



AFIDAMP

01 - 30 giugno 2021

INDICE

AFIDAMP

25/06/2021 Foodservice	4
Igiene e sicurezza, nuovi fattori competitivi	

AFIDAMP WEB

17/06/2021 JOY Free Press 14:35	8
Imprese Made in Italy: i progetti di Italchimica per la sostenibilità nel settore chimico	
15/06/2021 Gsanews 08:30	10
Corso di Alta formazione in cleaning management	
17/06/2021 comunicativamente.com 15:18	11
L'esperienza di Italchimica nella cosmesi Made in Italy	

AFIDAMP

1 articolo

PRIMO PIANO

La pandemia li ha resi prerequisites essenziali, conferendo loro assoluta centralità, e il new normal è destinato a trasformare l'igiene e la sicurezza in fattori competitivi. I quali peraltro sono stati oggetto del webinar organizzato da Food Service e Appetite for Disruption e che ha coinvolto i big player del settore. Assicurare e comunicare elevati standard di igiene, la principale garanzia di sicurezza nell'era del Covid, sono i comandamenti della ripartenza dell'Horeca e le chiavi attorno alle



“Ormai il binomio igiene-sicurezza è inscindibile anche nella mente del cliente, che è sempre più aggiornato”

Stefania Verrienti

Direttore generale AFIDAMP

quali ruota la percezione ottimistica degli utenti che si apprestano a riappropriarsi della loro socialità. Recenti sondaggi di accreditati istituti di ricerca (da Bain & Company a Trade Lab, fino ad Alix Partners) hanno tratteggiato queste caratteristiche come future discriminanti per le scelte di consumo. E il 71% dei clienti (l'indagine è di The Fork) ha espresso la volontà di accertarsi della conformazione alle norme di igiene e sicurezza prima di sedersi in un ristorante.

WEBINAR

Igiene e sicurezza, nuovi fattori competitivi

ALTI STANDARD DI SANIFICAZIONE, FORMAZIONE E TECNOLOGIA SARANNO FATTORI DECISIVI PER ORIENTARE LE PREFERENZE DEI CONSUMATORI. LA RIPARTENZA PASSA DALLA CAPACITÀ DI GARANTIRLI E COMUNICARLI

Matteo Forlì



“Oggi, per la maggior parte dei clienti, è di grande importanza che l'igiene sia garantita, comunicata e percepita”

Domenico Prestia

Marketing e Sales Director
Sofidel

TAVOLA ROTONDA CON I BIG PLAYER

Food Service e Appetite for Disruption hanno dedicato a questi temi il webinar dal titolo: **Igiene e sicurezza come fattori competitivi**. Alla tavola rotonda hanno preso parte esponenti del settore della pulizia e sanificazione e realtà di riferimento nel mondo dell'accoglienza, come Stefania Verrienti, Direttore Generale Afidamp, Domenico Prestia, Marketing e Sales Director Sofidel, Andrea Righi, Ceo di Mk, Giampaolo Grossi, General Manager Starbucks Roastery, Giovanna Manzi, Ceo di BWH Hotel Group, e Filippo De Luca, Sales Director di Camst.

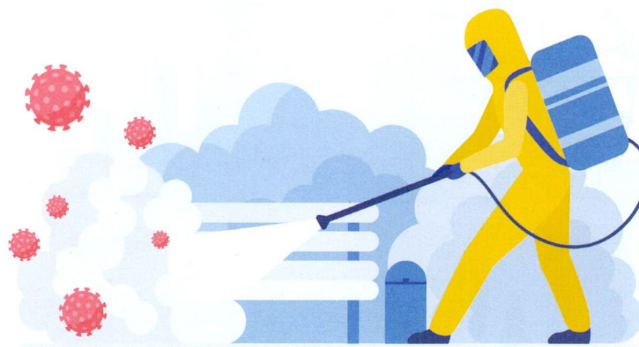
AFIDAMP, L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE

«Pulizia e igienizzazione significano prevenzione degli agenti patogeni. Uno degli errori più comuni che i professionisti commettono è quello di pensare di non aver bi-



PRIMO PIANO

sogno di strumenti professionali o di formazione su questo tema, ormai centrale per tutto il settore dell'accoglienza» spiega **Stefania Verrienti, Direttore generale Afidamp**, unica realtà che riunisce le diverse anime della filiera della **pulizia professionale** in Italia. «Afidamp ha sottoscritto un accordo con Fipe-Confcommercio e Apci (**Associazione** professionale dei cuochi) per supportare gli imprenditori della ristorazione in



“Il nostro obiettivo è stato interpretare la pandemia come occasione di sviluppo attraverso la trasformazione del rischio in opportunità”

Andrea Righi
CEO MK

un momento di crisi e per tutto il 2021 mediante la fornitura di materiali e prodotti per la sanificazione e la pulizia ordinaria e straordinaria dei locali a prezzi agevolati. Nei mesi di lockdown abbiamo prodotto, inoltre, una serie di linee guida di sanificazione Covid-19, prontuari per bar e ristoranti, check list e pillole video con le procedure corrette per la sanificazione di cucina, sala di accoglienza e locali bagno. Ormai il binomio igiene-sicurezza è inscindibile an-

che nella mente del cliente, che è sempre più aggiornato e attento a questi aspetti. Per questo, oggi più che mai, puntare su un alto standard di pulizia rappresenta un investimento strategico per un comparto come l'Horeca».

SOFIDEL, L'IGIENE PASSA DALLA CARTA

«Igiene, innovazione e sostenibilità sono i nostri tre pilastri» sostiene **Domenico Prestia, Marketing e Sales Director Sofidel**, secondo produttore in Europa (e quinto al mondo) di carta per uso igienico e **presente nel settore away from home** con il brand Papernet e la nuova linea Defentech, prodotti in carta addizionati a principi antibatterici, lanciata ad aprile 2020. «Evidenze scientifiche certificano che l'80% delle ma-

**GARANTIRE
E COMUNICARE
ELEVATI STANDARD
DI IGIENE
E SICUREZZA
SONO OGGI UN
“COMANDAMENTO”
PER LA RIPARTENZA
DELL'HORECA**

lattie può essere veicolato da una scarsa igiene delle mani. L'Oms raccomanda il lavaggio frequente delle mani e l'utilizzo delle salviette monouso come primo fattore di prevenzione. Questo era molto importante prima del Covid, ora è determinante. Una serie di ricerche, per esempio quella recente di Banca Barclay's, evidenziano come il 70% della popolazione si affida alle recensioni per la sua scelta di un ristorante. E dunque è oggi di grande importanza che l'igiene sia garantita, comunicata e percepita».

MK, LA CRISI COME OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO

«Interpretare la pandemia come occasione di sviluppo attraverso la trasformazione del rischio in opportunità: questo è stato il nostro obiettivo» rivela **Andrea Righi, Ceo di Mk**, azienda che opera nel settore del cleaning professionale e fa della ricerca uno dei fiori all'occhiello della sua attività, con 900 formule igienizzanti prodotte in quasi 60 anni di attività. «Flessibilità è stata la parola d'ordine in questo periodo di emergenza pandemica, concetto che abbiamo tradotto sviluppando più di 80 nuove referenze e supportando un



“Abbiamo creato un'accademia per la formazione continua dei nostri dipendenti”

Giampaolo Grossi
General Manager
Starbucks Roastery Milano

comparto particolarmente bisognoso, ora più che mai, di elevati standard come l'Horeca. Il nostro nuovo posizionamento, oltre che sulla detergenza, è basato anche sugli **emergenti bisogni di protezione e sicurezza dei nostri clienti**. Bisogni-prodotto, come la sanificazione dei device di pagamento o barriere in plexiglass per mantenere il distanziamento, e bisogni-servizio, come la formazione e un supporto alla comunicazione specializzata».

STARBUCKS ROASTERY, NUOVA CUSTOMER EXPERIENCE

«Tematiche come informazione, comunicazione e training sono state fondamentali a partire dal primo lockdown» è la voce di **Giampaolo Grossi, General Manager di Starbucks Roastery**. «Attraverso lo sviluppo e l'aggiornamento della partner experience abbiamo elaborato una nuova customer experience. Il primo passo è stata la creazione,

PRIMO PIANO

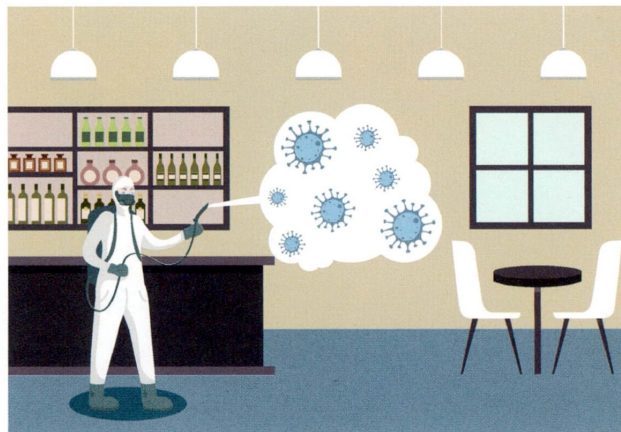
fin dall'inizio dell'emergenza pandemica, di una "accademia" per la formazione e l'aggiornamento continui dei nostri dipendenti e collaboratori in relazione alle ultime disposizioni ministeriali. Stress test, simulazioni con mystery client e improvvisazioni sui possibili errori e comportamenti sbagliati degli utenti sono stati preziosi per **trasmettere ai nostri partner l'attenzione verso l'importanza della riduzione dei rischi**. E per far sì che a loro volta trasferissero un senso di protezione e sicurezza ai clienti alla riapertura».

Parola chiave in questo processo di tutela dell'esperienza del cliente finale è il concetto di "empatia", spiega ancora Grossi: «È l'evoluzione dell'esperienza-prodotto in esperienza-cliente che ha reso Roastery un "posto di benvenuto" anche in un momento tanto complicato».

**BWH HOTEL GROUP,
LA TECNOLOGIA
AMPLIFICATORE
DELLA SICUREZZA**

Gli assiomi di centralità e importanza strategica applicati ai temi dell'igiene e della sicurezza valgono forse ancora di più per l'Hotellerie. Si chiama Special Protection BWK il programma strategico che esprime l'impegno degli alberghi **BWH Hotel Group Italia**, realtà con 180 strutture sul territorio nazionale (4.500 in 80 paesi al mondo), per la piena sicurezza di ospiti e staff.

«Ai rigorosi protocolli di sanificazione – illustra la **Ceo del gruppo, Giovanna Manzi** – abbiamo aggiunto l'uso della tecnologia, della comunicazione e di una polizza di assicurazione per i clienti. La prima in particolare ci ha permesso di gestire in modo contactless sia la fase di check-in



sia quella di check-out, e in generale di agevolare il mantenimento della distanziamento e aumentare la percezione positiva dell'utente. Su **Medallia, il nostro sistema di valutazione della qualità percepita nel servizio**, i clienti hanno dato punteggi significativamente più alti alle strutture del gruppo che hanno adottato



“La tecnologia ci ha permesso di gestire in modo contactless sia la fase di check-in sia quella di check-out”

Giovanna Manzi
CEO
BWH Hotel Group Italia

tutti i **protocolli di Special Protection**». In una recentissima ricerca Bva Doxa i viaggiatori non propensi a viaggiare, il 24% in Italia e oltre il 66% verso l'estero, si dicono ancora preoccupati del rischio di contagio: «È chiaro dunque che trasferire una percezione di sicurezza è un elemento sul quale lavorare per le realtà dell'accoglienza, e gli investimenti fatti in questo senso durante la pandemia si riveleranno vincenti nel new normal» conclude Manzi.

**CAMST, FLESSIBILITÀ
E INNOVAZIONE PER
REINGEGNERIZZARE
LA MENSA**

Da sempre sottoposti a rigidi controlli di igiene, gli operatori della ristorazione collettiva sono stati tra i più rapidi ad adattarsi alle regole della nuova era Covid. Ma la pandemia ha spinto il settore alla ricerca di innovazione continua e di soluzioni flessibili per una mensa sicura, anche a distanza. «Di fronte a chiusure totali di scuole e aziende, con cali nel nostro comparto del 60%-70%, abbiamo dovuto reingegnerizzare processi e servizi» dice **Filippo De Luca, Sales Director**



“Alle nuove esigenze nate con l'emergenza pandemica abbiamo risposto con smart locker, micro kitchen e lunch box”

Filippo De Luca
Sales Director
Camst group

di Camst, tra gli attori di riferimento del comparto e che opera trasversalmente nel campo della ristorazione scolastica, aziendale e socio-assistenziale. «La risposta è rappresentata da **smart locker, cioè distributori intelligenti di pasti conservati in atmosfera modificata**, micro kitchen, postazioni sanificate dedicate al servizio e al consumo di pasti in posti diversi dalle mense, lunch box da consumare in aula per gli studenti o perfino servizio in delivery agli smart worker.

© Riproduzione Riservata

**I PLAYER DELLA
RISTORAZIONE
COLLETTIVA HANNO
DOVUTO TROVARE
SOLUZIONI FLESSIBILI
PER UNA MENSA
SICURA, ANCHE A
DISTANZA**

AFIDAMP WEB

3 articoli

Imprese Made in Italy: i progetti di Italcimica per la sostenibilità nel settore chimico

LINK: <https://www.joyfreepress.com/2021/06/17/336679-impres-made-in-italy-i-progetti-di-italchimica-per-la-sostenibilita-nel-settore-chimico/>



17 Giu 2021 | nasce nel 2003 per opera della famiglia Fioretto: ha sede a Padova ed è oggi una delle maggiori realtà italiane nella produzione di detergenti e cosmetici. Focus sulla storia di Italcimica: detergenti e cosmesi sostenibile Con una filosofia aziendale ispirata a fattori quali innovazione, italianità e sostenibilità, Italcimica ha raggiunto in meno di 20 anni una posizione di primo piano nel settore della **pulizia professionale** I&I e Horeca. Artefice di una produzione con standard altamente innovativi, è tra le principali produttrici di detergenti e cosmetici nel Paese, con risultati notevoli anche sullo scenario internazionale. L'azienda nasce nel 2003 da un'idea imprenditoriale della famiglia Fioretto: tuttora è guidata da uno dei fondatori, Alessandro Fioretto, in qualità di **P r e s i d e n t e** e Amministratore Delegato. La storia di Italcimica annovera una serie di

acquisizioni effettuate nei primi anni di attività: tra queste, quella di India S.p.A. nel 2006, che le consente di ampliare la capacità produttiva e la presenza nel settore. Nel 2010 è realizzato l'Headquarters aziendale che, da allora, ospita la sede legale-amministrativa e produttiva. Ubicato nella zona industriale di Padova, è affiancato da un'altra sede in cui è presente il polo logistico. L'azienda è attiva oggi in 51 Paesi e conta 9 marchi di proprietà. Il fatturato ha raggiunto i 93 milioni di euro nel 2020. Nel 2019 è stata insignita con il titolo di "Miglior Impresa Under 40 della Provincia di Padova" (Premio Industria Felix). "Green Change Matters": sostenibilità e certificazioni di Italcimica I principi di sostenibilità rappresentano un punto focale nella produzione di , azienda che pubblica dal 2019 un Rapporto di Sostenibilità con informazioni e dati in materia ambientale, sociale

ed economica. L'attività è condotta su base volontaria ed è riconosciuta dall'organizzazione internazionale Global Reporting Initiative (GRI). Con obiettivi in linea con l'Agenda ONU 2030, l'azienda guidata da Alessandro Fioretto è oggi l'unica del settore in Italia ad aver pubblicato un Report di Sostenibilità riconosciuto da tale organizzazione. È questa solo una delle attestazioni conquistate negli anni dall'azienda: gli standard di qualità, attenzione ambientale e sicurezza sono infatti riconosciuti dalle numerose "Certificazioni di sistema" (ISO 14001, ISO 45001, ISO 9001 e BRC) e "Certificazioni di prodotto" (Presidio Medico Chirurgico, EU Ecolabel e CAM). Questo va di pari passo con altri importanti riconoscimenti, come il Premio "Eletto Prodotto dell'Anno" (2015, 2017, 2018 e 2020). Più recentemente ha preso parte agli "AIDP Award 2021": giunta seconda

davanti a grandi realtà nazionali, Italchimica ha presentato il progetto "Together is Better" per la condivisione di esperienze e buone prassi aziendali. È attiva in diverse organizzazioni di categoria, tra cui Assindustria Venetocentro, Cosmetica Italia, Federchimica Confindustria, **Afidamp**, Unismart Padova Enterprise e Federchimica Assocasa.

Corso di Alta formazione in cleaning management

LINK: <https://www.gsanews.it/facility-management/corso-di-alta-formazione-in-cleaning-management/>



Corso di Alta formazione in cleaning management 15 Giugno 2021 - imprese & dealers E' in partenza la II Edizione del Corso di Alta Formazione in Cleaning Management, percorso formativo ideato dall'Università degli Studi di Bergamo, che vede coinvolta **Afidamp** nella definizione della programmazione e nelle attività di docenza. Il Corso intende fornire le conoscenze relative ai metodi, alle tecniche e agli strumenti per la gestione delle attività connesse alla pulizia e alla sanificazione degli ambienti commerciali, lavorativi e civili, offrendo una panoramica sulle principali tecnologie attualmente disponibili nel mondo del pulito. Un percorso innovativo, che si rivolge a un pubblico ampio: responsabili e addetti al marketing e alla gestione di servizi di cleaning management di aziende operanti nel settore del pulito; addetti al facility management di aziende

industriali e ospedaliere, della grande distribuzione e dei servizi; addetti alla manutenzione di aziende industriali; responsabili commerciali di aziende fornitrici di tecnologie del pulito; responsabili e addetti degli uffici gare d'appalto della Pubblica Amministrazione. Il corso vede, in questa sua seconda edizione, un notevole incremento delle ore di formazione che da 70 diventano 120 e che, grazie all'apporto di **Afidamp**, andranno ad affrontare più nello specifico i temi della sanificazione, gli strumenti tradizionali e innovativi presenti sul mercato, le corrette metodologie, il controllo del risultato, ecc. Le lezioni saranno erogate in modalità mista (a distanza e in presenza), e si svolgeranno il giovedì e il venerdì ogni 4 settimane a partire dal 21 ottobre 2021. Il Corso è realizzato con il contributo di Fra.Mar e con il supporto di Fondazione Scuola Nazionale Servizi e AIISA (**Associazione Italiana Igienisti Sistemi**

Aeraulici). È possibile effettuare l'iscrizione al corso attraverso la pagina [w e b dedicata https://sdm.unibg.it/corso/corso-cleaning-management/](https://sdm.unibg.it/corso/corso-cleaning-management/). Gli associati **Afidamp** potranno usufruire di uno sconto del 20% sul costo complessivo del corso. AVVIO CORSO: ottobre 2021 TERMINE CORSO: maggio 2022 CALENDARIO: due incontri al mese, giovedì e venerdì per l'intera giornata SEDE: Campus di Ingegneria, via Einstein, 2 Dalmine (BG)/Kilometro Rosso, via Stezzano 87 Bergamo Lunedì 21 giugno 2021 alle ore 17.00 il corso verrà presentato tramite un Virtual Open Day. Per registrarsi all'evento cliccare sul seguente link: Virtual Open Day

L'esperienza di Italchimica nella cosmesi Made in Italy

LINK: <https://www.comunicativamente.com/Aziende/77951/Lesperienza+di+Italchimica+nella+cosmesi+Made+in+Italy.html>

L'esperienza di Italchimica nella cosmesi Made in Italy Italchimica nasce nel 2003 per opera della famiglia Fioretto: ha sede a Padova ed è oggi una delle maggiori realtà italiane nella produzione di detergenti e cosmetici. Focus sulla storia di Italchimica: detergenti e cosmesi sostenibile Con una filosofia aziendale ispirata a fattori quali innovazione, italianità e sostenibilità, Italchimica ha raggiunto in meno di 20 anni una posizione di primo piano nel settore della **pulizia professionale** I&I e Horeca. Artefice di una produzione con standard altamente innovativi, è tra le principali produttrici di detergenti e cosmetici nel Paese, con risultati notevoli anche sullo scenario internazionale. L'azienda nasce nel 2003 da un'idea imprenditoriale della famiglia Fioretto: tuttora è guidata da uno dei fondatori, Alessandro Fioretto, in qualità di **P r e s i d e n t e** e Amministratore Delegato. La storia di Italchimica annovera una serie di acquisizioni effettuate nei primi anni di attività: tra queste, quella di India S.p.A. nel 2006, che le consente di ampliare la capacità produttiva e la

presenza nel settore. Nel 2010 è realizzato l'Headquarters aziendale che, da allora, ospita la sede legale-amministrativa e produttiva. Ubicato nella zona industriale di Padova, è affiancato da un'altra sede in cui è presente il polo logistico. L'azienda è attiva oggi in 51 Paesi e conta 9 marchi di proprietà. Il fatturato ha raggiunto i 93 milioni di euro nel 2020. Nel 2019 è stata insignita con il titolo di "Miglior Impresa Under 40 della Provincia di Padova" (Premio Industria Felix). "Green Change Matters": sostenibilità e certificazioni di Italchimica I principi di sostenibilità rappresentano un punto focale nella produzione di Italchimica, azienda che pubblica dal 2019 un Rapporto di Sostenibilità con informazioni e dati in materia ambientale, sociale ed economica. L'attività è condotta su base volontaria ed è riconosciuta dall'organizzazione internazionale Global Reporting Initiative (GRI). Con obiettivi in linea con l'Agenda ONU 2030, l'azienda guidata da Alessandro Fioretto è oggi l'unica del settore in Italia ad aver pubblicato un Report di Sostenibilità

riconosciuto da tale organizzazione. È questa solo una delle attestazioni conquistate negli anni dall'azienda: gli standard di qualità, attenzione ambientale e sicurezza sono infatti riconosciuti dalle numerose "Certificazioni di sistema" (ISO 14001, ISO 45001, ISO 9001 e BRC) e "Certificazioni di prodotto" (Presidio Medico Chirurgico, EU Ecolabel e CAM). Questo va di pari passo con altri importanti riconoscimenti, come il Premio "Eletto Prodotto dell'Anno" (2015, 2017, 2018 e 2020). Più recentemente ha preso parte agli "AIDP Award 2021": giunta seconda davanti a grandi realtà nazionali, Italchimica ha presentato il progetto "Together is Better" per la condivisione di esperienze e buone prassi aziendali. È attiva in diverse organizzazioni di categoria, tra cui Assindustria Venetocentro, Cosmetica Italia, Federchimica Confindustria, **Afidamp**, Unismart Padova Enterprise e Federchimica Assocasa.