NELL'ALBERGO

BATTITAPPETO ASPIRAPOLVERE

BS36



Il più conosciuto e diffuso "mulo" per il lavoro gravoso ulteriormente migliorato e affidabile nella versione comfort

BS46



XP2



"L'automatico" leggero, silenzioso ideale per gli hotel



300/350/450 EVOLUTION

L'evoluzione della specie

DART 1



Il professionale versatile multifunzione (scopa elettrica, battitappeto, lucidatrice UHS)



DART 4

SEBO ITALIA S.R.L.

Via Carducci, 125 - 20099 Sesto S. Giovanni (MI)
tel. +39 0233404227 - fax +39 0233400682
www.seboitalia.it - info@seboitalia.it

28 gennaio 2017 è stato pubblicato il Decreto 11 gennaio 2017 “Adozione dei criteri ambientali minimi per gli arredi per interni, per l’edilizia e per i prodotti tessili”, che all’allegato 3 “Piano d’azione per la sostenibilità ambientale dei consumi nel settore della Pubblica Amministrazione (PANGPP)” contiene importanti aggiornamenti dei criteri ambientali minimi facendo riferimento a tutte le tipologie di prodotti tessili forniti dalle aziende associate ad Assosistema: i capi da abbigliamento, tra cui: – divise da lavoro, camici, uniformi; – i prodotti tessili per uso in ambienti interni, tra cui asciugamani, anche distribuiti; – i dispositivi di protezione individuale. Il documento, inoltre, esclude, nella fornitura dei tessili oggetto dell’appalto, i prodotti monouso promuovendo il riutilizzo dei prodotti tessili usati dalla stazione appaltante, e assegnando, un punteggio tecnico “agli offerenti che si impegnano a ritirare e a ricondizionare i prodotti usati della stazione appaltante”. Di particolare rilievo per le nostre aziende associate è, infine, l’affermazione che “la decontaminazione e il lavaggio deve essere commissionata e fatta eseguire da lavanderie industriali in possesso della certificazione UNI EN 14065:2004”.



Veniamo alla recente indagine Isnart: quali sono i dati più interessanti che ne emergono?

“Nell’ambito di tale progetto di riposizionamento del settore, Assosistema ha commissionato all’Istituto nazionale di ricerche turistiche, Isnart appunto, un’indagine volta a comprendere i mutamenti del settore per poterli affrontare al meglio, in particolare l’aspetto della soddisfazione del servizio relativo alla sanificazione, consegna e ritiro e noleggio di tessile delle imprese turistiche. La crisi economica che ha colpito il nostro Paese negli ultimi anni ha indubbiamente interessato tutta la società, dai ceti medio-alti fino a quelli più bassi, modificando strutturalmente il trend della domanda turistica basata su nuovi modelli di consumo. La riduzione del potere d’acquisto delle famiglie e le incertezze sulle prospettive di rilancio dell’economia hanno generato comportamenti di tipo conservativo e orientato i consumatori verso nuovi modelli di fruizione del turismo. Oltre a un decremento dell’affluenza turistica e alla conseguente diminuzione del fatturato, si è registrato un aumento dell’uso della carta nelle strutture ricettive. La ricerca, condotta sugli associati Confcommercio, ha interessato l’opinione di hotel, ristoranti,

residenze turistiche assistite RTA, villaggi turistici in merito all’utilizzo dei servizi di sanificazione, 1.500 imprese del sistema ricettivo e 1.000 ristoranti certificati “Ospitalità Italiana”. Il dato più interessante è che, nel quadro dei servizi dati in outsourcing dalle imprese turistiche, quello della sanificazione assume un ruolo centrale: rivolgersi al di fuori della propria impresa per queste attività è infatti una pratica comune al 70,9% delle imprese alberghiere e ristorative italiane. Sono, infatti, in primo luogo le lavanderie industriali il punto di riferimento per la gran parte delle imprese turistiche (69,8%), rappresentando questo dato un indicatore di alta fidelizzazione del servizio. Mentre una minima quota (1,1%) affida il servizio ad un intermediario commerciale. Il restante 29,1% cura l’attività di sanificazione (lavanderia industriale) con attrezzature e personale proprio.”

Ad oggi, qual è il trend delle aziende alberghiere per quanto concerne l’esternalizzazione dei servizi di sanificazione?

“Il ricorso a lavanderie industriali/imprese di sanificazione, negli ultimi 5 anni, da parte delle strutture alberghiere e ristorative risulta complessivamente stabile. L’80% delle imprese turistiche si avvale abitualmente del servizio e nel contempo si registra una sacca di crescita del 12,3% di imprese alberghiere e ristorative orientate alla formula “buy”. Anche gli hotel 3 stelle, che si caratterizzano ad oggi per un minor ricorso all’esternalizzazione del servizio, si dichiarano comunque in una fase di crescita nell’utilizzo delle imprese di sanificazione (il 13,1% dichiara un aumento), più delle altre categorie alberghiere. Un processo di fidelizzazione consolidato, dunque, che sta evolvendo anche verso la gestione on-line del servizio, considerato, quest’ultimo, strumento di velocizzazione delle tempistiche e di automatizzazione.”



Siamo motivati da
un **obiettivo
comune,**
rispondere alle
**vostre
esigenze**

DIVISIONE
HOTEL



DIVISIONE
GDO E RETAIL



DIVISIONE
CIVILE



DIVISIONE
SANITÀ



DIVISIONE
INDUSTRIA E
AGROALIMENTARE



DIVISIONE
FACILITY
MANAGEMENT



Housekeeping Pulizie tecniche Fornitura linea cortesia
Disinfestazione Cura del verde Servizi ausiliari Servizio di
lavanderia Manutenzioni Antincendio e sicurezza Gestione
calore e condizionamento Gestione rifiuti



www.skillservice.it

legge antispreco, le novità per la ristorazione

di Carlo Ortega

In vigore da pochi mesi, la legge sugli sprechi alimentari (166/2016) sta già producendo i suoi primi effetti anche nel settore della ristorazione. Tra le novità più interessanti per l'horeca, la possibilità per le Regioni di stipulare accordi per dotare gli operatori della ristorazione di contenitori riutilizzabili in materiale riciclabile.

larga la possibilità di donare il cibo e si aprono nuove possibilità di accordi o protocolli d'intesa per le Regioni.

Nel mondo si spreca ancora troppo

La legge Gadda (dal nome della relatrice Maria Chiara Gadda, membro della Commissione Ambiente della Camera dei deputati), il cui nome per esteso è "Disposizioni concernenti la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari e farmaceutici a fini di solidarietà sociale e per la limitazione degli sprechi", vede l'Italia capofila a livello europeo, ed è arrivata in un momento quanto mai opportuno: infatti, numeri alla mano, nel mondo si spreca troppo cibo che per molte persone potrebbe significare la vita. Basti pensare che secondo un recente

rapporto della Fao (Food Waste Footprint), ogni anno almeno 1,3 miliardi di tonnellate di cibo vengono sprecate nel mondo: e in Italia vengono buttati via, ogni anno, alimenti per un valore di circa 12,6 miliardi di euro, sprigionando nell'ambiente 24,5 milioni di tonnellate di CO₂. In tutto questo, diciamo subito, il settore della ristorazione può davvero giocare un ruolo importante, vista la quantità di cibo potenzialmente recuperabile.

Una legge destinata a fare scuola

Detto per inciso, l'Italia è il primo paese UE ad essersi dotato di una legge per combattere lo spreco trasformandolo in solidarietà, dando quindi sostegno all'economia circolare e del dono. E qui entrano in scena due elementi, fra loro correlati. Il primo, cui accennavamo sopra, è la legge 166/16 antispreco alimentare. Il secondo è il progetto di sensibilizzazione "Life - Food. Waste. StandUp", partito ancor prima della legge ma entrato a regime a novembre su iniziativa di Federalimentare, Federdistribuzione, Fondazione Banco Alimentare Onlus e Unione Nazionale Consumatori.

Una legge di solidarietà sociale

Cercando di sintetizzare, la legge 166 è un intervento legislativo mirato a favorire, a fini di solidarietà sociale, il recupero e la donazione di beni alimentari, farmaceutici ed altri prodotti in favore di soggetti che operano senza scopo di lucro. Innanzitutto si prevede una semplificazione burocratica per la donazione, fermo quanto già previsto nella Legge di stabilità per il 2016 che

La cosiddetta "legge antispreco" (19 agosto 2016, n. 166, uscita sulla Gazzetta Ufficiale n. 202 del 30 agosto), una vera novità per l'Italia che interessa diversi settori commerciali, è in vigore dal 14 settembre 2016, e sta già dando i suoi primi risultati. Anche nel settore della ristorazione, dove si al-



ha innalzato da 5mila a 15mila euro il limite di costo per l'esonero della comunicazione preventiva delle cessioni gratuite. Diciamo subito che, oltre a questo aspetto, le disposizioni più interessanti per il settore della ristorazione, riguardano anche un'altra questione: la legge, infatti, dà la possibilità alle singole Regioni di stipulare accordi o protocolli di intesa per promuovere comportamenti responsabili e pratiche virtuose volti a ridurre gli sprechi di cibo e per dotare gli operatori della ristorazione di contenitori riutilizzabili, realizzati in materiale riciclabile, idonei a consentire ai clienti l'asporto dei propri avanzi di cibo. Attività che potrà trovare il supporto di un Fondo nazionale dedicato, istituito proprio per il finanziamento di progetti innovativi finalizzati a limitare gli sprechi.

Nuove definizioni

Ma che cosa si intende precisamente con spreco alimentare? Anche a questo proposito, la nuova legge rivede il quadro definitorio, intendendo come spreco alimentare l'insieme dei prodotti scartati dalla catena agroalimentare ancora consumabili, pertanto destinati al consumo e che sarebbero destinati a essere smaltiti come rifiuti, e come eccedenze alimentari i prodotti alimentari che, fermo restando il mantenimento dei requisiti di igiene e sicurezza, rimangono invenduti per varie cause (motivi commerciali/estetici, prodotti aventi scadenza ravvicinata, etc). Per limitare lo spreco alimentare, la legge distingue il termine minimo di conservazione – inteso come la data fino alla quale un prodotto conserva le sue proprietà specifiche – dalla data di scadenza – oltre la quale gli alimenti sono considerati a rischio. A questo proposito, la cessione gratuita di eccedenze alimentari viene consentita anche oltre il termine minimo di conservazione, purché siano garantite l'integrità dell'imballaggio ed idonee condizioni di conservazione.

Giornata contro lo spreco alimentare

Si spreca tanto cibo, se ne spreca davvero troppo. Molto si può fare anche a livello del consumo casalingo: l'Enea ha diffuso un decalogo delle buone pratiche che sollecita una serie di azioni quali: seguire una lista della spesa, controllare la scadenza dei prodotti, fare attenzione alle etichette, migliorare la conservazione dei cibi, riutilizzare gli avanzi per nuove pietanze. Senza contare tutto il potenziale: gli scarti alimentari, spiega l'Enea, possono trasformarsi in proteine e zuccheri utili per produrre ingredienti alimentari, nutraceutici e mangimi per la zootecnia, o diventare bioplastiche o energia sotto forma di biogas. I dati dello spreco diffusi dall'Osservatorio Waste Watcher in occasione della 4° giornata mondiale contro lo spreco, il 5 febbraio scorso, dicono che solo 6 italiani su 10 (il 59% degli intervistati) sanno che esiste una nuova legge dedicata al recupero e alle pratiche antispreco.



Si prevedono Linee-guida ministeriali

La legge prevede anche le diverse destinazioni del cibo donato: infatti le cessioni gratuite di eccedenze alimentari da parte degli operatori del settore alimentare devono essere destinate in via prioritaria al consumo degli indigenti, mentre le eccedenze non più idonee al consumo possono essere cedute per il sostegno vitale di animali e per altre destinazioni, come il compostaggio. La cessione riguarda anche la panificazione, i cui prodotti finiti possono essere donati a soggetti che poi

li distribuiscono agli indigenti entro le ventiquattro ore successive alla produzione. La legge inoltre, segnala che il Ministero della Salute potrà emanare linee guida per gli enti gestori di mense scolastiche, aziendali, ospedaliere, sociali e di comunità, al fine di prevenire e ridurre lo spreco connesso alla somministrazione degli alimenti.

il futuro in una stanza

Dall'housekeeping all'igiene, dalle nuove tecnologie al relax, dalla riduzione dei rumori molesti alla nuova frontiera del design funzionale. La strada per la camera da sogno è segnata: da Hotel Dream Room arriva la "ricetta"... della stanza perfetta!

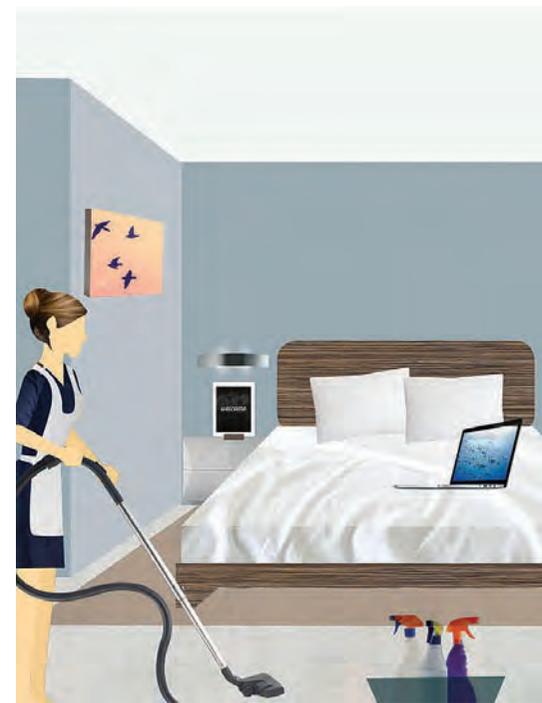
di Enza Colagrosso



fettamente che la concorrenza ricettiva è spietata e perciò non è disposta a sborsare cifre astronomiche o semplicemente incoerenti con l'effettiva qualità offerta. "In generale – spiega **Mauro Santinato** di Teamwork, società specializzata nel settore che dal 1998 offre servizi di consulenza per il mercato turistico-alberghiero – si può dire che l'ospite non è più quello di una volta. Ormai non si accontenta di quattro mura, un tetto e un cuscino dove appoggiare la testa. Sono cambiate le sue esigenze e le sue aspettative."

Un panorama in evoluzione

Il panorama, insomma, sta rapidamente evolvendosi, e non è un caso che i più attenti si stiano adoperando per intercettare questi cambiamenti. E' proprio il caso di Teamwork, sempre molto attenta a quello che sta avvenendo nel panorama dell'hospitality, che proprio alla "camera dei sogni" ha dedicato un roadshow di workshop e giornate di approfondimento, il primo interamente dedicato alla camera d'albergo, tiene a precisare Santinato. Hotel Dream Room è il nome dell'iniziativa, che è innanzitutto un'opportunità per raccogliere idee originali e interessanti spunti pratici per creare una guest experience memorabile, scoprire le ultime novità tecnologiche e servizi innovativi.



La camera, il cuore dell'ospitalità

"La camera rappresenta il cuore dell'ospitalità –ribadisce-, è il prodotto attorno al quale ruotano tutti i servizi dell'hotel. La percezione della sua qualità rappresenta l'elemento fondamentale nella scelta dell'ospite. Allo stesso modo, una volta concluso il soggiorno, è il servizio dell'hotel maggiormente recensito, oltre a essere il principale centro di ricavo di un albergo e a rappresentarne l'unità produttiva." Dopo il primo appuntamento, l'1 febbraio a Firenze, il giro d'Italia alla scoperta della camera dei sogni prosegue a Genova il 17 e poi, il 10 marzo, approda sulle rive del Lago di Garda, e precisamente a Bardolino. Nel Sud gli ultimi appuntamenti per ora in calendario: a Bari, il 21 marzo, e a Napoli il 21 aprile. Basta dare un'occhiata alle tematiche trattate per avere l'idea della camera perfetta.

La ricetta di una camera perfetta

Una camera dove la tecnologia, mai invadente o troppo eccessiva, sia al servizio degli ospiti e del personale. A cominciare dall'housekeeping, pri-

In hotel c'è una sola regina: sua maestà la Camera, e il cliente è il suo re. Metafore sangue blu a parte, è proprio così che ogni albergatore vede, o perlomeno dovrebbe vedere, il suo hotel. Tutto ruota intorno alla camera, a lei – e all'ospite che vi soggiorna perché, non dimentichiamolo, *ha scelto* di farlo – devono essere rivolte attenzioni particolari; con lei e con la sua gestione bisogna fare i conti; su di lei è opportuno investire in manutenzione e anche, specie di questi tempi, in innovazione continua e intelligente.

Ormai i clienti sono millennials

Una camera datata e non al passo, ormai, è immediatamente riconoscibile e non paga più, al pari di una room sporca o trascurata. Anche perché la clientela dell'albergo sta cambiando, e ormai gli ospiti delle strutture ricettive sono sempre più i millennials. Gente nata fra gli anni Ottanta e il Duemila, ormai abituata a viaggiare dappertutto e sentirsi a casa a Milano come a Singapore, Cuba o San Paolo del Brasile; gente che riesce a cambiare al volo una prenotazione e si costruisce via internet i suoi itinerari nel mondo. Gente che raramente passa ancora dalle agenzie, che sa per-



mo passo verso la camera dei sogni. “Come gestire il reparto, a partire dalla corretta formazione del personale, per ottimizzare le prestazioni e ridurre i costi: sono tutti temi di cui parliamo, e che approfondiamo nel corso delle giornate.” A questo proposito, molti sono i supporti che la tecnologia può offrire: ad esempio le app che consentono di tenere sempre sotto controllo lo stato dei lavori, e non farsi trovare impreparati nel caso di partenze, arrivi (anche improvvisi) o esigenze particolari degli ospiti. Mai più foglietti volanti, o gestioni naïf basate sul “si è sempre fatto così” o sulle comunicazioni verbali. E’ importante avere personale ben formato, preparato e perfettamente a conoscenza di ciò che c’è da fare, dei compiti dell’uno e dell’altro, di come gestire le eventuali (e immaneabili) emergenze.

Pulizia e igiene soprattutto

Parimenti importante è l’igiene: “Una pulizia e un’igiene perfetti sono fondamentali: di fatto sono il motivo principale che spinge un ospite a tornare in una stessa strut-

tura”, dice Santinato. Spessissimo abbiamo posto l’accento su questo, e non pretendiamo certo di ripetere tutto quello che c’è da sapere sulla pulizia della camera. Qui ci limitiamo a dire che ormai il mercato mette a disposizione degli hotel (e delle imprese che eventualmente ci lavorano in outsourcing) tutti gli strumenti per garantire un’igiene perfetta di tutte le parti della camera. Anche di quelle tradizionalmente più ostiche e trascurate, come gli oggetti (il “maledetto” telecomando o i materassi), i punti critici (bagno e relativi sanitari, battiscopa, testate dei letti, ecc.), le superfici difficili (tappeti, moquette e così via). E ci sono anche soluzioni efficaci per molti dei tradizionali nemici dell’ospite, come le cimici dei letti, le famigerate bed bugs che non è augurabile incontrare durante il nostro soggiorno.

Un relax di qualità

Relax e qualità sono gli aspetti più ricercati in albergo, e alcuni dati fanno riflettere. Come quello sul rumore, ad esempio, considerato uno degli aspetti più fastidiosi,

*Pulizia a Vapore - Steam Cleaners
The Best Solution for every need!*



STI SRL

Via Rosi, 3 36030 Fara Vicentino (VI) Italia
Tel. +39 0445 851420 Fax +39 0445 851022
www.stindustry.it - info@stindustry.it



Verso l' #HospitalityDay 2017

Un'intera giornata dedicata all'ospitalità per incontrare i migliori consulenti e fornitori di servizi del settore: 14 sale, 112 relatori e 5mila metri quadrati per dare risposte, fornire idee e aggiornamenti su trend e innovazioni. Un evento unico e gratuito, organizzato da Teamwork, che è ormai un punto di riferimento per gli operatori del settore. E' l' #Hospitality Day di Teamwork, in programma per l'11 ottobre al Palacongressi di Rimini. Da segnare in agenda e non mancare.

tanto da rovinare un'esperienza alberghiera. Rumori che provengono dalle camere vicine, certo. Ma anche da corridoi, spazi comuni, bar e ristorante e, nel caso di camere che si affacciano su spazi dell'albergo, dalla zona relax. Ma il rumore può anche arrivare dalle macchine e attrezzature per la pulizia, e qui si torna a mettere l'accento sulla necessità di fare il possibile per operare in modo discreto senza perderci in qualità: gli strumenti ci sono, e garantire all'ospite un'esperienza di vero relax non ha prezzo.

Tecnologia attiva, tecnologia passiva. Basta che funzioni davvero

Arriviamo ora al capitolo tecnologia, attiva e passiva. Qui c'è una regola non scritta che bisogna sempre tenere presente: tecnologia sì, ma deve essere al nostro servizio, e non l'opposto. "La

tecnologia serve a rispondere ai desideri degli ospiti del futuro e supportare il lavoro del reparto", spiega Santinato. Ma in nessun modo dev'essere opprimente, fastidiosa o di intralcio. Meglio una tecnologia discreta che funzioni rispetto alle ubriacature ipertecno che poi ci lasciano a piedi. Ci sono però cose che in un albergo, specie se a vocazione business, non possono proprio mancare: un buon wi-fi, per esempio. Chi non lo ha è proprio out, non si può. "Anche in questo caso occorre prima capire a che target ci rivolgiamo, e cosa si aspetta l'ospite dal nostro albergo e dalla sua esperienza in hotel", dice Santinato.

Importante il design, se funzionale

Senza dubbio il design fa la sua parte. "Per rendere le camere funzionali e far vivere un'esperienza straordina-

ria agli ospiti occorre partire dalla fase di progettazione". Molte volte, su queste pagine, abbiamo sottolineato il ruolo-chiave di progettisti realmente in grado di subordinare il loro estro (chiamiamolo così) alle reali esigenze del cliente. La cosa difficile è far coesistere un'esperienza esteticamente gradevole e un'effettiva fruibilità. Questo vale per i punti luce, per gli accessori, per i bagni, ma anche per l'organizzazione degli spazi, le superfici e la scelta dei materiali. Bello un materiale pregiato e ricercato, ma se poi si rovina subito o non si riesce a pulire? Questo è un importante aspetto da tenere in considerazione, e su cui discutere. Anche perché, alle volte, il vero dispendio nell'acquisto dei materiali non è relativo tanto al costo in sé, quanto alla manutenzione necessaria per mantenerlo in buono stato. Ed è decisamente meglio un materiale magari meno pregiato ma tenuto bene rispetto a uno prezioso che non ci si può permettere di mantenere in modo corretto. Tutte cose su cui ragionare.

Esperienza alberghiera, cosa la rovina?

Ma quali elementi, oggi, contribuiscono a compromettere l'esperienza in una camera d'albergo? "Secondo una ricerca www.hotels.com al primo posto c'è il rumore che arriva da altre camere, che infastidisce il 65% degli intervistati. Poi gli odori sgradevoli (53%), frutto anche di una pulizia non accurata o dell'uso di prodotti non di qualità. Arrivano poi i problemi con l'acqua calda e la scarsità di prese elettriche, seguiti dagli orari rigidi. Su tutto, però, regna la pulizia: basta una breve ricerca online per rendersi conto della mole impressionante di lamentele legate proprio alle scarse condizioni igieniche degli hotel. Attenzione, dunque...





INFyNITÎ

detergenti
in monodosi

Smart Pack e Kit

I detergenti a costo certo
in poco spazio



ARCO CHIMICA SRL

Via Canalazzo 22/24
41036 Medolla (MO)
tel. +39 0535 58 890
info@arcochimica.it
www.arcochimica.it



CONFORME AI CRITERI AMBIENTALI MINIMI - CAM



pulire 2017: una preziosa occasione per un hotel... a prova di tripadvisor

dalla redazione

Corrono i tempi di TripAdvisor e compagnia, e la pulizia è oggi più che mai il primo biglietto da visita per un albergo: per non farsi cogliere impreparati è utile un giro a Pulire 2017, dove il mercato del cleaning mette in mostra tutte le principali novità e le soluzioni di pulizia più all'avanguardia. E i dati fotografano una fiera in perfetta salute. Appuntamento a Verona, dal 23 al 25 maggio.

32
GSA
FEBBRAIO
2017



Pulire 2017, in calendario a Verona dal 23 al 25 maggio. Come sempre si tratta di un evento molto atteso, che ogni anno riserva importanti sorprese e novità. E se per ora è ancora presto per svelare i dettagli della kermesse, senza dubbio i tempi sono abbastanza maturi per un confronto con le edizioni precedenti.

Molti segni più

A questo proposito Afidamp, associazione che organizza la manifestazione, ha presentato alla stampa di settore dati estremamente positivi: confrontando la situazione attuale con quella dello stesso periodo di due anni fa, si nota una crescita omogenea. Si registra infatti un incremento sia degli espositori tra associati e non, nonché degli stranieri per un'edizione che si preannuncia più ricca che mai. Dal punto di vista merceologico è da segnalare l'impennata del settore della carta e consumabili. Non a caso, dal punto di vista espositivo, la fiera è già completa, e si pensa addirittura di aggiungere un padiglione inizialmente non previsto: anche perché l'obiettivo dichiarato, una volta messa al sicuro la situazione sul fronte espositori, è quello di avere tra i visitatori una quantità molto maggiore di utenti finali, quindi non solo imprese di servizi e multiservizi ma anche la committenza.

Il programma della tre giorni 2.2

Per quanto riguarda il programma della fiera, anch'esso si va delineando giorno dopo giorno. "Innanzitutto è confermato il claim "The smart show", che identifica una fiera intelligente e moderna", dice l'Amministratore delegato di Afidamp Servizi **Toni D'Andrea**. Non per niente si parla di Pulire 2.2, un tassello in più in direzione dell'innovazione anche dell'offerta fieristica. "Stiamo anche lavorando molto – prosegue – per incrementare la presenza di delegazioni straniere. L'attenzione è focalizzata soprattutto sugli Usa e sui mercati africano e mediorientale, potenzialmente di grande interesse. Confermato anche Pulire Outdoor, con spazio esterno davanti al pad. 4, area dimostrativa e stand per riprodurre l'ambiente-città. Particolare risalto verrà dato al Premio Innovazione, visto che si festeggia la decima edizione del riconoscimento, introdotto per la prima volta nell'ormai lontano 1999."

Tre convegni per entrare nello spirito di Pulire

E non finisce qui. **Chiara Calati**, relazioni esterne di Afidamp, ci guida attraverso un programma convegnistico di grande attualità. Si parte il **28 mar-**

Pulizia primo biglietto da visita: un principio che vale un po' per tutte le attività commerciali, ma che in hotel e nella ristorazione raggiunge il suo apice. Ormai lo sanno tutti: in un mondo in cui la fidelizzazione alberghiera è sempre più dura e tutte le info viaggiano alla velocità di un clic, la stroncatura sulle condizioni igieniche di una struttura alberghiera può avere effetti fatali, e poi recuperare è dura, spesso durissima. La buona notizia è che i rimedi esistono, sia per chi (specie le grandi catene) ha scelto di esternalizzare i servizi di pulizia, sia per chi li svolge insourcing. Il mercato, infatti, offre miriadi di soluzioni tra cui scegliere, mirate e calibrate in base alle singole esigenze: dal grande albergo che necessita di piani di pulizia articolati e di un costante controllo delle operazioni svolte o ancora da svolgere, fino al piccolo gioiellino dell'ospitalità che punta su una pulizia impeccabile, ce n'è davvero per tutte le necessità. Se non ci credete, non vi resta che fare un giro a

zo, a Milano, con un incontro di avvicinamento dedicato all'Industria 4.0. Si analizzerà ciò che si può fare in pratica per sviluppare un modello di business in ottica di Industria 4.0. "Tra gli obiettivi: analizzare cosa significa per le imprese passare ad un modello di Industria 4.0 in termini di know how, di infrastrutture, di vantaggio competitivo, di impatto sul capitale umano; analizzare gli aspetti principali del piano sull'Industria 4.0 inserito nella finanziaria 2017; illustrare le diverse tipologie di finanziamento e le diverse modalità di accesso per le imprese; valutare l'incidenza dell'automazione nel settore; proporre case studies del settore; valorizzare il rapporto di collaborazione tra università, ricerca scientifica e impresa per favorire lo sviluppo di modelli innovativi. per esempio nell'utilizzo della sensoristica. Quanto al format, pensiamo a una tavola rotonda di un paio d'ore, massimo due ore e mezza, a cui sono invitati a intervenire istituzioni e organi di riferimento per il piano Indu-

stria 4.0, Osservatorio Industria 4.0 del Politecnico di Milano, esperti legali e fiscali, esperti di sociologia del lavoro e aziende."

La donna, motore della società

A Verona, invece, si apre... in rosa: "Il 23 maggio rifletteremo sul ruolo della donna come motore della società moderna." Spiega Calati. Che puntualizza: "La maggior parte degli operatori della pulizia professionale in Europa sono donne (73%) e forte è la presenza di extracomunitari. In questo incontro, dunque, vogliamo innanzitutto presentare il settore come il più grande laboratorio di integrazione sociale, e valorizzare la dignità degli operatori, soggetti in grado di garantire la qualità del vivere civile di un'intera società. Ma non solo: riteniamo che sia arrivato il momento di porre la donna come soggetto portatore di modernità nell'approccio relazionale, sviluppando temi come l'imprenditoria femminile e le pari opportunità nel mercato. In questo senso potrebbe essere

preziosa la testimonianza di **Ilham Kadri**, Presidente Diversey Care, donna ai vertici di una grande multinazionale proveniente da un paese e da una tradizione islamica."

Gli scenari dell'economia circolare

Il 24, invece, si torna sul terreno dell'innovazione, stavolta declinata in chiave di sostenibilità, con un convegno di Pulire Outdoor sulla "Circular economy tra quadro normativo e opportunità per le imprese". Con l'aiuto di relatori qualificati di Ministero dell'Ambiente, associazioni di categoria e Amia Verona, cercheremo di fare il punto della situazione sul pacchetto europeo per l'economia circolare, approfondendo il tema della responsabilità estesa del produttore. Ci sarà spazio anche per l'analisi dello sviluppo del mercato delle materie prime seconde, la raccolta e trattamento del rifiuto, la manutenzione e ciclo di vita del prodotto, il GPP e gli appalti verdi."



Massima ergonomia, minimo ingombro!



dove l'ospitalità incontra il business, 40 candeline per host

dalla redazione

E' in programma a Milano, dal 20 al 24 ottobre, la 40esima edizione della storica fiera Host, un punto di riferimento internazionale per Horeca e non solo. Il nuovo professionista dell'ospitalità vi troverà tutto in un solo luogo.

Tutto per uno, uno per tutto. E' il nuovo professionista dell'ospitalità che oggi si trova ad affrontare un cliente che vuole trovare tutto, in un solo luogo: un'offerta di qualità, un servizio eccellente ed amichevole, spazi che invitano alla degustazione e all'experience se si ha tempo per sostare e, al contrario, consumo fast o take away a tutte le ore se si è in debito di tempo e si hanno le... ore corte.

Dal 20 al 24 ottobre Milano torna capitale dell'hospitality

Missione impossibile? No, almeno per chi fa un giro a HostMilano, la fiera leader mondiale dell'Horeca, foodservice, retail, food, Gdo e hôtellerie la cui 40a edizione andrà in scena in Fieramilano a Rho dal 20 al 24 ottobre prossimi. Con una formula innovativa, che affianca alla specializzazione verticale nei vari settori – dalla Ristorazione professionale con Pane, Pizza e Pasta al mondo del Caffè e tè, dal Bar al vending, dal Gelato e Pasticceria all'Arredo e Tavola – la sinergia tra di essi, grazie alla compresenza nella stessa fiera che favorisce continui scambi e interazioni. Il layout espositivo, insomma, integra le filiere produttive e di servizio, valorizzando le specificità di ciascuna, e di ogni singola azienda partecipante.

I visitatori saranno guidati alla scoperta del salone attraverso percorsi funzionali che ottimizzano la visita.

Crescono gli espositori, molti dall'estero

Gli espositori che hanno confermato la loro presenza sono a tutt'oggi quasi 1500, più del 40% dei quali esteri, con oltre 500 espositori internazionali da una cinquantina di paesi. Con alcune new entry: oltre a Bielorussia, Serbia e Liechtenstein dall'Europa, spiccano Egitto e Sudafrica dal mercato del futuro, l'Africa: secondo stime ONU, nei prossimi anni il Pil del continente aumenterà a tassi superiori al 5% annuo, mentre il fabbisogno di energia sta crescendo del 38%, indice di un forte incremento sia nelle attività industriali sia nei consumi. La top ten dei Paesi più presenti vede invece sul podio la Germania con 86 aziende (+26%, erano 68 nello stesso periodo 2014) seguita da Spagna, Francia e Usa e da un drappello di nazioni europee quali Regno Unito, Grecia, Svizzera, Paesi Bassi, Portogallo, Austria, Svezia. Ma, con un eclatante +47%, a crescere di più sono gli Stati Uniti, presenti con 44 aziende (contro 30 nello stesso periodo 2014) di cui 9 alla prima esperienza. Una tendenza costante nelle ultime edizioni, anche grazie all'accordo con il Commercial Service dello US Department of Commerce, che conferma la sua certificazione ufficiale.

Un trend in crescita

Il trend dunque continua a crescere, e si suppone che lo faccia anche sotto l'aspetto dei visitatori: nell'edizione 2015 è stata superata per la prima volta la soglia dei 150mila (150.968, per l'esattezza),



in crescita del 17% sul 2013. Tra questi 90.585 erano italiani e 60.383 stranieri, provenienti da 172 paesi. La manifestazione è organizzata in tre macro-aree: Ristorazione professionale con Pane, Pizza e Pasta; Caffè Tea con Bar, macchine da caffè e vending e Gelato Pasticceria; Arredo e Tavola. Tra i focus più interessanti: Ristorazione professionale, con la cucina protagonista sotto tutti gli aspetti, e Arredo, con la trasformazione da "locale" a "location". Saranno più di 1.500 gli hosted buyer e, grazie al crescente investimento sulla profilazione e alla collaborazione sempre più stretta con ITA – Italian Trade Agency, includeranno molti nomi rinnovati e un mix tipologico sempre più completo. La campagna media da oltre 2 milioni di euro prevede visibilità sulle più importanti testate internazionali, e porterà a Host 2017 più di 1.000 giornalisti internazionali, tra i quali 100 corrispondenti che visiteranno anche Milano e l'Italia.

Una fiera di riferimento

Insomma un punto di riferimento, non solo durante i 5 giorni di fiera, ma anche ben oltre. Tanto che il 92% degli espositori ha dichiarato di aver sviluppato interessanti nuovi contatti nazionali e internazionali, e il 93% svela di aver avviato trattative importanti proprio grazie a Host. Il 98% considera Host "estremamente importante" per il proprio busi-

ness, e il 97% esprime piena soddisfazione per la qualità dei contatti professionali. A tutto ciò si aggiunge la qualità di un programma di eventi collaterali, convegnistici e non solo, davvero "a 5 stelle": più di 400 sono gli eventi in calendario, fra seminari, workshop, gare, campionati, show-cooking, degustazioni e performance con nomi di grande impatto nel panorama internazionale.

Tantissimi eventi già in programma

I visitatori, insomma, non troveranno solo business, ma tantissimi momenti di formazione ed eventi di alto profilo. Come le finali dei campionati mondiali Cake Designers World Championship e World Trophy of Pastry, Ice Cream and Chocolate in collaborazione con FIPGC – Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria. Nella ristorazione, CHIC – Charming Italian Chef parlerà di sostenibilità nella ristorazione in tutte le fasi della sua filiera. Ritorna Identità Future, in collaborazione con Identità

Golose e, infine, si svolgerà il Campionato Europeo della Pizza, organizzato da Pizza e Pasta Italiana. Tornano infine anche nel 2017 i due concorsi organizzati in collaborazione con POLI.design – Consorzio del Politecnico di Milano: Smart-Label, l'ambito riconoscimento assegnato ai prodotti che si segnalano per la carica innovativa nell'ambito dell'ospitalità professionale; e HOSTThinking, a design award, giunto alla terza edizione. Intitolato 10 Designer per 100 Prodotti, vedrà questa volta i giovani progettisti e designer selezionati sviluppare il proprio progetto 'live' durante i giorni di svolgimento della fiera. Nella progettazione entreranno 10 prodotti scelti tra quelli più innovativi presentati negli stand.

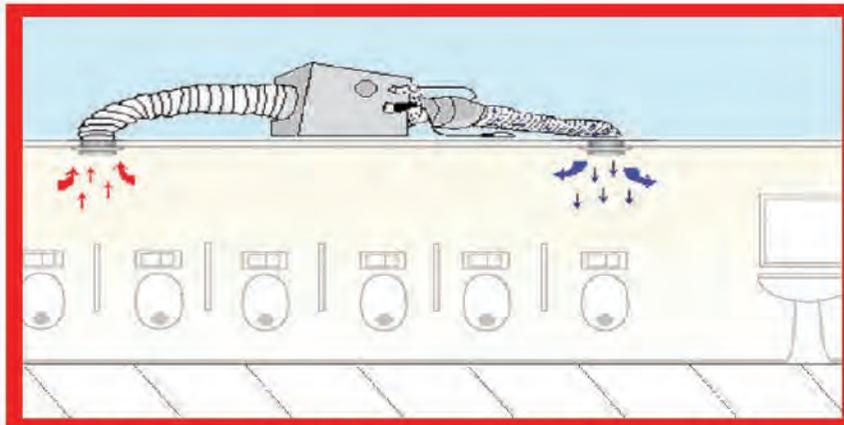
Una fiera molto social

HostMilano offre dunque la prospettiva d'osservazione ideale da cui scoprire i nuovi trend del food, dell'ospitalità e del retail. È un mondo che si concretizza nei padiglioni di Fieramilano ogni due anni ma che non cessa mai di vivere e ag-



giornarsi, grazie ad eventi ad hoc, nel web e nei social, in un costante dialogo tra operatori che ogni giorno esplorano il proprio ambiente per cogliere nuove opportunità di business. Appuntamento a ottobre, dunque: ma nel frattempo, però, sarà possibile seguire tutte le novità dell'ultim'ora sul sito www.host.fieramilano.it e nei canali social Facebook, Twitter e Instagram (@HostMilano, #Host2017). Per Host, infatti, l'informazione è un flusso costante e inarrestabile.

35
GSA
FEBBRAIO
2017



Negli ultimi 12 mesi **ITALSAN** ha messo a punto due nuove apparecchiature destinate ad arricchire la nostra proposta: La prima **WINDFRESH** da noi chiamata anche "la profumazione invisibile" ha la qualità di profumare medio/grandi ambienti (da 190 a 350 m³ h.) ed essere collocata nelle controsoffittature o in locali dedicati quindi, fuori portata da atti vandalici.

WINDFRESH è un brevetto **ITALSAN**.

SANYTRONIK la seconda apparecchiatura è l'unico Sanitizer elettronico che propone un refill con **Presidio Medico Chirurgico**. **SANYTRONIK** ha un design tutto italiano ed un ottimo rapporto qualità/prezzo - " per saperne di più visita il ns. sito - www.italsan.it "



I vantaggi più evidenti del sistema **WINDFRESH** sono:

- Assenza totale di apparecchi nell'ambiente da trattare.
- Prevenzione ad atti vandalici.
- Possibilità di potenziamento a volontà della profumazione.
- Possibilità di lavoro macchina secondo il programma impostato.
- Non allacciamento all'impianto di areazione del cliente.
- Riciclo e purificazione ambientale continua. (con abbattimento carica batterica in sospensione).
- Possibilità di derivazioni. (con una macchina più bocchette di uscita profumo).
- Possibilità di montaggio in vari ambienti. (non solo nella controsoffittatura)
- Costi di gestione contenuti. (una macchina sostituisce decine di apparecchi a muro tradizionali)



ITALSAN s.r.l. - Via Mazzini, 5
21040 Venegono Superiore (VA) Italy
Tel. +39.0331.850186 Fax +39.0331.850357
Italsan@italsan.it - www.italsan.it

www.italsan.it

igiene nell'horeca *fra reputation e rischio infettivo*

di Laura Guidi

Straordinario successo per i convegni organizzati nell'ambito di Pulire Mediterraneo, la fiera Afidamp svoltasi in novembre a Catania: relatori qualificati ed esperti del settore si sono confrontati sul ruolo strategico dell'igiene nella reputazione alberghiera e nella riduzione del rischio infettivo.

Lo scorso novembre, a Catania, nell'ambito della fiera Pulire Mediterraneo, promossa da Afidamp Com e organizzata da Afidamp Servizi, si sono svolti due incontri di grande interesse per il comparto dell'Horeca.

L'igiene, essenziale per la fidelizzazione

Iniziamo da quello del giorno 13, dal titolo "Igiene: strumento per fidelizzare il cliente. Come elaborare una strategia dell'igiene efficace per lo sviluppo turistico e ricettivo negli hotel e nei ristoranti", dedicato proprio all'ospitalità e alla ristorazione, un segmento che sta

suscitando un interesse sempre maggiore nel mondo dei professionisti dell'igiene, tanto da parte dei distributori quanto delle imprese. L'appuntamento, davvero molto seguito, ha visto la partecipazione di **Vincenzo Figuccia** – Deputato Segretario Consiglio di Presidenza ARS (Assemblea Regionale Siciliana), **Salvatore Avola**, Presidente IHS, **Riccardo Maggiore** – Codacons, **Dario Pistorio** – Presidente FIPE Sicilia e Virna Re – Presidente Afidamp. Il tutto moderato dal giornalista **Fabio Albanese**, corrispondente de La Stampa.

Reputazione?

Oggi basta un clic

In un momento in cui basta un clic per precipitare... dalle stelle alle stalle, soddisfazione e fidelizzazione del cliente restano sfide sempre aperte per hotel e ristoranti. Infatti, come sappiamo, servono anni per costruire una buona reputazione e pochi minuti per rovinarla, e quando si parla di carenze igienico-sanitarie c'è una sola certezza: il cliente non perdona. In questa corsa verso la buona popolarità, l'i-



giene gioca infatti un ruolo decisivo. Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un'evoluzione della figura del cliente, che è diventato sempre più intransigente poiché sempre più informato e preparato e, aspetto non trascurabile, sempre più desideroso di comunicare al mondo la sua opinione, in particolare se negativa.

Il turismo? Si può fare di più

L'onorevole Figuccia ha sottolineato che nel campo del turismo l'Italia potrebbe fare molto di più. I dati non sono incoraggianti, perché circa un cliente su tre non si reputa pienamente soddisfatto. Il tema dell'igiene è fondamentale per le ripercussioni sulla salute dei clienti, ma Figuccia ha evidenziato altre criticità che concorrono a sfavore del nostro paese, come il deficit infrastrutturale e la mancanza di una rete di sostegno e supporto al turismo, a fronte della grande voglia di crescere e diventare più competitivi da parte di albergatori e ristoratori.

Cresce il turismo, aumentano le problematiche igieniche

Il problemi legati all'igiene crescono con l'aumento del turismo, come ha





sottolineato Maggiore. Il turismo crescerà ancora e se l'Italia non adeguerà le sue strutture sul piano dell'igiene e della pulizia, il sistema turistico italiano rischierà di rimanere indietro. In generale, il cliente chiede sempre di più: sono moltissime le segnalazioni che arrivano al Codacons da parte di clienti insoddisfatti dalle condizioni igienico-sanitarie di ristoranti e hotel. Codacons ha attivato due canali per raccogliere le segnalazioni: Sos Turismo e Tourism Protection, dedicato ai turisti stranieri. L'associazione mette a disposizione persino i propri uffici legali nei casi in cui vengano rilevate gravi responsabilità.

La diffidenza dei clienti, l'importanza della formazione

Molto interessante il punto di vista di Pistorio, numero uno di Fipe Sicilia, che ha evidenziato il clima di diffidenza in cui spesso si trovano ad operare i ristoratori al giorno d'oggi (effetto Cucine da incubo?, ci chiediamo noi), sottolineando come la formazione sia il nodo cruciale quando si parla di igiene e ammettendo che spesso i ristoratori ed il personale dovrebbero essere maggiormente informati anche sul-

le novità tecnologiche e sulle innovazioni del settore del cleaning. Tutti i relatori, e non poteva essere altrimenti, sono stati concordi nell'affermare che l'igiene rappresenti uno strumento strategico per la stabilità economica e la crescita di un'attività nel comparto turistico. Salvatore Avola ha evidenziato come il 65% dei turisti torni nello stesso albergo proprio perché soddisfatto dei livelli di pulizia. Per non incorrere in errori, ha sottolineato Avola, particolare attenzione andrebbe riservata alla scelta dell'impresa di pulizia, informandosi sulla sua reputazione e su quanto investe in formazione e addestramento sul campo.

Verso un'economia reputazionale

Anche **Virna Re** è intervenuta in merito alla carenza di formazione e addestramento per gli operatori ed ha auspicato un supporto del mondo istituzionale, non abbastanza coinvolto sul tema della cultura del pulito, per aiutare il comparto turistico a crescere anche grazie all'igiene. Il convegno ha avuto, fra gli altri, il merito di mettere in evidenza, anche attraverso le concrete testimonianze di chi ci lavora, come il turismo, ma più in generale tutta l'economia, sia oggi, sempre più, reputazionale. Gli interventi dei relatori hanno dato vita ad un confronto vivacissimo con il pubblico presente, fortemente chiamato in causa poiché l'esercito dei clienti è sconfinato e tutti, nessuno escluso, ne fanno parte.

Contro il rischio infettivo

Un altro appuntamento convegnistico di grande successo, anche per gli operatori dell'Horeca, è stato "Il fattore igiene nella riduzione del rischio infettivo: sanificazione degli ambienti e qualità dell'aria nelle strutture ricettive e ricettive/assistenziali", promosso da AfidampCom e svoltosi il 12. In questo caso l'appuntamento, pensato in origine per il comparto assi-

Particolare attenzione all'Horeca

Pulire Mediterraneo, alla sua prima edizione, è la prima esposizione dedicata al cleaning professionale che porta il celebre brand **Pulire** nel Sud Italia, coinvolgendo anche Malta e il Nord Africa. Si tratta di un mercato strategico poiché il "Mediterraneo allargato" assorbe oltre l'11% delle esportazioni italiane e si configura come prima area di destinazione dopo l'UE. Sono stati quattro giorni di full immersion tra le eccellenze esposte dai professionisti del settore dell'igiene degli ambienti e della lavanderia e i seguitissimi momenti seminari. **Pulire Mediterraneo** si configura come un'esposizione di forte richiamo sia per gli operatori del comparto che per i consumatori finali, con un'attenzione particolare a quelli del settore Horeca.

stenziale, si è rivelato di estremo interesse per il mondo dell'ospitalità in generale. Numerosissimo il pubblico che ha assistito al confronto, moderato dal vicedirettore di La7 **Andrea Pancani**, con la partecipazione di **Angelo Vinciguerra** – Vicepresidente Anaste Sicilia (Associazione nazionale strutture terza età), **Pietro Borgognoni** – Consiglio Direttivo Aiisa (Associazione Italiana Igienisti Sistemi Aeraulici), **Zina Picciuca** – Anipio (Società scientifica infermieri specialisti rischio infettivo), **Enza Cutuli** – Imprenditrice nel settore turistico e **Francesco Marinoni** – Consigliere Direttivo AfidampCom con delega alla salute.

Importanti i momenti di confronto

L'evento, che ha avuto il patrocinio della regione Sicilia, ha vi-

37
GSA
FEBBRAIO
2017



sto anche la partecipazione di **Anthony Barbagallo**, Assessore Regionale al Turismo, che ha sottolineato l'importanza di momenti di confronto di questo tipo per favorire la crescita del settore turistico, direttamente proporzionale alla cre-

scita dell'attenzione sui temi legati all'igiene. Sensibilizzazione: questa sembra essere la parola d'ordine per raggiungere livelli elevati di igiene e di sicurezza, nelle strutture alberghiere così come in quelle ricettive-assistenziali.

Alimentare la cultura del pulito

Un percorso, quello verso la sensibilizzazione nei confronti della cultura del pulito, che sembra però essere in salita. Tutti i relatori sono infatti stati concordi nell'affermare che ci sia ancora molto da fare e che siano ancora presenti resistenze quando si parla di pulizia, tema a cui non viene assegnato il giusto valore, spesso nemmeno nelle strutture educative dedicate al turismo. Le scuole alberghiere, come ha sottolineato l'imprenditrice del comparto turistico Cutuli, dovrebbero fare di più sul fronte della preparazione degli allievi sui temi dell'igiene e della pulizia. Il rischio infatti è quello di immettere sul mercato professionalità certificate ma dalla preparazione lacunosa, con l'aggravante che si tratta di lacune che possono danneggiare la salute del cliente.

La vera priorità è garantire la sicurezza

La tutela della salute è perciò la vera priorità e rappresenta un tema delicato, nelle strutture assistenziali, come ha evidenziato Vinciguerra di Anaste, ma più in generale per tutta l'hospitality. Ma ridurre il rischio infettivo significa anche garantire la salubrità dell'aria. Come ha sottolineato Borgognoni, la formazione, in un settore ancora poco conosciuto come quello dell'igiene aeraulica, riveste un ruolo decisivo. Il delicatissimo compito di operare per garantire una buona qualità dell'aria non può che essere svolto da un professionista preparato e certificato, capace di utilizzare le più sofisticate tecniche e tecnologie. In questo, Aiisa si dimostra sempre molto attiva, con iniziative specifiche destinate alla crescita professionale dei propri associati. Importante in tutto ciò è anche il ruolo di fabbricanti e distributori di prodotti, macchine e sistemi per la pulizia professionale, messo in risalto da Marinoni.

Concentrati sulla pulizia



soluzionegroup.com

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 2.2
THE SMART SHOW

23-25
Maggio
2017

Siamo presenti presso il
PAD. 6 - STAND C8/3



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

Bettari DETERGENTI
CONCENTRATI SULLA PULIZIA

7-8 March 2017

Centro Congressi
Milanofiori
Milano, Italy

www.h3i.eu



Household, Industrial & Institutional Ingredients

A scientific and technical event for formulators and developers of household and industrial cleaning products.

A unique platform to:

- Find everything you need to create and bring the next generation of cleaning products to market.
- Discover new and existing scientific and technical methods and procedures.
- Network with exhibitors offering hundreds of ingredients and formulation services.

H3I: LAVARE OGGI! LA PULIZIA DOMESTICA E INDUSTRIALE TRA INNOVAZIONE E REGOLAMENTAZIONE
H3I: WASHING TODAY! THE HOME AND INDUSTRIAL CLEANING BETWEEN INNOVATION AND REGULATIONS

HIGHLIGHTS:

Parte regolatoria/regulation:

IL MERCATO LAUNDRY E CLEANING OGGI E PROSPETTIVE A MEDIO TERMINE
THE LAUNDRY AND CLEANING MARKET TODAY: PERSPECTIVES IN SHORT TERMS

SICUREZZA - LA CORRETTA COMUNICAZIONE AL CONSUMATORE
SAFETY- THE RIGHT COMMUNICATION TO THE CONSUMER

AGGIORNAMENTO REACH, CLP, BIOCIDI
REACH, CLP, BIOCIDES: UPDATING

ECOLABELLING IN EUROPA OGGI
ECOLABELLING IN EUROPE TODAY

LE INIZIATIVE VOLONTARIE PER IL SETTORE
THE VOLUNTEES INITIATIVES IN THE BUSINESS

LA CIRCULAR ECONOMY PER IL SETTORE
THE CIRCULAR ECONOMY IN THE BUSINESS

LE FRAGRANZE: AGGIORNAMENTI NORMATIVI
FRAGRANCES: LATEST UPDATE ON REGULATION

LAVAGGIO TESSUTI E PIATTI
CLEANING FABRICS AND DISHES:

IL DETERGIVO PER LAVATRICE-STATUS TRA INNOVAZIONE
THE DETERGENTS FOR WASHING MACHINES TODAY

IL DETERGIVO PER LA LAVASTOVIGLIE
THE DETERGENTS FOR ADW TODAY

LE MACCHINE LAVATRICI E I NUOVI DETERGIVI
THE WASHING AND THE NEW DETERGENTS

GLI INGREDIENTI
THE INGREDIENTS

TENSIOATTIVI
SURFACTANTS

BIO-SURFACTANTS
BIO-SURFACTANTS

GLI ENZIMI NELLE NUOVE FORMULAZIONI PER TESSUTI E LAVAGGIO PIATTI
THE ENZYMES IN THE NEW FORMULATIONS FOR FABRICS AND DISHWASHING

TECNOLOGIE DI PROCESSO OGGI
PROCESSING TODAY

IL PACKAGING: UN ELEMENTO CHIAVE DELLA FORMULAZIONE
PACKAGING AND DETERGENTS: A KEY ELEMENT IN THE FORMULATION

TESTING AND CLEANING: THE ESSENTIAL PARTNER FOR THE MANUFACTURERS CONSUMER

I&J TODAY AND TOMORROW

Supporters:



Media Partner:



Scientific programme organised by:



l'internet delle cose entra in albergo (e lo pulisce)

di Simone Finotti

Anche in hotel si parla ormai di Internet delle cose: e non solo per serrature, frigobar, prenotazioni e pagamenti. Si tratta anche di pulizia. Sempre di più, infatti, sono le strutture alberghiere in cui sono attivi robot o macchine per la pulizia intelligenti. Ecco cosa offre il mercato.

40
GSA
FEBBRAIO
2017

Ma ci pensate? Un albergo senza più fastidiose chiavi, o tessere magnetiche così comode e leggere ma proprio per questo così semplici da smarrire, con la sequela di disagi e malintesi che ben sappiamo. Tempo ci sarà (e per la verità in alcuni casi c'è già) in cui potremo aprire la nostra camera direttamente via smartphone, con il quale a suo tempo avevamo prenotato la stanza stessa; o accreditarci per il pagamento del soggiorno, con tanto di lista del frigobar che ci verrà caricata immediatamente sul conto, senza la trafila di oggi.

Anche per pulire!

Per non parlare della configurazione delle stanze, che potremo decidere e pre-impostare in tutti gli aspetti del layout, dall'illuminazione alle tapparelle, dalle tende alla temperatura dell'acqua della doccia o della vasca da bagno. Ma attenzione: quando si parla di Internet of things in hotel non ci si deve limitare al – seppur centrale – core business alberghiero, che naturalmente rimane la stanza e la qualità del servizio all'ospite. Ci sono tante altre operazioni che possono trarre giovamento dal dialogo fra oggetti e dall'uso di

big data. La pulizia, ad esempio, che quando si parla di qualità dell'esperienza alberghiera ha il suo bel ruolo! Negli ultimi anni il mercato si è evoluto a notevole velocità, e oggi sono molte le aziende pronte a fornire soluzioni all'avanguardia a un problema che, per gli alberghi, fa la differenza. La pulizia, infatti, in tutte le statistiche rappresenta uno dei primissimi aspetti considerati dai clienti, e investire in pulizia significa garantirsi un ritorno sicuro. In tempi di istantaneo tam tam in rete, infatti, le notizie (buone e cattive) girano in fretta. E poi chi ha detto che le nuove tecnologie sono più costose? Forse l'investimento iniziale lo è, ma si tratta di costi che si ripagano ben presto in termini non solo di immagine, ma anche di tempi ed efficacia del servizio.

La crisi ci ha messo del suo

D'altra parte, negli ultimi anni, anche lo scenario internazionale è mutato, e non poco. La crisi, ad esempio, ha spinto le aziende a una ricerca ancora più approfondita di soluzioni all'avanguardia che permettano di ottimizzare i tempi, di risparmiare e di rendere le nostre operazioni complessivamente meno impattanti. Tutto questo vale anche nel cleaning: ad esempio, per-

ché passare due volte dove è già pulito, o fare un viaggio, per un'assistenza tecnica, senza conoscere precisamente, già da prima, la natura dell'operazione che si deve compiere? Perché, ad esempio, sprecare detergente o avere attrezzature o macchine inutilizzate in un cantiere mentre, ad esempio, in un altro ce ne sono troppo poche? Perché sprecare tempo per inviare ricambi quando la diagnosi del guasto non è appropriata?

Per un cleaning connesso!

Un osservatorio sull'IoT, e più in generale sulla tecnologia applicata al cleaning, è **Connected cleaning di Kärcher**, con cui l'azienda tedesca ha sviluppato un portfolio prodotti digitale in cui tutti gli elementi collaborano armoniosamente. Il sistema Kärcher è un passo decisivo verso l'interconnessione del futuro: Connected cleaning è una soluzione innovativa per la gestione del parco macchine per la pulizia e della pulizia manuale. Il Kärcher Fleet ed il Kärcher Manage, inseriti in un'unica piattaforma, sono progettati come singole unità che lavorano bene individualmente ed in connessione l'una con l'altra. Il login e l'interfaccia sono le stesse, quindi l'utente ha accesso alla panoramica centrale: pulizia manuale





e macchinari, luoghi e stanze da pulire, pianificazione, statistiche, assistenza: tutta l'infrastruttura è contenuta in un solo software. Le possibilità del Connected Cleaning sono illimitate. Tutta la giornata lavorativa potrà iniziare e finire in autonomia senza imprevisti, si adatterà alle condizioni atmosferiche della giornata e al numero delle persone presenti su ogni piano. Ottimale, insomma, per un albergo.

Pulizia smart e hands free... anche al buio!

Fra le novità più interessanti degli ultimi tempi ci sono anche le soluzioni robotizzate **Intellibot** di **Sealed Air div. Diversey Care – Taski**. Queste macchine ultramoderne, frutto dell'acquisizione dell'azienda americana Intellibot Robotics LLC, pioniera nello sviluppo di soluzioni di pulizia robotizzate, consentono una pulizia hands free, senza operatore vicino alla macchina, e sono studiate per ridurre il costo del lavoro accrescendo, al contempo, la produttività. Il loro uso, inoltre, permette la drastica riduzione di acqua e prodotti chimici, e la loro straordinaria capacità di lavorare al buio abbatta i costi dell'elettricità (sembra una sciocchezza, ma non lo è) consentendo di lavorare a tutte le ore e in ogni condizione.

Tre macchine, un'unica intelligenza artificiale

Tre, allo stato attuale, sono le macchine sviluppate da Intellibot: **HydroBot**, una lavasciugapavimenti automatizzata per le superfici dure; **DuoBot**, lavasciuga-spazzatrice per superfici dure;

AeroBot, aspiratore automatizzato per pavimenti coperti da tappeti o moquette. Più di due centinaia di queste macchine, che si presentano alla vista come futuristici robottini lavatutto, sono già in uso in tutto il mondo. Il controllo avviene attraverso un touchscreen programmabile basato su icone user friendly. In effetti queste macchine hanno, tra i loro principali pregi, quelli di consentire all'operatore un rapido passaggio fra le varie modalità di utilizzo: dalla classica pulizia manuale alla moderna hands free. Grazie ai 19 sensori posizionati in diversi punti della macchina, quest'ultima è in grado di vedere a 360° evitando ostacoli (anche umani) e cambiando direzione, fino a pulire le superfici con una velocità fino a 10mila piedi quadrati/ora (oltre 900 metri quadrati). Quasi inutile sottolineare la varietà di ambienti in cui questi robot possono operare. Internet of Clean™ è un'espressione programmatica lanciata da Diversey proprio per segnare un passo importante verso un uso dell'Internet delle Cose applicato al cleaning.

Non di soli robot vive il futuro

D'altra parte, penseranno in molti, la robotica al servizio della pulizia è già entrata nelle nostre case da diversi anni. Ma qui siamo sul versante professionale, dove tutto è più complesso e le prestazioni devono essere affidabili al 100%. E poi non si tratta solo di robot: immaginiamo, ad esempio, un ascensore che sa esattamente quante persone salgono e scendono e a quale piano. Questa sarebbe un'informazione preziosissima per elaborare un

piano di pulizia più preciso, no? Qualcosa di simile c'è già negli alberghi o nelle meeting room, grazie a software che sono in grado di pianificare l'occupazione delle stanze e aiutare così le operazioni di pulizia e rifacimento. E perché non applicarla, ad esempio, ai dispenser di acqua o alle macchinette del caffè? In generale, tutte le attività manutentive potrebbero essere in questo modo guidate e pilotate attraverso oggetti in dialogo fra loro. Un altro esempio, stavolta forse più immediato, potrebbe essere rappresentato da oggetti o ambienti in grado di comunicare quando devono essere puliti, in modo da ottimizzare le operazioni riducendo costi e impatti.

Una memoria intelligente

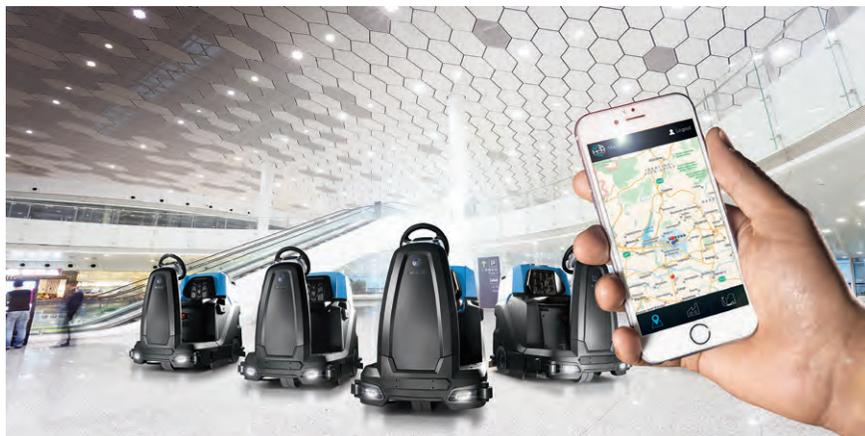
Intanto sono giunte ormai alla terza generazione le soluzioni robotiche **Cleanfix**, un marchio già conosciuto in Italia, dove è distribuito da Ica System. Dopo **Robo40** e **Robo2**, ecco l'ultimo nato: **RA 660 Navi**, sviluppato per facilitare e migliorare il lavoro dei professionisti nel mondo delle pulizie: è in grado infatti di pulire le superfici in modo autonomo, letteralmente imparando il percorso ottimale e lavorando con grande efficacia. Il robot RA 660 NAVI è adatto alla pulizia accurata di grandi corridoi, supermercati, centri commerciali, magazzini, ingressi e ampi spazi. Dotato di un sistema di navigazione, tre spazzole e una barra di aspirazione curva, analizza l'ambiente circostante e i contor-



ni perimetrali della stanza o dell'ambiente da pulire ed elabora un percorso autonomo in modo da ripulire tutta la superficie interna, compresi gli angoli più stretti. Unico nel suo genere, ha tra i suoi punti di forza una riduzione fino al 70% dei costi di pulizia.

Un asset manager per avere tutto sotto controllo

Anche **Tennant** dice la sua nel campo della tecnologia di ultima generazione. In questo caso, però, non si parla di macchine, ma di un innovativo asset manager: **Iris**, un centro di comando intelligente che permette di gestire la flotta di macchine attraverso molteplici cantieri. La macchina si interfaccia con un portale e diventa in grado di fornire giornalmente dati sul suo stato di funzionamento, fornendo al cliente una visione d'insieme delle sue attività di cleaning. In questo modo si aiutano i clienti ad avere una pianificazione più precisa ed efficace delle loro operazioni di pulizia, e ottenere risultati misurabili. Infatti consente di dare ai clienti, anche in remoto, la più completa visibilità dell'attività delle macchine, della loro collocazione e dell'utilizzo degli equipaggiamenti. La tecnologia Iris, inoltre, può aiutare nella gestione delle criticità attraverso un pc, un tablet o un laptop,



semplicemente connettendosi al portale My Tennant che offre informazioni chiare e dettagliate giorno per giorno. Dove sto perdendo denaro a causa di una cattiva gestione delle macchine? Come posso aumentare la mia produttività? Il mio cantiere è produttivo come gli altri? L'asset manager è in grado di fornire risposte a queste e a molte altre domande, e a migliorare il business dell'impresa attraverso un apposito Improvement cycle che comprende monitoraggio, allerta, identificazione e miglioramento. Il sistema è disponibile per 19 macchine Tennant in 9 Paesi nel mondo.

Il come, dove e quando del pulito

Sulla stessa lunghezza d'onda si è indirizzata **Fimap**, con **FFM**, ovvero

Fimap Fleet Management, il nuovo servizio sviluppato da Fimap per aiutare i professionisti del settore a migliorare le prestazioni della propria flotta. Tramite un qualsiasi dispositivo, computer, smartphone o tablet è possibile visualizzare in tempo reale un quadro completo dello stato di ogni macchina che compone la flotta. Esso permette a chi gestisce un'attività che utilizza una flotta dislocata in diversi cantieri di sapere tutto ciò che accade, come fosse presente. FFM traduce i dati raccolti in preziose informazioni per migliorare esponenzialmente la qualità del servizio offerto. È possibile sapere se l'attività prevista si sta svolgendo nel luogo e nei tempi stabiliti, se sono necessari interventi straordinari e per quando è pianificato il successivo tagliando di manutenzione. Lo stato di salute della flotta viene quindi costantemente monitorato, ed in caso di guasto improvviso si può sapere subito la tipologia di assistenza necessaria e dove è richiesto l'intervento, riducendo drasticamente tempi e costi dovuti al ripristino dell'operatività della macchina. Una gestione attenta permette di contenere gli imprevisti, evitare i fermi macchina e avere una flotta sempre pronta a portare a termine l'obiettivo. L'ottimizzazione organizzativa consente di sfruttare a pieno tutte le potenzialità della propria flotta facendo fruttare al massimo l'investimento.

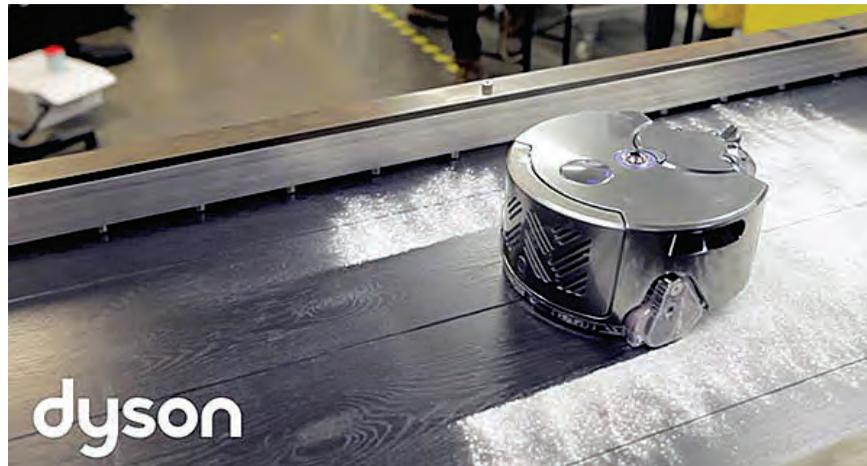


L'aspiratore semiprofessionale che funziona con un'app

Un'altra grande novità entrata nel mercato riguarda **Dyson**, la celebre azienda britannica produttrice di aspiratori. Si tratta di **Dyson 360 Eye** ed è un robot che dispone di una telecamera capace di riprendere fino a 30 fotogrammi/secondo. E' il punto d'arrivo, pensate, di oltre 16 anni di ricerca e del lavoro di 200 ingegneri e progettisti. Il nome "eye" (occhio, in inglese) richiama la presenza di una telecamera interna in grado di guardare l'ambiente circostante. L'altra importante innovazione riguarda la modalità di gestione, possibile anche attraverso una applicazione mobile, per iOS e Android, grazie alla quale è possibile impostare un programma di pulizia singolo o ricorrente con la semplice pressione di un pulsante. Tutto questo non va certo a discapito delle caratteristiche tecniche: il robot, che pesa poco meno di 2 kg e mezzo, ha una capienza fino a 0,4 litri di polvere e sporco ed è alimentato dal motore digitale Dyson V2 ad efficienza energetica e utilizza la tecnologia Radial root cyclone, per separare la polvere e lo sporco, catturando particelle fino a 0,5 micron. Quando l'autonomia sta per terminare, è il robot stesso a ritornare autonomamente alla base di ricarica. Pensato più per applicazioni domestiche, il robot può essere un'ottima soluzione anche per le pulizie semiprofessionali in ambienti ridotti.

Antennine beacon... anche per i carrelli

Ma le potenzialità della rete non si esauriscono qui: anche le attrezzature sono toccate dai nuovi trend. Una delle aziende più lungimiranti in questo senso è **Falpi**, che ha lanciato il sistema "**CollegaMe**", una tecnologia "beacon-based" che sbarca anche nel mondo del cleaning. Il sistema CollegaMe utilizza una piattaforma informatica in cloud attraverso la quale l'utente abilitato può monitorare



in tempo reale la posizione e i movimenti di un dispositivo mobile tablet o smartphone e comunicare attraverso una connessione dati 3G. CollegaMe è utilizzabile in ambiti ove non sia possibile l'utilizzo del sistema GPS quali ambienti chiusi o su più livelli. Pensato per il settore del cleaning professionale consente, con un ridotto investimento, la localizzazione dei carrelli di pulizia in diversi ambiti e l'individuazione dell'area ove viene svolto il servizio in tempo reale. Il sistema facilita il lavoro di tutti i giorni: l'operatore, infatti, può utilizzare il sistema per inviare segnalazioni di guasti e altre informazioni utili per la gestione delle manutenzioni. L'utilizzo di CollegaMe viene concesso sulla base di un canone annuale o legato alla durata della commessa. I dispositivi necessari per il funzionamento del sistema (trasmettitori Beacon, Tablet o computer) sono tutti reperibili sul mercato direttamente dall'utilizzatore, e sono tutti compatibili. Si tratta di un modo intelligente e moderno per avere a disposizione i piani di lavoro, le schede di sicurezza dei prodotti, comunicare con l'azien-

da e inviare e ricevere informazioni in tempo reale: tutto questo per offrire un servizio migliore in totale sicurezza. La compatibilità di CollegaMe con i dispositivi disponibili sul mercato rende il sistema particolarmente flessibile e di facile ed economica implementazione.



quelle moquette così belle e difficili (da pulire)

di Antonio Bagnati

Alla scoperta delle giuste tecniche per lavare la moquette, un rivestimento ancora molto presente negli hotel, ma soprattutto un vero osso duro da pulire.



Comfort, eleganza, comodità e calore. Ma anche... grande attenzione quando si tratta di pulirla. E' la moquette, bella ma difficile da trattare e, peraltro, presentissima in molti alberghi. Prendere sottogamba la sua pulizia è un errore di cui non si tarda a pagare le conseguenze. In termini di immagine, certo. Ma anche di portafoglio: non pulire bene oggi significa dover sostituire domani. Senza contare le recensioni insoddisfatte dei clienti, che sono sempre lì, a incomberne come una spada di Damocle sui sonni di ogni albergatore.

Piacevole e... difficile

Comoda e piacevolissima, la moquette garantisce al contempo eleganza, comfort e calore. Chi di noi, in albergo, non l'ha almeno una volta benedetta quando, uscendo dal bagno a piedi nudi, è stato accolto dalla tiepida morbidezza del soffice manto tessile? E cosa può sostituire, in termini di eleganza e signorilità, una bella moquette ben tenuta? Come ogni buona cosa, tuttavia, anche la moquette può mostrare ben presto il suo... lato oscuro. Proprio in virtù della sua particolare conformazione, infatti, può facilmente divenire ricettacolo per ogni tipo di sporcizia, e costituisce per tale ragione una delle superfici più a rischio. A farne fede è l'impressione di sporco e cattiva manutenzione che suscita in

tutti noi l'immagine di una moquette mal tenuta, ingiallita per il tempo e la polvere e magari pezzata da macchie di vecchia data mai totalmente rimosse. Che voto daremmo a un hotel che ci presentasse una moquette così?

Conoscerla per pulirla meglio

Ebbene, affrontare il problema moquette significa entrare in un universo variegato, in cui districarsi e fare chiarezza non è semplice. Gli operatori che si trovano a dover eseguire la pulizia di una moquette non possono non possedere alcune conoscenze di base relative a queste difficili superfici. A partire dalle sue parti costitutive.

La base

Le moquette sono costituite essenzialmente da due parti: una base o supporto, vale a dire l'armatura del rivestimento entro la quale si innesta la parte superficiale. Questo supporto può essere in fibre naturali o sintetiche, disposte a trama o a ordito. Tra i materiali più comuni per i supporti di moquette si annoverano la juta, la combi-

nazione juta-pvc, la juta spalmata, la fibra sintetica, la schiuma di gomma sintetica o naturale.

Il velour

Sul supporto è fissato il cosiddetto velour, vale a dire la parte superficiale, che a seconda della lavorazione può presentarsi in maniere diverse: velluto, shag o velluto corto, velluto riccio, ondulato (con altezza del pelo diversa da zona a zona), feltro agugliato, fiocato, agugliato verticale. I velour si distinguono, quanto al materiale con cui sono costituiti, in velour naturali e artificiali: tra i naturali occorre distinguere inoltre tra velour a fibre di origine animale, come ad esempio la lana, e vegetale, come cotone, cocco, sisal (fibra ottenuta da foglie di agave). Gli artificiali possono essere in poliammide, acetato, nylon o polipropilene.

Il trattamento

Un altro aspetto importante da considerare è quello relativo al trattamento della moquette in relazione alle fibre con cui è costituita. Le fibre natu-

rali, sia animali sia vegetali, sono dotate nella quasi totalità dei casi di un supporto in juta che, se eccessivamente bagnato, può restringersi o rilasciare il colore.

La delicatezza della lana

Tra le fibre animali spicca la lana che è un materiale piuttosto delicato al lavaggio: le moquette in lana, molto belle, naturali e comodissime, temono però le temperature superiori a 40°, oltre le quali diventa concreto il rischio di infeltrimento; temono i detergenti alcalini, l'ammoniaca e la candeggina che ne alterano o modificano il colore; mediocre è la loro resistenza all'azione meccanica, il che le rende pulibili solo con spazzole idonee; si lavano con prodotti delicati e per la smacchiatura è consigliato il sistema di shampooatura a secco.

Le fibre vegetali

Cotone, cocco e sisal sono fibre vegetali. Tra le caratteristiche più apprezzate c'è da ricordare la resistenza all'usura, che ne allunga la vita e le buone condizioni. Discreta è anche la resistenza all'azione meccanica, anche se molte moquette possono restringersi e sbiadire se sottoposte a trattamenti di lavaggio inadeguati. Ancora una volta, è preferibile lavarle con shampooatura a secco, anche se nel concreto questo non è l'unico metodo impiegato.

Le fibre sintetiche

L'odore acre e pungente delle fibre, se bruciate, caratterizza le moquette in fibra artificiale, che tra le qualità positive che ne determinano la scelta hanno l'ottima resistenza all'usura e l'insensibilità all'acqua ad alte temperature. V'è da dire però che tali fibre, proprio per la loro natura sintetica, tendono ad accumulare l'elettricità statica e sono molto sensibili ai coloranti in soluzione alcolica, come pennarelli e inchiostri. Le macchie così prodotte



diventano indelebili nel giro di un paio d'ore. Per ciò che riguarda la pulizia, tali superfici risultano essere poco sensibili agli acidi e alle basi deboli e si possono lavare senza problemi indifferentemente con il metodo a iniezione/estrazione e con la shampooatura a secco o a umido.

Il lavaggio: per ogni metodo, i giusti strumenti

Tra i metodi di pulizia più utilizzati per le moquette, la shampooatura ad umido occupa senz'altro un posto di rilievo. Essa infatti permette, se effettuata con i giusti strumenti, di coordinare, ottimizzandoli, tutti e quattro i parametri determinanti nelle operazioni di pulizia: temperatura, tempo di contatto, azione chimica e azione meccanica.

La shampooatura

La shampooatura a umido si basa sull'azione chimica della schiuma, generata all'interno di un apposito generatore e stesa sulla moquette con una spazzola shampooatrice, a rullo,

che ruota nel senso della moquette e quindi non ne compromette l'orientamento del pelo. Importante è quindi il fattore meccanico dato dall'azione di spazzolamento esercitata dalla spazzola. Il lavaggio, previa aspirazione, avviene anche con una monospazzola munita di serbatoio. Questo sistema prevede un lungo tempo di asciugatura della superficie, quantificabile in almeno otto ore. Per non bagnare eccessivamente la moquette, riducendo quindi il tempo di asciugatura, c'è la cosiddetta shampooatura a secco, da effettuare, sempre previa aspirazione, con monospazzola equipaggiata con compressore e spazzola. In questo sistema la pulizia è effettuata con la cosiddetta "schiuma secca".

Iniezione-estrazione

Tra gli altri sistemi, è da ricordare quello a iniezione-estrazione. Prima di iniziare la pulizia è raccomandabile effettuare un pre-spray della moquette con un prodotto chimico concentrato. Si effettua con un atomizzatore e un detergente per moquette, con l'impiego eventuale di un antischiuma. Dopo aver proceduto all'aspirazione, si distribuisce la soluzione detergente con l'atomizzatore insistendo nei punti più sporchi e macchiati. Quindi si lascia agire per 5-10 minuti e si lava con una macchina ad iniezione-estrazione regolando spazzola e flusso d'acqua. Se la moquette ha subito precedenti shampooature, si può prevedere l'impiego di antischiuma. Inoltre va precisato che la soluzione detergente può essere distribuita e lavorata direttamente dalla macchina iniezione/estrazione munita di spazzola rotante nella fase del lavaggio, e non prima con atomizzatore. Al termine del lavaggio, occorrerà comunque, in ogni caso, lisciare in modo uniforme la moquette, verificare sempre la tenuta del colore su

ogni tipo di moquette, prestare attenzione per il lavaggio iniezione/estrazione su superfici di lana con fondo in juta. Su questo tipo di macchine si sono fatti molti passi avanti grazie alla tecnologia che ha permesso di passare dalla pulizia di pochi metri quadrati/ora fino a 500 mq./ora.

Il metodo "Bonnet"

Per le moquette, soprattutto quelle in lana che non vengono lavate con il metodo ad iniezione/estrazione, c'è il sistema Bonnet, che richiede una monospazzola munita di disco trascinatore e cuffia/disco di cotone (o aspirapolvere-battitappeto quando si usa smacchiatore a secco in polvere). Come prodotto, è ottimo un detergente liquido per moquette o uno smacchiatore a secco in polvere. La procedura è semplice: vaporizzare o distribuire il prodotto uniformemente sulla moquette, procedendo per piccole zone, e lavorare la superficie con monospazzola avendo cura di sostituire con frequenza il disco/cuffia di cotone.

La perfetta smacchiatura

Come si è detto, anche le macchie sono tra i principali nemici di una bella moquette. Sono antiestetiche e spesso anche ostinate. Proprio per questo lo



strumentario di cui dotarsi in fase di smacchiatura è articolato. Comprende aspiraliquidi, secchio, spatola, carta, spugna; inoltre è necessario dotarsi di uno smacchiatore a base solvente per macchie a base grassa; schiuma secca o detergente efficace sulle macchie a base acquosa; e ancora, per quel particolarissimo tipo di macchie costituito dai chewing-gum, non si potrà fare a meno di un prodotto specifico per il distacco dei medesimi dalla superficie.

Primo step: lavorare sul grosso della macchia

Un primo passo nell'asportazione della macchia prevede che si lavori sul grosso della macchia raschiando con una spatola in caso di macchie solide, o tamponare con carta assorbente in caso di macchie liquide. Se è possibile determinare la natura della macchia, occorrerà procedere con il prodotto adeguato. Lo spray a base solvente si spruzza e, una volta disciolto lo sporco, bisogna assorbito con carta ripetendo eventualmente l'operazione. Se si utilizza un detergente non schiumogeno si dovrà versare direttamente il prodotto diluito sulla macchia, e contemporaneamente aspirare con la bocchetta dell'aspiraliquidi. Per i prodotti a schiuma secca, spruzzare e la-

sciare agire alcuni secondi, poi strofinare con spugna da risciacquare con frequenza. Se, al contrario, non è nota la natura della macchia, è consigliabile spruzzare prima il solvente, quindi ricoprire la parte di tessuto con la schiuma secca. Dopo alcuni minuti di azione, strofinare con una spugna che si avrà cura di sciogliere con frequenza.

Il temutissimo chewing-gum

Per le gomme da masticare, che come è noto sono tra i pericoli numero uno per chi pulisce, si possono usare prodotti a base di solventi o prodotti congelanti. Entrambi si devono spruzzare sulla macchia, ma i primi si rimuoveranno con un raschietto previo qualche minuto d'azione. Per i secondi, che agiscono sul principio del congelamento dello sporco, sarà necessario rompere il chewing-gum con una spatola e agire immediatamente con un aspiratore per evitare che, una volta tornato allo stato originario, si riattacchi alla moquette. In tutti i casi, procrastinare l'intervento e lasciare invecchiare lo sporco è deleterio, poiché col tempo lo sporco si consolida e diventa sempre più difficoltoso eliminarlo. Ciò a maggior ragione quando si ha a che fare con un rivestimento così bello e delicato come la moquette.



GSA News

VISITA IL NOSTRO

GSA News www.Cleanpages.it Trova ora i migliori dealer sul territorio nazionale

ANNUARIO 2016/2017
DEI FORNITORI PER LA PULIZIA PROFESSIONALE

IGIENE URBANA SANITÀ DISINFESTAZIONE INDUSTRIA & GDO HOTEL & CATERING IMPRESE & DEALERS FACILITY MANAGEMENT PMI

Home Articoli News Eventi Dal Mercato Giovedì 23 febbraio 2017

PRIMO PIANO

IMPRESSE & DEALERS

Rinnovo CCNL Multiservizi: interrotto il confronto

23 febbraio 2017

Il 20 febbraio le parti firmatarie del CCNL Multiservizi si sono incontrate per definire il possibile accordo di rinnovo del contratto collettivo scaduto ad aprile del 2013. L'incontro avrebbe dovuto creare le condizioni per addivenire alla conclusione del negoziato dopo che il lungo confronto tra le parti aveva visto un progressivo avvicinarsi delle posizioni che aveva portato ad un pacchetto...

ANIP CONFEDERAZIONE COOPERATIVE SERVIZI ASCI SERVIZI UNISERVIZI SERVIZI

INVITO - TAVOLA ROTONDA

8 marzo 2017
ore 9,30-12,30
presso Sala Seminari
NH Centro Congressi Milanofoori, Assago (MI)

Certificazioni ambientali di prodotto: una opportunità di mercato?

organizzatore **punto 3** media partner **GSA**

NEWS

IGIENE URBANA

La nuova generazione Scania si aggiudica il premio Sustainable Truck of the Year 2017

23 febbraio 2017

Consumi ridotti del 5% grazie alle innovazioni apportate alla catena cinematica e a un'aerodinamica ulteriormente migliorata, il possibile impiego di carburanti alternativi, il nuovo Opticruise, sistemi di frenata ancora più avanzati, la maggior visibilità alla guida e i primi airbag laterali a tendina su veicoli industriali sono alcune delle caratteristiche...

ARTICOLI

DISINFESTAZIONE

Abituarsi allo sviluppo: le prospettive possibili e positive del servizio di pest control

23 febbraio 2017

(Tratto da GSA n.1, gennaio 2017)
Siamo ormai abituati, nel nostro Paese, ad affrontare i problemi delle ricorrenti crisi economiche, occupazionali e commerciali, con molte analisi e discussioni, ma quasi sempre limitandoci alle critiche ed...

HOTEL & CATERING

Robin Hood, il ristorante solidale

23 febbraio 2017

Al ristorante Robin Hood di Madrid ogni sera a cena 100 persone possono avere un pasto assicurato grazie alle quote pagate dai normali clienti del ristorante a colazione e a pranzo. Insomma, un modo per togliere ai ricchi e dare ai poveri. L'apertura del ristorante Robin Hood si deve al...

IMPRESSE & DEALERS

Osservando cosa accade all'estero...

20 febbraio 2017

FOCUS

Tork Reflex Grazie a Reflex™

MAGAZINE ONLINE

A PULIRE NETWORK MEMBER

PULIRE 2.2
THE SMART SHOW

OLTRE LE ASPETTATIVE

VERONA 23-25 MAGGIO 2017


afidamp
SERVIZI srl

Fiera Internazionale della
Pulizia Professionale


VERONAFIERE

PULIRE-IT.COM

RCM ricorda Valeriano Zoppetti

Il 29 gennaio scorso, durante un volo su di un ultraleggero, Valeriano ci ha lasciato.

RCM lo ricorda come una delle figure centrali dei cinquant'anni che si accinge a celebrare. È stato lui a portare e sviluppare in RCM la cultura della lavasciuga facendola diventare un punto di forza dell'azienda. Dal 1998 al 2002 ha condiviso la direzione tecnica a Casalbo per poi passare a dirigere la Filiale RCM di Milano.

I suoi amici, i suoi colleghi, la famiglia Raimondi tutta l'RCM lo ricordano come la persona tanto sensibile e appassionata d'animo che era, quanto schiva e modesta, appariva.

RCM S.p.A



Tissue World Milan 2017



Quest'anno Milano ospiterà il Tissue World 2017 dal 10 all'12 aprile a Fieramilanocity. Si tratta della più grande esposizione al mondo specificamente dedicata al settore della carta.

Tissue World, con cadenza biennale, si è svolta la prima volta a Nizza nel 1993 e le ultime due a Barcellona. Nel 2015 hanno partecipato 2.589 delegati di cui 1.561 visitatori da oltre 89 paesi, con 180 espositori.

Evento veramente globale, la fiera attira i principali professionisti del settore della carta nel mondo, che si riuniscono per vedere le ultime novità e conoscere i progressi tecnologici nella produzione del tissue. Tissue World fornisce contenuti preziosi e opportunità di networking uniche per gli acquirenti e per i decision makers.

[\[www.tissueworld.com/milan\]](http://www.tissueworld.com/milan)

Scegli il servizio!

Viviamo nell'era in cui tutto è automatizzato e si è sempre alla ricerca di nuove tecnologie all'avanguardia.

Nel settore del cleaning sono comparse le prime "lavasciuga-ROBOT", nelle nostre case si aggirano tutti i giorni piccoli ed efficienti robot che ci aiutano a tenere pulito. Apparentemente, il nostro mondo quotidiano, sta andando sempre più verso l'automatizzazione, e pare che l'opera dell'uomo serva sempre meno, ma in realtà non è così. Qualsiasi macchina si utilizzi, anche le più tecnologicamente all'avanguardia, necessita, sempre, della cura di un tecnico che effettui la corretta manutenzione o la ripari quando necessario. Il buon funzionamento di una lavasciuga, piuttosto che una spazzatrice, dipende certamente da come è stata costruita, ma dipende, altrettanto certamente, da come è stata riparata e manutenzionata nel corso della sua vita, che potrà essere più o meno lunga anche in funzione di questi interventi. Per questo motivo nel 1986 è nata ASSMO acronimo di "assistenza motoscope", azienda dedicata appunto ai servizi, che si può considerare una "costola" di RCM. Il mercato del cleaning, oggi offre macchine lavasciuga e spazzatrici sempre più simili



tra loro, colori a parte. Appena un produttore riesce, con grande fatica progettuale, a scovare qualche novità, subito tutti gli altri si affrettano ad imitarlo e questo provoca una serie di prodotti, con caratteristiche tecniche molto simili. Un discorso a parte, invece, meritano la qualità delle macchine e il servizio. RCM, attraverso ASSMO, già da molti anni, investe, grandi energie su questo fronte. ASSMO, che ha festeggiato i suoi 30 anni di attività, dispone di circa 15 tecnici altamente specializzati per l'assistenza delle macchine RCM e di altri marchi, ha circa 300 macchine a noleggio in tutta Italia, oltre ad un grande parco sempre disponibile, e può offrire una grande varietà di macchine usate, perfettamente revisionate a prezzi davvero interessanti.

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

49
GSA
FEBBRAIO
2017

AlphaSplit: massima ergonomia, minimo ingombro... nel rispetto dell'ambiente!

Filmop è da sempre in prima linea a favore del riciclo delle materie prime,

progettando sistemi che permettano una raccolta differenziata più semplice ed efficace. AlphaSplit è l'unico carrello sul mercato personalizzabile fino a 8 diversi scomparti: in un'unica zona raccolta è possibile ricavare lo spazio giusto per ogni tipo di rifiuto.



Esperienza

Competenza

Affidabilità

Papalini Spa
Specialisti per servizi su misura

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

800-017129

L'impegno di Filmop per la salvaguardia delle risorse ambientali è facilmente riconoscibile grazie all'importante certificazione PSV – Plastica Seconda Vita: come tutta la linea Alpha, anche i carrelli AlphaSplit sono realizzati con plastiche di riciclo, derivanti da fornitori selezionati e certificati.

Inoltre, i più recenti modelli AlphaSplit sono progettati per organizzare al meglio gli spazi e concentrare in soli 86x58 cm le principali operazioni di pulizia: raccolta, lavaggio e stoccaggio. Grazie all'innovativo portasacco 90 L con cassetto inferiore estraibile, l'efficacia di un carrello multifunzione si coniuga ai vantaggi di un ingombro minimo, adatto anche agli ambienti più ristretti.

Ma non solo: per migliorare la postura di lavoro è possibile accessorizzare i carrelli della linea Alpha con una innovativa maniglia di spinta ergonomica. Dotata di due snodi a pulsante che in un click regolano l'articolazione a 180°, la nuova impugnatura permette di scegliere la posizione ideale secondo la specifica altezza dell'operatore.

www.filmop.com

Sede Centrale

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

Succursale Area Nord Ovest

Via Roberto Lepetit, 8/10
20124 Milano (MI)
Tel. +39 02 00696434
Fax +39 02 00696301
milano@papalinispa.com

Succursale Area Nord Est

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

Succursale Area Centro Tirrenica

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

Succursale Area Sicilia

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



Spazio Verde specialista della raccolta differenziata

Spazio Verde International è un'azienda specializzata a 360 gradi nelle tecnologie per l'ambiente e contenitori per la raccolta differenziata, da oltre 25 anni. Funzionalità e design sono le due parole d'ordine. Obiettivo: "arredare ogni ambiente" con soluzioni piacevoli alla vista, moderne e innovative ma anche estremamente funzionali. Una gamma completa di prodotti studiata per effettuare una corretta raccolta differenziata. La linea Nexus, soddisfa le esigenze di qualsiasi ambiente lavorativo. Le isole ecologiche che si andranno a creare potranno essere composte o da una serie di cestini aventi ognuno un tipo di raccolta per rifiuto, come ad esempio il Nexus 30, oppure da un cestino con divisori interni, come il Nexus 130 trio: una ve-

ra e propria isola ecologica compatta. Con un unico contenitore è possibile effettuare tre diverse raccolte, disponibile anche trasparente, per monitorare il contenuto in luoghi rischiosi con grande affluenza. L'azienda fornisce anche cestini con coperchio a pedale, per cucine, mense e ristoranti. Per le aree pausa caffè c'è la serie cup bank: contenitori con serbatoio per i liquidi di scarto, per una corretta raccolta dei bicchierini di plastica. DURAPOL® il materiale dalle sorprendenti qualità è il punto di forza dei prodotti dell'azienda: un derivato del polietilene, brevettato, che non scolora, resiste agli urti e agli atti vandalici, facile da pulire e soprattutto rispetta l'ambiente!

[www.spazioverde.com]

More Eco More Smart, la mission di Rubino Chem

Rubino Chem, sul mercato da oltre 50 anni, è una delle più longeve realtà del settore in Italia. Per questo motivo tutte le decisioni strategiche aziendali sono in un'ottica di sostenibilità di lungo periodo. In questo contesto, il ruolo delle tecnologie ecologiche e smart sono fon-



damentali. Luigi Rubino, CEO di Rubino Chem ci spiega "Il consumatore è sempre più attento a ciò che acquista e alla qualità dei prodotti che sceglie, grazie alle nuove tecnologie oggi è possibile dare risposte concrete a tutela del consumatore, consentendogli di avere un prodotto flessibile evitando gli sprechi". Con il nuovo smart packaging, sono garantite nuove e più agevoli condizioni di uso e di consumo dei prodotti e, di conseguenza, più vantaggi per il consumatore. L'azienda ha creato una intera linea di prodotti altamente performanti ed ecologici che soddisfano le aspettative dell'utilizzatore permettendogli di acquistare solo la parte attiva del detersivo, eliminando l'acqua. Con pochi e semplici gesti di diluizione si otterranno prodotti finiti pronti per l'uso. Molti i vantaggi di questa soluzione: minor costo di acquisto, ecologia del prodotto e dell'imballo e versatilità.



[www.rubinochem.it]

STI, l'orgoglio del made in Italy

STI srl nasce dall'esperienza ventennale della Famiglia Passuello nel settore della pulizia a vapore, è un'azienda dinamica che sta conquistando il mercato europeo ed extra-europeo. L'altissima qualità dei prodotti è garantita da una produzione 100% *made in Italy* eseguita presso lo stabilimento di Fara Vicentino.

È leader nella realizzazione di macchine per la pulizia a vapore e offre una gamma molto ampia: dalle più semplici ed economiche per l'utilizzo domestico, per pulire e disinfettare bagni, cucine, materassi, a quelle più complesse e potenti per l'uso industriale uti-

lizzate in bar, ristoranti, palestre, hotel, maccellerie, aziende di catering. Il vapore è uno strumento efficace nell'uccidere acari della polvere ed eliminare sporcizia, muffa e altri agenti contaminanti da una varietà di superfici in pochi secondi. Con i macchinari STI pulizia ed igiene sono assicurati, garantendo un grande risparmio di tempo e denaro. Tra i best-sellers della linea domestica c'è il modello QUEENVAP che coniuga un design accattivante ad elevate prestazioni e si dimostra essere l'alleato perfetto nelle pulizie giornaliere di diversi ambienti, grazie anche al FiltroVap brevettato da STI. Nella linea professionale molto apprezzata è la COMBY 3500: completa di aspiratore integrato, caldaia a ri-



carica automatica e funzione detergente. Grazie al suo vapore a 180°C può eliminare in pochi secondi il 99% di batteri e con il potente motore di aspirazione asciuga perfettamente ogni superficie.

[www.stindustry.it]

Utili effetti collaterali

Ogni addetto ai processi produttivi delle filiere alimentari sa di dover combattere contro le incrostazioni derivanti da accumuli di grasso, proteine e amidi. L'esigenza è la rimozione di queste ultime dalle tubature, dalle

trappole per grasso, dalle fosse biologiche, per arrivare ai depuratori oltre all'eliminazione dei cattivi odori con l'effetto, non trascurabile, di un minor utilizzo degli autopurganti. E' inoltre statisticamente significativo l'effetto di diminuzione del grado di in-



festazione da scarafaggi riscontrato in più di una realtà in cui è stato utilizzato il binomio BIODUST abbinato a BE-2 esclusivo, unico e brevettato sistema proposto dalla Italsan. Il binomio BIODUST – BE2 è costituito da un erogatore elettronico automatico e programmabile e da una polvere anidra. In primo luogo si effettua la sottrazione del pabulum alimentare attraverso la fluidificazione e la rapida biodegradazione delle incrostazioni. Tali obiettivi si ottengono sia per l'azione aggressiva conseguente ai dosaggi consigliati durante l'azione d'attacco, sia attraverso un'attenta scelta degli orari di erogazione. Ma non è in questa fase che si riscontra il cockroach control, bensì nella fase di mantenimento, quando le incrostazioni sono eliminate e i liquidi defluiscono regolarmente. Interessante è notare che le segnalazioni sono cominciate a giungere in Italsan quando il sistema BIODUST & BE-2 è stato messo in opera da aziende di disinfestazione i cui tecnici sono sicuramente allenati a monitorare e stimare la presenza degli scarafaggi: in particolare parliamo della Blatta orientalis, ma in alcuni casi anche della Blattella germanica e in due casi della Periplaneta americana.

[www.italsan.it]

NUOVI!



die saubere Lösung

AvenisFoam



Schiuma invece di spruzzo con Avenis Foam.

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



Una nuova innovativa combinazione di acidi

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



Johannes KIEHL KG
Robert-Bosch-Straße 9
D-85235 Odelzhausen
Tel. +49 (0) 8134 / 93 05-0
Fax +49 (0) 8134 / 64 66
info@kiehl-group.com

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




www.kiehl-group.com

REFLEXX: gli unici guanti approvati dalla Federazione Italiana Cuochi

Nel corso del 2016 Reflexx ha lanciato con successo la nuova Linea FOOD HANDLING, una linea completa di guanti appositamente studiati per l'industria alimentare, il catering e la ristorazione, frutto di una costante attività di Ricerca e Sviluppo su fornitori e materiali mirata a sviluppare prodotti puliti con bassissima migrazione verso le varie tipologie di alimento.

“La decisione di lanciare la nuova linea FOOD HANDLING – spiega Gianni Isetti, CEO di Reflexx – è maturata da due osservazioni: da un lato, la maggior parte dei guanti in commercio, evidenziavano restrizioni di utilizzo nei confronti di diverse tipologie di alimenti; anche i guanti in nitrile che, in vari casi, non passavano i test con simulanti acidi e/o alcolici e/o grassi. Dall'altro lato sono diventati sempre più frequenti controlli delle autorità competenti sul corretto utilizzo dei MOCA (Materiali ed



Oggetti a Contatto con Alimenti) ed è pertanto cresciuta negli anni la consapevolezza degli utilizzatori finali dell'importanza della qualità dei dispositivi con cui viene manipolato il cibo.” La linea di guanti FOOD HANDLING di Reflexx è composta da 3 prodotti adatti ad ogni occasione d'uso: un guanto riutilizzabile – Reflexx 95FH – per lavori dove è richiesta una buona resistenza; un guanto monouso – Reflexx 72FH – per ogni lavoro dove è richiesta una buona protezione; ed il modello Reflexx 20, un prodotto innovativo ed intelligente perfetto dove è richiesta la massima igiene al miglior costo.



La linea Food Handling Reflexx ha ottenuto anche l'approvazione ufficiale della F.I.C. – Federazione Italiana Cuochi – la più importante associazione di settore in Italia. La commissione interna FIC ha esaminato ed ha ritenuto eccellenti le 3 tipologie di guanti Reflexx per alimenti.

[www.reflexx.com]

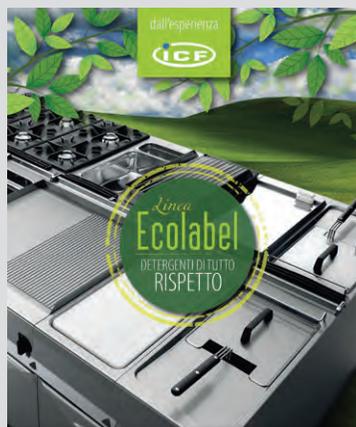
53
GSA
OTTOBRE
2016

Linea Ecolabel ICF, detersivi “di tutto rispetto” per la ristorazione collettiva e commerciale

L'esperienza trentennale nell'ambito dell'igiene degli alimenti ha permesso ad ICF di sviluppare una linea di detersivi ecologici specifici per la pulizia degli ambienti preparazione e somministrazione dei pasti.

Grazie alle innovative formulazioni, ICF è in grado di garantire:

- elevate performance di pulizia delle superfici ed attrezzature, anche superiori ai detersivi professionali tradizionali;
- dosi d'impiego estremamente basse che con-



sentono un notevole risparmio sui costi;

– versatilità d'impiego su tutte le tipologie di superfici ed attrezzature.

L'impiego dei prodotti ecologici ICF, oltre a garantire il massimo rispetto dell'ambiente secondo le attuali normative europee, costituisce per le aziende della ristorazione collettiva ed HO.RE.CA., una serie non indifferente di opportunità commerciali e maggiore visibilità sul mercato. A tal proposito ICF ha studiato specifiche vetrofanie, attraverso le quali le aziende di ristorazione comunicano ai propri

clienti la particolare attenzione al rispetto per l'ambiente. Messaggio questo, con importanti note distintive che mettono a proprio agio

il consumatore, italiano ed estero, particolarmente attento a questa tematica.

Inoltre, nelle gare di appalto l'impiego dei prodotti ecologici consente sia notevoli miglioramenti nella qualità del servizio offerto, sia di assolvere agli obblighi dei Criteri Ambientali Minimi (CAM).

ICF, vista le peculiarità del mercato della ristorazione, produce specifiche linee di detersivi ecologici professionali, certificati Nordic Ecolabel ed Ecolabel UE:

- detersivi e brillantanti per lavastoviglie;
- detersivi e sgrassatori universali di superfici, pavimenti ed attrezzature;
- detersivi per la rimozione dello sporco grasso e carbonizzato da forni, brasiere, friggitorici, fuochi, cappe e filtri;
- detersivi per pulizia di banconi, espositori, porte, vetri e specchi.

[www.icfsrl.it]



Flavor: i profumatori professionali per ambienti e tessuti

Accogliere il cliente con un profumo piacevole permette di instaurare, grazie all'intensità della memoria olfattiva, un legame sensoriale deciso, amplificando gli stimoli visivi e sonori circostanti. Profumare un locale, una stanza, un appartamento, un ristorante, con una fragranza lo renderà immediatamente riconoscibile e contribuirà a creare uno stretto rapporto di fidelizzazione. Le

emozioni olfattive rimangono a lungo, e sono immediatamente richiamate qualora il soggetto venga a contatto alla stessa profumazione. Bettari nella linea Solaris presenta Flavor, profumatori per uso professionale a bassa residualità con formula concentrata, adatti sia per l'erogazione negli ambienti che sui tessuti. L'innovativo formulato a doppia azione previene e neutralizza i cattivi odori, profuma intensamente e garantisce l'effetto deodorizzante su ogni tipo di tessuto senza macchiare o rovinarne i colori. Tutti i Flavor sono idonei, anche, per essere addizionati

alle soluzioni acquose di detergente, rilasciando una piacevole nota nell'ambiente. Sicuro e pratico, FLAVOR è disponibile in 8 deliziose e avvolgenti fragranze adatte a donare una nuova gradevolezza ad ogni tipo di ambiente.

- Flavor Rugiada fragranza di felce;
 - Flavor Aurora fragranza di vaniglia e orchidea;
 - Flavor Tramonto fragranza di vaniglia e mandarino;
 - Flavor Tempesta fragranza di melograno e pera;
 - Flavor Brezza fragranza di zucchero a velo;
 - Flavor Nube fragranza di aloe;
 - Flavor Soffio fragranza di peonia e cassia;
 - Flavor Aria fragranza di talco.
- Saranno presto aggiunte altre 2 profumate novità: Flavor Alba (fragranza di loto) e Flavor Tornado (fragranza di mirre).

[www.bettari.it]

MMg, la lavasciuga pavimenti che riduce il costo del pulito

Un'esigenza sempre più crescente della grande distribuzione è quella di poter eseguire la pulizia in orario diurno, durante l'apertura, per garantire lo stesso standard di igiene per tutto il giorno.

La nuova MMg di Fimap propone alla grande distribuzione soluzioni tecnologiche d'avanguardia, ideali per questo settore. Ogni dettaglio è stato studiato per esaltare affidabi-

lità e sicurezza in una forma armonica ed espressiva. Nessuna parte è scoperta, ogni componente è completamente avvolto dal corpo macchina, trasmettendo l'immagine di un oggetto in grado di integrarsi perfettamente nell'ambiente. La versione Plus offre in più la tecnologia dell'iD – intelligent Drive, che rivoluziona il metodo tradizionale, mettendo nelle mani dell'operatore un display touch. Tutto ciò che serve è sotto i nostri occhi e per attivarlo basta sfiorare lo schermo: risparmio di risorse e silenziosità con Eco Mode, più potenza con Power Mode, più sicurezza grazie alla telecamera posteriore e al sistema anticollisione, e addirittura video tutorial per fugare ogni dubbio. Aiutare l'operatore nel suo lavoro comporta il sicuro vantaggio di ottenere risultati migliori, perché più un sistema risulta facile ed intuitivo, più si è portati ad utilizzarlo al meglio. MMg Plus è una lavasciuga pavimenti totalmente diversa dalle tradizionali. Fimap ha realizzato una macchina che, grazie alla tecnologia, è in grado di prevenire qualsiasi inconveniente e mette il cliente in condizione di essere sempre operativo ed efficiente. MMg riduce il costo per metro quadro pulito, consentendo l'utilizzo diurno, rendendo l'operatore sempre perfettamente in grado di compiere il proprio lavoro al meglio, senza incertezze, proteggendo la macchina dagli imprevisti e favorendo una gestione consapevole delle risorse.

[www.fimap.com]



La natura e le mani sapienti di chi coltiva la terra, non creano prodotti standard. Anche se la frutta e gli ortaggi sono di diverse dimensioni, la loro qualità restano le stesse: sono sempre ricchi di sapori autentici e virtù nutritive.

Piacevole sensazione di pulito



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



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



SOFT POWER CAPS *Sensitive*

L'innovazione
si moltiplica con una
nuova profumazione in gamma



SutterTech
PROFESSIONAL Service & Assistance



Sistema elettronico di dosaggio automatico.
Semplice e sicuro.





La lavasciuga pavimenti che rende il pulito più semplice

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

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

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



Antea 50 E/B/BT



Antea 50 BTS



Antea 50 BTO Orbital

Funzione Eco



Riduce il rumore



Riduce il consumo energetico

Scopri Antea
sul sito www.comac.it

Organizzazione certificata Q.C.B. Italia ISO 9001:2008,
ISO 14001:2015, OHSAS 18001:2007

Attiva il QR Code
sul tuo Smart Phone e
scopri Antea

