



AFIDAMP

01 ottobre 2023 - 01 novembre 2023

INDICE

AFIDAMP

11/10/2023 Dimensione Pulito Un settore in crescita economica e professionale!	4
04/10/2023 Dimensione Pulito Il settore dell'ospitalità è davvero pulito?	6
11/10/2023 Dimensione Pulito Cleaning Professionale un comparto a gonfie vele	9
04/10/2023 Dimensione Pulito Agli italiani piacciono le toilette pulite	13
11/10/2023 Dimensione Pulito Professionalità e certificazione per un'igiene alberghiera sicura ed eccellente	17

AFIDAMP WEB

26/10/2023 Gsanews 08:10 'Sostenibilità nei sistemi di pulizia professionale : la filiera a confronto con il mercato'	20
18/10/2023 cleaningcommunity.net 11:10 AFIDAMP: Corso di Alta Formazione in Cleaning Management	21
18/10/2023 Gsanews 08:10 Cleaning management: al via la iv edizione del corso di alta formazione	24
16/10/2023 Gsanews 10:10 'Pulizia igienica e sanificazione: una guida completa al cleaning professionale'	26
03/10/2023 Gsanews 08:10 "Sostenibilità nei sistemi di pulizia professionale,' se ne parlerà a Ecomondo	28

AFIDAMP

5 articoli

IN PRIMO PIANO

Un settore in crescita economica e professionale!



Maurizio Pedrini
Direttore Tecnico
Dimensione Pulito

Ci sono notizie che fanno male, di cui purtroppo i mass media danno quotidiana notizia, come i femminicidi, le morti sul lavoro o l'aumento dei tassi d'interesse da parte della BCE, ed altre che - fortunatamente - infondono fiducia e speranza nel futuro. Il settore della pulizia, certamente, è tra quelli appartenenti alla seconda categoria. Lo confermano alcuni importanti, non trascurabili e fondati segnali. Ci soffermiamo su alcuni di essi, particolarmente significativi. Secondo l'indagine condotta da Cerved per conto di Afidamp (Associazione fabbricanti e fornitori italiani attrezzature macchine prodotti e servizi per la pulizia), sia nel settore dei produttori che in quello dei distributori, il mercato complessivo dei produttori del settore del cleaning professionale è stato valutato per l'anno 2022 intorno ai 3,9 miliardi di euro, con segno più per tutti i settori.

Ma ciò che più conta, è che l'indice di crescita positivo è previsto anche per l'anno in corso. Per le aziende produttrici l'andamento del 2022 è stato positivo in termini di fatturato. Per oltre la metà delle industrie produttrici il trend è stato decisamente al rialzo, interessando tutti i segmenti - dalle macchine, alle attrezzature, ai prodotti chimici, alla carta - con un 65% di aziende in crescita. Per il 2023 poco meno del 50% delle aziende è ottimista circa la crescita del fatturato, specialmente le aziende produttrici di prodotti chi-

mici (60%). Le rilevazioni fatte sulle aziende top player associate AFIDAMP mostrano un andamento decisamente buono per il 2023. L'indagine ha preso in esame anche il comparto dei Distributori, definendo un settore formato da circa 1630 aziende, che generano un fatturato stimato globale di 2,65 miliardi di euro, in leggero aumento rispetto al 2021. Dunque, l'indagine ha reso la fotografia di un settore sano, vitale e competitivo, con un'ottima capacità di penetrazione sui mercati europei che compensa i limiti verso il Nord America o i Paesi Arabi ancora in gran parte da conquistare. Unico neo emerso dall'indagine, a nostro avviso, la scarsa propensione al green, che vede la creazione di specifici prodotti, da parte dei fabbricanti, in grado di assorbire solo il 10% circa del fatturato. Anche se siamo certi che questa voce sia destinata ad aumentare in futuro. Ma ciò che più conta è che negli ultimi venticinque anni, l'incremento medio annuo di fatturato nel settore è stato del 9,5%.

Più in generale, possiamo affermare

Fornire adeguata formazione per rendere più professionale e adeguato l'approccio di quanti decidono di avviare un'attività nel settore del cleaning professionale diventa un imperativo categorico

che il settore delle pulizie professionali degli ambienti comunitari, dove nei cantieri di lavoro è richiesto l'intervento della pulizia meccanizzata, con l'impiego di attrezzature e prodotti chimici specifici, usati da personale addestrato, risulta sempre più stimolante ed attrattivo. Non a caso, anche l'Osservatorio di Assocasa ha rilevato nell'anno che ci siamo lasciati alle spalle un +1,2%, dopo un +2,4% a valore nel 2021.

Il nostro è il primo Paese in Europa per numero di certificazioni Ecolabel, sia di aziende produttrici sia di servizi, il quarto per occupati nel settore, e il secondo per numero di micro e piccole imprese, che rappresentano il 96,5%. Il fatturato annuo per un addetto di un'azienda di pulizie in Italia è pari a circa 35mila euro, il valore più elevato

tra i Paesi Ue, per un giro d'affari complessivo di 74 miliardi di euro annui che dà lavoro a 600mila persone, soprattutto donne (73%). Un settore di grande rilevanza economica e sociale, assai dinamico e proiettato al Facility Management che dovrebbe rappresentare un fiore all'occhiello dell'economia nazionale e del Sistema Paese, ma che fa molta fatica a prendere il volo a causa della mancanza di cultura d'impresa, formazione professionale e adeguato riconoscimento sociale.

Fornire adeguata formazione ai titolari d'impresa per rendere più professionale e adeguato l'approccio di quanti decidono di avviare un'attività in questo ambito diventa dunque il primo imperativo categorico, con l'obiettivo, magari, di creare veri e propri manager, iscritti ad un apposito albo, in grado di affrontare le grandi sfide dell'innovazione, della digitalizzazione, della robotizzazione e della sostenibilità ambientale. La tecnologia connessa alla robotizzazione può portare una serie

di vantaggi alle strutture, tra cui una migliore qualità di pulizia, efficienza e lo sviluppo di processi decisionali basati sui dati. L'automazione per coadiuvare il personale umano durante le attività, potenziandole, facilitando l'ergonomia e riducendo lo sforzo.

La tecnologia, infine, può anche consentire al personale umano di liberarsi da alcuni compiti manuali per dedicarsi ad altri di natura gestionale. All'addetto alle pulizie, inserito in un'impresa che persegue questa "mission", si richiederà sempre più professionalità. Proprio per questa ragione abbiamo accolto con entusiasmo la notizia dell'avvio, a novembre, al CAPAC Politecnico del Commercio e del Turismo di Milano del primo corso professionale di 40 ore per Addetto alle Pulizie e Sanificazione, creato grazie al forte e lodevole impulso di ISSA Pulire Network che, forte dell'esperienza maturata a livello mondiale, ha creato una forte alleanza con ALIS [Associazione](#) milanese imprese di pulizia, servizi integrati,

multiservizi di Confcommercio e Service Key Spa, nota azienda padovana specializzata nel Facility Management, proponendo un originale e innovativo progetto alla Regione Lombardia, che il 23 marzo scorso ha riconosciuto e integrato, nel Quadro Regionale degli Standard Professionali, la professione dell'"Addetto alle Pulizie e Sanificazione", innestando così la possibilità di accedere al Programma Regionale del Fondo Sociale Europeo e all'assegnazione di voucher aziendali per interventi di formazione continua.

Si tratta di una svolta epocale che apre uno scenario ricco di prospettive, con opportunità di certificare le competenze del pulitore e riconoscerne finalmente la dignità e il ruolo, quale umile ma prezioso protagonista del professional cleaning. Ci auguriamo che le aziende colgano il valore dell'iniziativa e partecipino con entusiasmo a questa prima esperienza pilota di formazione pubblica ufficialmente riconosciuta in Italia e accreditata in ambito UE. ■



IN PROSPETTIVA

afidamp
ASSOCIAZIONE FORNITORI ITALIANI ATTREZZATURE
MACCHINE PRODOTTI E SERVIZI PER LA PULIZIA

Il settore dell'ospitalità è davvero pulito?

Sotto la lente il settore HoReCa, che deve seguire pratiche di igiene corrette e frequenti per garantire un buon servizio al cliente. Il ruolo dei Dealers, non più dei meri fornitori, ma formatori degli operatori e consulenti veri e propri, in supporto alle tante e diversificate attività del comparto del Fuoricasa

Virna Re

Consigliere AFIDAMP e Vicepresidente
del Comitato Esecutivo Distributori

L'emergenza da Covid19 ha reso evidente come vivere, lavorare e mangiare in un ambiente pulito sia una condizione imprescindibile. Ovviamente anche prima della pandemia noi, dealers del settore della pulizia professionale, abbiamo sempre sottolineato l'importanza dell'igiene e della sanificazione definendola sinonimo di qualità della vita, per ogni tipologia di ambiente. È chiaro però che le emergenze sconvolgono le abitudini consolidate e producono una nuova consapevolezza: la necessità che alcune tipologie di spazi debbano essere soggette a una maggiore e ancor

più approfondita pulizia, sanificazione e disinfezione. Certamente il settore HoReCa ricade fra quelli a maggior rischio e nei quali la pulizia assume a ruolo fondamentale per la sicurezza degli ospiti. Le aree, frequentate da moltissime persone, richiedono un'attenzione molto elevata e, soprattutto, richiedono personale competente, in grado di assicurare spazi correttamente igienizzati.

L'industria dell'ospitalità e della ristorazione deve quindi, analizzata la filiera produttiva, individuare ogni punto critico per determinare le procedure di pulizia e sanificazione a seconda

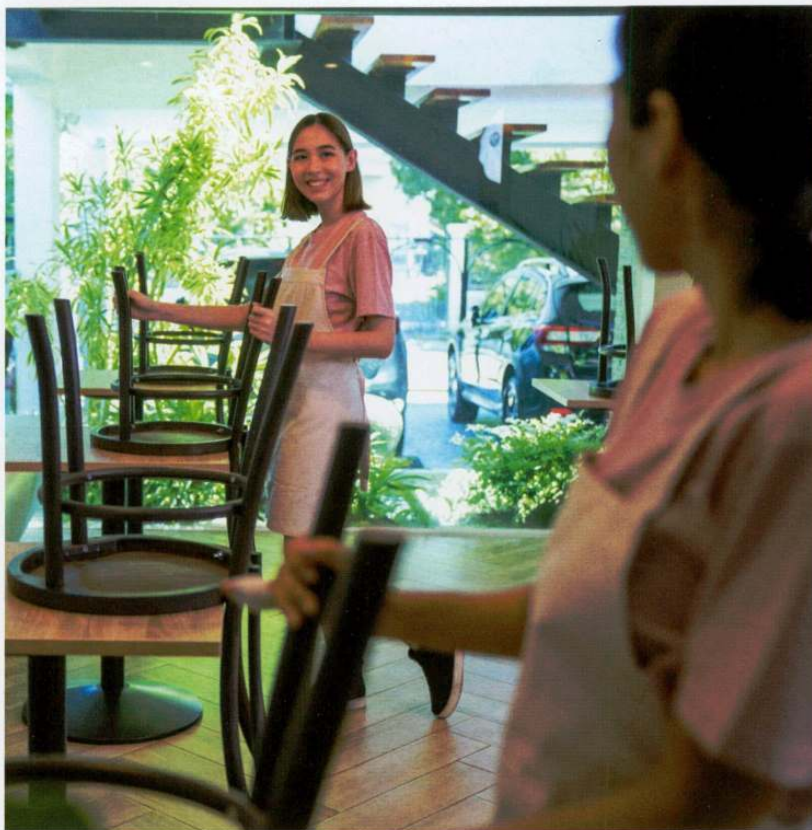
del grado di rischio rilevato. È chiaro che possono esserci superfici che devono essere pulite e disinfettate con maggiore frequenza ed attenzione. Tutto dipende dall'analisi del ciclo produttivo e dalla criticità rilevata nel singolo punto.

Spesso è proprio il dealer che evidenzia le criticità igieniche e propone le corrette pratiche della pulizia, ambiente per ambiente. Un buon distributore è un partner che non solo si impegna ad affiancare il proprietario o, più spesso, il gestore del locale nell'analisi dei rischi. È anche il professionista che, stabilite le procedure

necessarie, si dedica personalmente o attraverso la propria organizzazione, alla "trasmissione" delle pratiche agli operatori, facendo bene attenzione alla comprensibilità delle informazioni.

Per procedere in maniera corretta è importante, in primo luogo, sapere comprendere la differenza tra l'utilizzo di prodotti professionali e prodotti domestici. Questi ultimi, ancora troppo spesso utilizzati da chi opera nel settore, sono generalmente poco funzionali per lavorare su superfici specifiche e su aree con problematiche di contaminazione ben diverse da quelle di un ambiente casalingo. In questo contesto il ruolo del fornitore di fiducia diventa fondamentale: sa consigliare i prodotti e gli strumenti più idonei allo specifico spazio, considerando anche il "costo in uso", spesso evidenziando risparmi di costo e di tempo agli operatori.

Il settore HoReCa, ben lo sappiamo, è variegato. Include hotel, spesso parte di grandi catene, che comprano attraverso piattaforme di acquisto, ma anche ristoranti, piccoli bistrot, bar e caffè, che spesso acquistano direttamente. Ognuno di questi spazi ha problematiche di igiene simili, dovute alla frequentazione di un gran numero



Virna Re, Consigliere AFIDAMP e Vicepresidente del Comitato Esecutivo Distributori

di persone e alla gestione di alimenti deperibili. Ma ha anche problematiche diverse generate dalla diversa fruizione da parte del cliente e anche dall'ampiezza e conformazione dello spazio da pulire.

Il ruolo consulenziale del distributore è quindi importantissimo e così è stato anche durante il periodo del Covid che ha visto tutti gli operatori e la stessa **associazione AFIDAMP** impegnati ad aiutare i propri clienti a capire come muoversi, identificando prontuari e linee guida per una corretta sanificazione. Il compito dei distributori professionali è proprio quello di capire con quale tipologia di cliente stanno operando, fornendo il consiglio più giusto. I distributori giocano quindi un ruolo importantissimo nel settore HoReCa, diventando un vero punto di riferimento.

COME PULIRE GLI SPAZI: CUCINA E SALA

La pulizia e l'igiene in cucina sono determinanti per garantire la salute degli operatori e dei clienti. Tutte le aree della cucina devono essere curate, pulite e controllate periodicamente per verificarne lo stato di pulizia. Una cucina pulita e in ordine testimonia infatti professionalità e competenza. Dalle zone di lavaggio, a quelle di conservazione, a quelle di cottura, ogni area deve essere pulita con cura e deve seguire determinate regole.

Il processo di sanificazione si basa sull'uso di macchinari, attrezzature, prodotti chimici e altre tecnologie che sono progettate specificatamente per arrivare a determinati standard igienici seguendo determinate procedure. Come detto, fondamentale è la formazione, in particolare nel caso in cui si

IN PROSPETTIVA

decida di pulire i propri spazi in autonomia, cosa che accade spesso nella ristorazione, dove molte sono le attività piccole o a conduzione familiare. Tra le buone prassi sicuramente l'utilizzo di prodotti professionali, la capacità di leggere e interpretare le etichette, per sapere utilizzare il prodotto giusto, che non solo pulisca bene, ma eviti anche che le superfici pulite si rovinino. Va inoltre ricordato che prima di parlare di sanificazione è necessario procedere a una profonda detersione di strumenti e superfici. Oltre agli spazi di cucina, agli elettrodomestici, agli strumenti utilizzati per cucinare non bisogna dimenticare l'importanza di tenere pulite tutte le superfici hi-touch: maniglie, tavoli, sedie, servizi igienici, saliere e oliere, menu. Negli ultimi anni molti locali hanno risolto queste problematiche riducendo i materiali che i clienti devono toccare, ma questo non deve generare un calo di attenzione da parte di chi gestisce i locali. Inoltre è fondamentale, e in questo caso il ruolo di operatori professionali è indispensabile, il controllo periodico e la corretta pulizia degli impianti aerulici. Fondamentale è poi la fase di controllo. Sia della modalità in cui vengono eseguite le operazioni di pulizia, sia

della frequenza. Tutti i documenti prodotti da AFIDAMP in questi anni, non solamente nel periodo della pandemia, sono nati proprio con l'intento di creare dei supporti di facile utilizzo per tutti gli operatori e sono stati il frutto delle relazioni costruite nel tempo con le principali associazioni di settore, come FIPE - Federazione Italiana Pubblici Esercizi e APCI - Associazione Professionale Cuochi Italiani.

PROGETTARE GLI SPAZI PER IL SETTORE HORECA

Anche in questo settore la progettazione e la realizzazione igienica delle attrezzature e degli spazi dove si produce e si trasforma il cibo è uno dei principali requisiti che sia i fabbricanti che gli utilizzatori di attrezzature professionali devono implementare per garantire prodotti sicuri e idonei. Troppo spesso si progettano locali pensando solo all'aspetto estetico e trascurando le esigenze igienico-funzionali che garantiscono la sicurezza durante l'utilizzo.

La progettazione igienica nell'ambito HoReCa deve essere un requisito imprescindibile. Pensiamo agli spazi operativi di stoccaggio, lavorazione, conservazione e somministrazione

degli alimenti, oltre che di contenimento e gestione rifiuti. Progettarli in maniera corretta significa in primo



luogo evitare possibili contaminazioni nelle diverse fasi operative, contribuisce inoltre a facilitare il lavoro del personale e a migliorare il servizio. Anche i locali adibiti alla preparazione degli alimenti devono essere progettati per consentire una corretta prassi igienica e anche una separazione degli spazi, in modo da consentire modalità di pulizia in base alla destinazione d'uso. Diversi saranno infatti prodotti e strumenti utilizzati nell'area di preparazione dei cibi, piuttosto che nell'area di somministrazione. Va posta infine attenzione all'individuazione di percorsi specifici, in entrata e in uscita. Da un lato piatti e biancheria pulita, dall'altro piatti e biancheria sporca. Un accorgimento semplice, ma spesso trascurato, che diventa obbligatorio in cucine di grandi dimensioni e con preparazione contemporanea di molti pasti. Anche in questo caso la formazione degli operatori, unitamente all'uso dei prodotti professionali più idonei, resta il nodo centrale per garantire che un buon piatto sia anche...un piatto pulito. ■



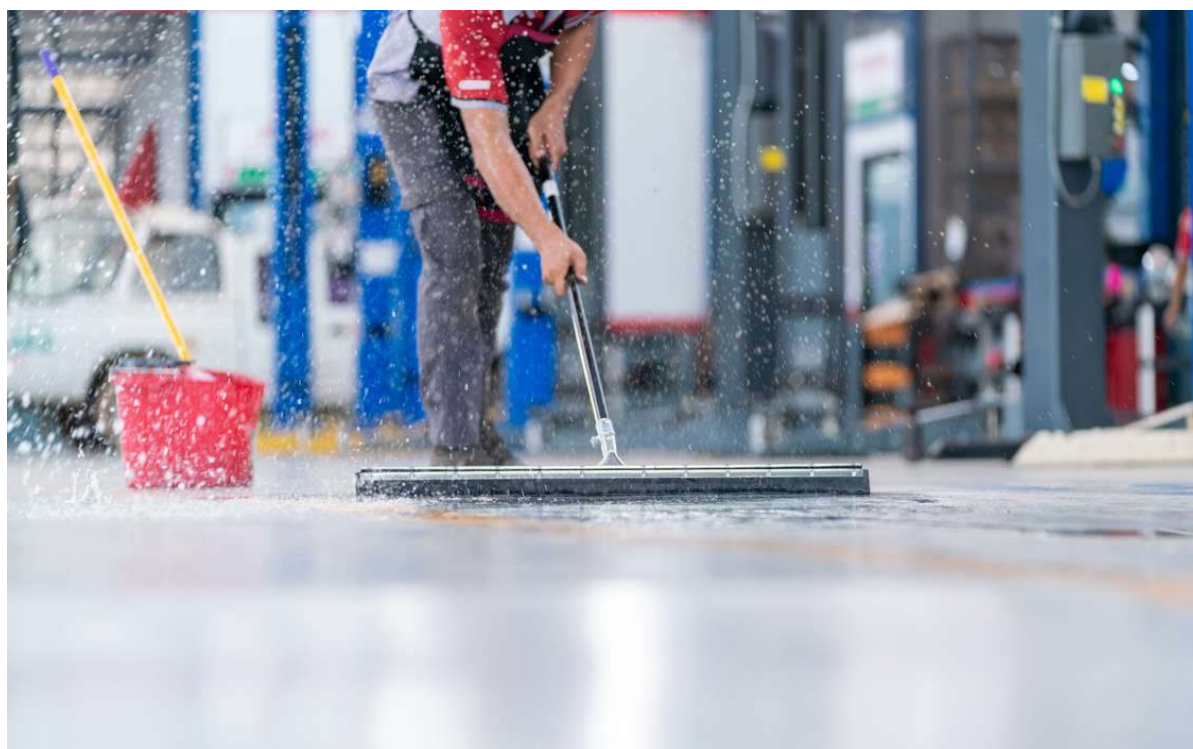
MERCATO

Cleaning Professionale

un comparto a gonfie vele

L'indagine commissionata da **AFIDAMP** a Cerved ha evidenziato la sostanziale solidità del settore, pur fra luci e ombre, nonostante la difficile situazione economica generata dall'aumento dei costi delle materie prime, della folle corsa della bolletta energetica e dalla guerra in Ucraina

Maurizio Pedrini



È senz'altro l'immagine di un mercato solido, che gode di buona salute e in costante crescita, non solo in termini di fatturato, quella emersa martedì 5 settembre in occasione della presentazione, tenuta in videoconferenza a Milano, dei risultati dell'indagine commissionata dall'Associazione dei Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale e l'Igiene degli ambienti a Cerved. In estrema sintesi, sommando il comparto della produzione e quello della distribuzione è legittimo affermare che la fotografia conferma il positivo andamento dell'intera filiera del Cleaning Professionale nel 2022 e anche le buone previsioni per il 2023, evidenziando - soprattutto - come l'intero settore sia riuscito ad assorbire le criticità degli aumenti dei costi di energia e materie prime e del difficile clima internazionale. Presenti alla "conference call", oltre al direttore di AFIDAMP, Stefania Verrienti, al vicepresidente nazionale Francesco Pasquini, e a Roberto Galli, presidente del Comitato esecutivo dei soci distributori dell'associazione, anche numerosi iscritti in rappresentanza di produttori e distributori, oltre ad alcuni giornalisti della stampa di settore. Come gli anni scorsi, durante l'estate la nota società di studi e ricerche di mercato ha puntato i riflettori e messo sotto esame l'intero comparto, analizzando sia il settore dei produttori che quello dei rivenditori. In apertura dell'incontro Verrienti ha sottolineato l'importanza del rispetto dei tempi, da parte delle aziende interpellate, proprio allo scopo di poter fornire, in prospettiva, sempre più tempestivamente - possibilmente all'inizio dell'anno - i dati emersi dalla ricerca a tutti gli associati. Il direttore ha inoltre annunciato la novità introdotta quest'anno, ovvero lo studio del trend dell'anno in corso, con la presentazione dei risultati del primo semestre del 2023, mettendo in risalto il valore dell'attività che AFIDAMP mette a dispo-

sizione, tramite il lavoro dei Comitati, per affrontare le difficoltà e cogliere al meglio le opportunità del momento. A Pasquini e Galli è toccato il compito di illustrare brevemente i criteri adottati per l'indagine qualitativa, andando anche al nocciolo di quella quantitativa, evidenziando luci ed ombre di quanto messo in luce dall'importante e accurata inchiesta. Pasquini ha sottolineato, con grande soddisfazione, come complessivamente nel 2022, all'interno del mercato del settore cleaning che ha toccato i 3,9 miliardi di euro, gli associati AFIDAMP abbiano rappresentato oltre 2 miliardi di euro di fatturato, facendo registrare una crescita soddisfacente. "Il 2022 - ha precisato - è stato un anno particolare, nel quale sono cadute le restrizioni connesse alla pandemia da SARS CoV 2, ma nel quale sono emerse problematiche importanti e penalizzanti, come l'aumento del costo delle materie prime e dell'energia e la guerra tra Ucraina e Russia. L'incremento dei prezzi ha scatenato la dinamica inflattiva che stiamo ancora vivendo, ha comportato l'aumento dei prezzi, a fronte della restrizione dei volumi: tutto ciò ha determinato come risultato un anno record sotto il profilo dei fatturati". Galli, dal canto suo, ha esordito rimarcando come il profilo delineato da Pasquini per i fabbricanti,

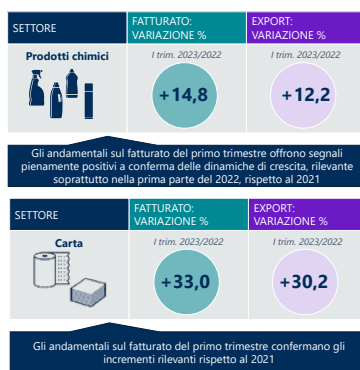
sia valido anche per i distributori. Contestualizzando la ricerca, ha poi voluto evidenziare come il mondo dell'economia e l'intero settore del professional cleaning stiano vivendo un momento di grandi cambiamenti frutto non solo della pandemia e di un conflitto in atto in un Paese a noi vicino, ma soprattutto di una situazione oggettiva in cui complessità e incertezza si scontrano con la necessità di affrontare al meglio i problemi della quotidianità. Per questa ragione, ha detto, il lavoro d'indagine che da almeno una decina d'anni AFIDAMP mette a disposizione dei propri associati, assume un valore particolare e di grande portata, rappresentando una sicura bussola di riferimento per il distributore chiamato ad affrontare sempre nuove sfide. Galli ha sottolineato l'utilità di dati legati al numero di addetti delle aziende, alla loro strutturazione, ai canali di comunicazione adottati, evidenziando non solo i punti di forza e le criticità del settore, ma anche le possibili leve dello sviluppo. "Quest'anno - ha concluso - è stato realizzato un focus post pandemia dedicato a comprendere le reazioni del mondo della distribuzione in relazione al contesto 'buca', carico di dubbi, preoccupazioni e timori in cui vive il nostro comparto. In particolare la reazione all'instabilità dettata dai

Fabbricanti

Andamento dei top player associati AFIDAMP nel primo trimestre 2023



Cerved



Elaborazioni su dati Afidamp

MERCATO

costi delle materie prime, dell'energia e dall'inflazione per comprendere se i costi siano stati assorbiti dalla distribuzione oppure riversati sul mercato”.

Le rilevazioni fatte sulle aziende top player associate AFIDAMP mostrano un andamento decisamente buono per il 2023

I CINQUE OBIETTIVI STRATEGICI

Elisa Francia e Carmine Iuliano di Cerved hanno poi illustrato dettagliatamente la ricerca, non senza aver chiarito i principali obiettivi dell'indagine, ovvero: rilevare l'andamento del mercato in termini dimensionali; identificare l'offerta e le caratteristiche delle aziende che operano nel settore; identificare i punti di forza e quelli di debolezza del comparto; raccogliere spunti sulle previsioni future delle aziende del settore; monitorare la conoscenza delle attività promosse dall'associazione. Il primo dato illustrato ha cercato di rispondere in qualche modo al quesito sul numero delle aziende distributrici rientranti nell'ambito preso in esame. Nell'universo di partenza fornito da AFIDAMP - ha chiarito l'indagine - le realtà in target, ovvero che fanno riferimento ad AFIDAMP sono state stimate in circa un migliaio, alle quali, sulla base dei due codici di attività economica più ricorrenti, se ne sono aggiunte 630, non presenti inizialmente, per un totale complessivo di circa 1.630 realtà, in lieve contrazione rispetto al 2021. Come detto in apertura, il fatturato espresso lo scorso anno da questo “mondo” è stato pari a 2,65 miliardi di euro. A partire dall'universo di riferimento è stato estratto

un campione di 250 aziende alle quali è stato somministrato un questionario ad hoc finalizzato alla rilevazione delle informazioni e agli obiettivi conoscitivi dell'associazione. Le interviste sono state condotte con doppia metodologia di rilevazione: C.A.W.I. con interviste via web agli associati che hanno scelto questa modalità e C.A.T.I. con interviste telefoniche condotte da intervistatori specializzati. La rilevazione è stata condotta nel periodo maggio-luglio 2023 tramite un questionario somministrato al titolare degli acquisti aziendali o al referente industriale.

FATTURATO CON SEGNO POSITIVO

Nell'analisi dei risultati emersi, partiamo dal fatturato: per i produttori l'andamento del 2022 è stato positivo per oltre la metà delle aziende. Il trend caratterizzato da segno più ha interessato tutti i segmenti, con un 65% di aziende in crescita. Per il 2023 poco meno del 50% delle aziende è ottimista circa la crescita del fatturato, specie le aziende produttrici di prodotti chimici (60%). Risultati decisamente confortanti, considerando gli incrementi di costi registrati nel 2022, per energia e materie prime e per l'andamento dell'inflazione. Segnale che le imprese del settore, in particolare quelle di medie dimensioni, hanno reagito assorbendo almeno una parte dei costi. Quelle di maggiori dimensioni hanno fatto ricorso in misura relativamente superiore all'applicazione di aumenti proporzionali alle vendite. In generale l'indagine presenta aziende in movimento che, anche nel 2022, hanno investito in attività di marketing, nelle fiere e nelle iniziative rivolte ai propri clienti. Le azioni su cui puntano principalmente le aziende riguardano, secondo gli analisti, il reinvestimento degli utili in azienda, la fidelizzazione della clientela attuale e la ricerca di nuovi clienti. Ritenuti importanti anche la diversificazione dell'offerta e le iniziative di marketing e comunicazione digitale.

ANDAMENTO DEL MERCATO INTERNO E L'EXPORT

Andando nel dettaglio dei dati che emergono dalla ricerca, vediamo che, considerando il fatturato generato in Italia e all'estero, il comparto che ha fatto segnare la crescita più elevata è quello dei produttori di Carta, che registra un incremento del 19% per un totale di 763,8 milioni di euro. Segue il comparto Macchine, con una crescita del 13% per 589,7 milioni di euro. I Chimici crescono del 5% e raggiungono un fatturato 2022 di 367 milioni di euro. Le Attrezzature crescono dell'11%, con 78,3 milioni di euro e Fibre e Panni del 4% (28,7 milioni di euro). Crescono anche Accessori e Ricambi Macchine (+13%) e Altri Prodotti (+5%). Sui mercati stranieri la quota di fatturato più importante viene registrata dal comparto Carta, con un +26%, seguito dal comparto Macchine, con un +14%. In generale il settore denota una notevole propensione all'esportazione che vale sul fatturato il 70% per le macchine, il 55% per le attrezzature e il 46% per la carta. I produttori di chimici hanno una maggiore concentrazione sul mercato interno, infatti la percentuale export è pari al 12%. In termini di mercati sono circa l'80% delle aziende rappresentate a lavorare sui mercati stranieri, che lavorano per il 70% sui Paesi della UE.

PROIEZIONI PER L'ANNO IN CORSO

Le rilevazioni fatte sulle aziende top player associate AFIDAMP mostrano un andamento decisamente buono per il 2023. Il comparto Macchine segnala una crescita del 20,6% nel primo trimestre 2023, rispetto al 2022, con una quota di export pari a oltre il 40%. Il settore Carta continua la sua crescita con un +33% e una quota di export del 30,2%. Seguono i Prodotti Chimici con un incremento nel primo trimestre 2023 del 14,8%. Lieve flessione per Attrezzature, Fibre e Panni con un -0,3%, seppure con una crescita complessiva di export del 69%.

IL MERCATO DELLA DISTRIBUZIONE

L'indagine ha analizzato anche il comparto dei Distributori, definendo un settore formato da circa 1630 aziende, che generano un fatturato stimato globale di 2,65 miliardi di euro, in leggero aumento rispetto al 2021, grazie in parte alle performance delle imprese appartenenti alle fasce di fatturato medio-alto e alto, in parte all'adeguamento dei prezzi dovuto all'aumento dei costi.

Da questo universo è stato estratto un campione di 250 aziende, rappresentative delle diverse tipologie di distributori per dimensione, attività e localizzazione geografica.

Ne emerge un quadro che vede contrarsi la numerica di aziende di piccole dimensioni e si presenta un mercato in cui il 20% delle aziende fattura più di 5 milioni di euro e determina complessivamente oltre il 60% del fatturato del settore. I prodotti chimici, con un fatturato di 790 milioni di euro e una quota del 32%, rappresentano la componente relativamente più rilevante del settore (in lieve calo rispetto al 2021), seguiti dalla vendita di macchinari (20% con generazione di oltre 500 milioni di euro di fatturato) e dai

prodotti di consumo, anch'essi con 500 milioni di euro di fatturato e una quota del 17%. In generale si segnala il buon andamento del 2022, che prosegue anche con le previsioni del 2023. Oltre quattro aziende su dieci prevedono una crescita del proprio fatturato, mentre una quota di poco inferiore ritiene di confermare i risultati attuali. Tra le più ottimiste le aziende di medie dimensioni.

IDENTIKIT DELLE AZIENDE FRA MISSION IMPRENDITORIALE E PRIORITÀ D'INVESTIMENTI

La ricerca ha sviscerato e messo in evidenza anche molti altri aspetti, che cerchiamo di sintetizzare: la quasi totalità delle aziende interpellate si occupa della vendita di prodotti per la **pulizia professionale**; oltre otto su dieci delle attrezzature e tre quarti anche della vendita di macchinari. La maggior parte delle aziende opera in ambito territoriale, provinciale o regionale. La consulenza si conferma come il servizio offerto con maggior frequenza ai propri clienti, seguito dalla formazione e dal servizio di manutenzione. Circa sette aziende su dieci hanno organizzato corsi di formazione nel 2022, soprattutto sulla

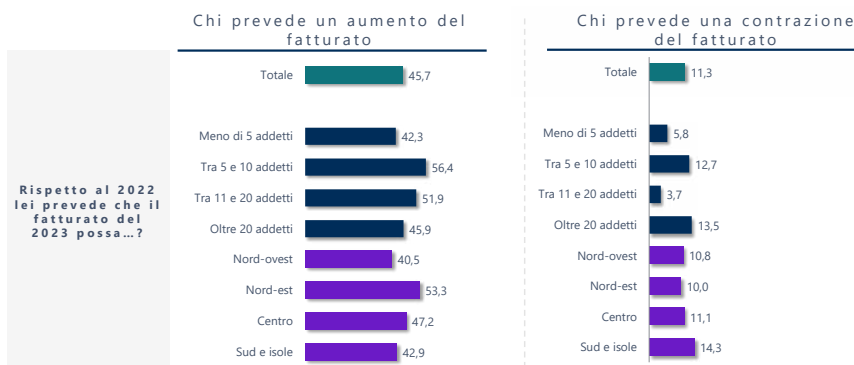
sicurezza, di tipo commerciale o di tipo tecnico-operativo. La quasi totalità delle aziende ha a disposizione un magazzino proprio, circa la metà di esse dispone anche di un parco mezzi di proprietà per il servizio consegne. Per quanto riguarda il "peso" economico: più della metà delle aziende ha un fatturato annuo che non supera il milione e mezzo di euro. Il 60% del valore complessivo del mercato è fatto dal 19% delle aziende. I dati confermano la crescita delle aziende con oltre 2,5 milioni di fatturato, e la conseguente diminuzione di quelle con meno di 1 milione di fatturato. Il Nord Ovest, seguito dal Sud e Isole, presenta la quota di imprese con fatturato relativamente più elevato, al contrario delle regioni del Centro. Ho.Re.Ca., imprese di pulizia e industria sono le tipologie di clienti che maggiormente hanno impattato sul fatturato nel 2022. Circa un'azienda su tre ha più di 10 dipendenti, una quota analoga ne ha meno di 5. Per poco più di quattro aziende su dieci il parco clienti supera le 500 unità; l'incidenza è superiore alla media tra le aziende che contano più di 20 addetti e oltre 4,5 milioni di fatturato.

IN COSA INVESTONO LE AZIENDE

L'indagine ha evidenziato infine come le aziende investano in marketing, fiere e iniziative di comunicazione rivolte alla clientela. Per quasi tutte è importante: reinvestire gli utili in azienda; fidelizzare la clientela; cercare nuovi clienti; diversificare l'offerta; fare iniziative di marketing e comunicazione digitale. Il sito internet aziendale è il canale promozionale utilizzato da oltre la metà delle aziende. Rilevanti anche i social network e il passaparola nel caso di aziende di maggiori dimensioni. In definitiva, la riduzione dei margini si conferma come l'aspetto più critico a cui far fronte. La frammentazione del mercato segue in seconda istanza. ■

Distributori

Gli operatori di dimensioni medie fanno previsioni più ottimistiche rispetto al dato medio per quanto riguarda il fatturato 2023



Rispetto al 2022 lei prevede che il fatturato del 2023 possa...?

Cerved

BAR E RISTORANTI

SONDAGGIO

Agli italiani piacciono le toilette pulite

La pandemia di Covid-19 ha sollevato l'attenzione sull'importanza di avere servizi igienici (e in generale tutti gli spazi condivisi) sempre perfettamente puliti, sanificati e disinfettati. Un recente sondaggio ha evidenziato in particolare come sia cambiato il rapporto degli italiani con l'igiene all'interno di ristoranti o bar

Maurizio Pedrini



S•34 DIMENSIONE PULITO | 07/2023

Come ben sappiamo, l'aperitivo - soprattutto serale e specie a base di spritz - costituisce per molti italiani un rito pressoché irrinunciabile. Infatti il 75% si concede questo premio almeno a cadenza mensile, fino ad arrivare ad una o due volte alla settimana. È lecito perciò domandarsi se e quanto i nostri connazionali si preoccupino che la "funzione" si consumi in condizioni di effettiva sicurezza ed igiene. Con la non secondaria variante che, possibilmente, dovendo recarsi nella toilette del locale per esplicitare una funzione fisiologica o lavarsi le mani, la si trovi accogliente, soprattutto pulita e igienizzata. Senz'altro interessante e degna di grande attenzione, al riguardo, è l'indagine condotta qualche tempo fa da Initial, azienda partner delle imprese nella fornitura di servizi per l'igiene, la purificazione dell'aria e le profumazioni per ambiente. Il sondaggio era finalizzato a scattare una fotografia della situazione attuale per capire qual è la percezione degli italiani rispetto a questo argomento. La domanda a cui si prova a dare una risposta è: l'aperitivo è un rito a cui gli italiani non riescono a rinunciare? Il colpo di scena arriva proprio dai risultati della ricer-



Carlo De Masi, presidente Adiconsum

ca Initial che evidenziano come questo momento imprescindibile per i cittadini della penisola sia sempre più associato al concetto di igiene, di cui adesso non si può più fare a meno: secondo il 78% degli intervistati, infatti, l'aperitivo è un rito a cui è possibile dire di no nel caso in cui il locale sia percepito davvero sporco e privo di igiene di base, primi tra tutti tavoli e bagni puliti. Ma non basta. Un italiano su quattro durante il momento dell'aperitivo preferisce usufruire di un piatto monoporzione, per preservare igienicamente il proprio cibo (28%) anche se un 46% della totalità afferma di non preferire il singolo piatto e il tagliere ma di avere solo un unico interesse: poter degustare il cibo presente. Nonostante questo primo risultato che sembra delineare una certa indifferenza da parte degli intervistati, alla domanda più specifica "Quale opzione è più igienica tra buffet e piatto singolo?" calano notevolmente gli indifferenti diventando solo un 8% del pool. A questa stessa domanda il 61% non ha dubbi che la modalità più igienica sia il piatto singolo, rafforzando l'attenzione sulla tematica igiene. A conferma di quanto detto in precedenza, il 37% degli intervistati mostra preoccupazione verso una tipologia di aperitivo con tagliere condiviso poiché il cibo potrebbe essere contaminato da chi non ha lavato e igienizzato le mani prima di mangiare. Molto curioso inoltre, il fatto che il 2% degli italiani addirittura rifiuterebbe l'invito in un luogo dove sa che non troverà un piatto solo per sé.

Certamente, va sottolineato con giusto risalto, anche pulizia e condizioni del locale fanno la loro parte. Tutte le risposte alla domanda "Che cosa guardi appena entri in un locale per fare aperitivo?" fanno presagire l'importanza per gli intervistati di avere un igienizzante per le mani all'ingresso - altrettanto pulito e dotato di comfort per qualunque esigenza - di potersi sedere a tavoli ben puliti, e di

trovare il bagno altrettanto pulito per qualunque esigenza.

Ma veniamo all'aspetto che, decisamente, più ci interessa: la pulizia del bagno. Quasi la totalità degli intervistati (98%) preferirebbe entrare in un bagno "Splendido Splendente" con tutto il necessario per lavarsi le mani - acqua, sapone e asciugamani - e, perché no, anche l'igienizzante per la tavoletta del WC. In particolare l'87% vorrebbe trovare in bagno dei prodotti no-touch così da non dover toccare nulla se non il cibo, mentre il 66% reputa importantissimo - soprattutto dopo il Covid 19 - utilizzare prodotti per l'igiene come ad esempio il dispenser di igienizzante mani all'ingresso e all'interno di un locale. Insomma, riassumendo, oggi un bagno pulito e ordinato non è solo una richiesta più che lecita del consumatore, ma anche una volontà del ristoratore di riservare uno spazio confortevole ai suoi clienti; spesso diventa la vera chicca del locale tanto da risultare anche fotografabile - oltre a migliorare le recensioni e di conseguenza la reputazione del locale - viene curato nel minimo dettaglio per sentirsi meglio che in quello di casa. Per questa e tante altre ragioni, la pulizia delle toilette dei bar è un tema che oggi, più che mai, merita la massima attenzione, postulando con forza un salto di qualità, con l'intento preciso di proteggere la salute di clienti e dipendenti, rappresentando un prezioso "fiore all'occhiello" per quegli esercizi che dimostrino adeguata sensibilità e attenzione. Certo, anche in questa circostanza, appare utile, se non doveroso, affidarsi a dei professionisti per acquisire professionalità, acquistare prodotti chimici, attrezzature e sistemi di igienizzazione adeguati, guardando con sempre maggiore fiducia a soluzioni tecnologicamente avanzate, in grado di attenzionare e monitorare costantemente il grado di igiene di questi importanti locali, certificando - ad esempio - i controlli, le procedure

BAR E RISTORANTI

SONDAGGIO



attuate e la scelta dei detergenti, sanificanti e disinfettanti impiegati dal personale. Il tutto con un unico, solo, grande traguardo: garantire la massima igiene, la prevenzione delle malattie, la cura e il benessere delle persone.

SERVIZI IGIENICI PULITI, SANIFICATI E DISINFETTATI

Nessun luogo di vita comunitaria, in generale, è escluso da questa pressante esigenza di massima cura dell'igiene delle toilette, ma è giusto concentrare l'attenzione sui bagni di bar e

ristoranti che rappresentano un esclusivo "biglietto da visita" per questa tipologia di locali, dediti per vocazione all'accoglienza di cittadini italiani e turisti provenienti da tutto il mondo, in visita alle bellezze storiche e paesaggistiche del Belpaese.

Sugli esiti dell'indagine condotta da Initial abbiamo raccolto il parere di **Carlo De Masi, presidente nazionale di Adiconsum.**

L'indagine condotta da Initial ha evidenziato come il 78% degli italiani sia disposto a dire di no al "rito" dell'aperitivo, se solo il locale è percepito come sporco e privo di igiene, a partire dai bagni. Cosa ne pensa?

Sicuramente la pandemia da Covid ha accentuato l'attenzione su questo tema. Siamo convinti che, sia pure lentamente, la percezione dell'importanza della pulizia e dell'igiene in questi luoghi comunitari stia crescendo. Per fare in modo che queste scelte producano gli effetti sperati, servirebbe una denuncia social da parte dei consumatori, soprattutto in caso di evidenti situazioni

di negligenza, in modo tale da indurre i gestori a porre più attenzione all'igiene dei bagni e degli altri spazi nei bar e, in generale, negli esercizi di questo tipo. Senza mai dimenticare che la pulizia e l'igiene rappresentano un importante e prezioso valore aggiunto per qualsiasi attività commerciale.

A proposito di questa delicata problematica, avete ricevuto segnalazioni ed esposti da parte dei cittadini?

Con il preciso obiettivo di combattere la negligenza alla fonte dalla scarsa pulizia che spesso si riscontra nei servizi di pubblica utilità, nel corso degli anni Cittadinanzattiva ha promosso varie campagne di partecipazione civica, riguardanti l'igiene e la pulizia in vari ambiti, specialmente in quello ospedaliero e dell'igiene urbana. Abbiamo esortato i cittadini ad inviare segnalazioni e testimonianze fotografiche di rifiuti abbandonati, biancheria sporca, colature e chiazze d'acqua, fili elettrici scoperti, escrementi di animali abbandonati o quant'altro sia indice di un'allarmante incuria e disat-



tenzione del personale preposto alla pulizia in vari contesti, compresi quelli che investono la cura del pulito in luoghi di ritrovo come i pubblici esercizi. Il lavoro di Cittadinanzattiva non si limita però solo alla denuncia: parallelamente infatti l'associazione si propone come soggetto attivo nel diffondere le buone pratiche in materia di pulizia ed igiene. Per quanto concerne specificamente la pulizia nelle toilette dei bar, qualche segnalazione ci è giunta, ma devo riconoscere che, pur trattandosi di una tematica importante, in questo momento i consumatori si rivolgono a noi principalmente per il problema del caro prezzi generalizzato.

Purtroppo, talvolta entrando nelle toilette dei bar ci si imbatte in situazioni a dir poco sconsolanti e rischiose sotto il profilo della pulizia. Come si potrebbe intervenire?

Riteniamo che vada fatta un'opera di sensibilizzazione su questo tema da parte delle Associazioni di categoria con il coinvolgimento anche delle Associazioni Consumatori riconosciute dalla legge come Adiconsum. Fondamentale l'aggiornamento dei Regolamenti di igiene, fermi da decenni, da parte dei Comuni, con indicazioni certe e puntuali riguardo ai controlli e alle sanzioni per chi non li rispetta.

Cosa può fare, anche sotto il profilo legale, per far valere i suoi diritti, un cittadino utente di un bar o ristorante che vive, suo malgrado, questa imbarazzante situazione?

Il disagio può essere segnalato, anzitutto, alla Polizia locale che è deputata ai controlli, nonché all'esercente stesso. Per effettuare denunce, occorre descrivere nel modo più dettagliato possibile la situazione a rischio e i motivi che hanno portato ad effettuare la stessa. La riservatezza dell'utente che effettua la segnalazione è sempre garantita, ma l'anonimato è scoraggiato. È opportuno, infatti, fornire le proprie generalità al fine di scoraggiare l'uso

improprio di questo strumento. Il cittadino, inoltre, deve essere pienamente responsabile del reclamo effettuato.

In presenza di una più vasta problematica di assenza di igiene, un ruolo importante è assegnato pure alle ASL, anche se spesso il cittadino o il turista non ne è a conoscenza.

In effetti ai Dipartimenti di Sanità Pubblica delle varie Aziende Sanitarie Locali spetta il compito di raccogliere le segnalazioni dei cittadini. Queste ultime solitamente avvengono per mezzo di email, per telefono, o di persona, recandosi presso gli uffici in questione. Una volta ultimata la segnalazione/denuncia, la stessa verrà presa in carico dagli uffici competenti e valutata al fine di adottare i provvedimenti del caso. Inoltre è possibile porre denuncia direttamente ai NAS (Nuclei Antisofisticazioni e Sanità dell'Arma dei Carabinieri). Anche le dipendenze funzionali del Ministro della Salute, i cui settori d'indagine sono riconducibili all'area afferente la Sicurezza "Alimentare" e "Sanitaria", se ne occupano. I controlli sono intrapresi di iniziativa, su delega dell'Autorità Giudiziaria, su attivazione del Ministero della Salute, dell'AIFA o delle Associazioni di categoria. Ma anche su segnalazione dei consumatori o delle Stazioni di Carabinieri sparse su tutto il territorio nazionale.

Nelle situazioni più gravi, dunque, ci si può rivolgere ai NAS, chiedendo il loro intervento a tutela dell'igiene e del cliente-consumatore?

Certamente, i NAS sono diventati un punto di riferimento fondamentale per la tutela di tutti i cittadini e dei tanti produttori presenti sul territorio italiano. Riscuotono infatti anche sul territorio europeo numerosi riconoscimenti ed attestati di benemeranza. Ciò è la dimostrazione di quanto sia indispensabile, anche in questo settore, un'attività di controllo e contrasto sempre più specializzata e coordinata.

Tornando alle toilette, è previsto e consentito il loro uso, anche senza la consumazione? La questione appare sempre controversa...

È a discrezione del commerciante. Di solito l'uso dei bagni è riservato ai clienti, anche in considerazione delle spese che deve sostenere il commerciante (carta igienica, sapone, salviette, aspiratori).

Più in generale, il ricorso ai bagni di un bar spesso appare come l'estrema ratio a fronte della carenza di bagni pubblici: vi siete interessati al problema e cosa si potrebbe fare, in concreto, per migliorare la situazione?

Certamente questo è un problema, legato alla pulizia e al decoro di qualsiasi contesto urbano, che sentiamo profondamente e ci sta molto a cuore. Ovviamente, parecchio dipende dalla civiltà delle persone in tema di igiene, pulizia e sicurezza, ma crediamo che al riguardo occorra assolutamente sensibilizzare maggiormente le Amministrazioni comunali, coinvolgendo anche le grandi aziende con logistiche importanti, per aumentare la disponibilità dei servizi igienici, implementandone anche la portata, ad esempio con sale d'attesa, servizio doccia, ecc..

L'esperienza della pandemia ha pesantemente segnato il settore, ma ha certamente aumentato la sensibilità dell'importanza e della percezione del pulito da parte degli italiani: Afidamp e Fipe hanno elaborato un prontuario per la sanificazione dei ristoranti. Come valuta Adiconsum questa iniziativa?

Apprezziamo decisamente l'iniziativa di Afidamp e Fipe. Come dicevamo, le segnalazioni alla polizia municipale e le denunce social e alle Associazioni Consumatori possono aiutare a tenere alta l'attenzione per assicurare un'adeguata igiene che dovrebbe essere la prassi soprattutto nei luoghi di aggregazione. ■

HOTELLERIE

IN PROSPETTIVA

Professionalità e certificazione per un'igiene alberghiera sicura ed eccellente

Maurizio Pedrini

direttore tecnico Dimensione Pulito

La pulizia costituisce il primo biglietto da visita con cui un hotel si presenta al cliente. La qualità e la cura dell'igiene rappresentano l'elemento distintivo capace di fare la differenza nella scelta tra un albergo e l'altro, superando altri fattori, come il comfort, la raffinatezza della cucina o la distanza della struttura ricettiva dalle attrazioni turistiche più importanti. Quando parliamo di pulizia, ovviamente, ci riferiamo a un'attenzione particolare e professionale, a interventi eseguiti puntualmente da personale esperto, al rispetto di procedure rigorose e standardizzate, a risultati di eccellenza. Certo, anche la percezione visiva del pulito ha il suo fascino empatico, così come la profumazione di un qualsiasi ambiente preposto all'accoglienza, ma la nostra visione guarda

ben oltre, investendo a tutto tondo le sistematiche azioni di pulizia, sanificazione, igienizzazione che devono essere messe in atto e - in qualche modo - certificate da un hotel con il massimo rigore. Ben sappiamo, in veste di abituali frequentatori di alberghi e B&B, quanto sia importante l'attenta pulizia delle camere, dei bagni, delle hall, per farci sentire rispettati e coccolati - quasi fossimo a casa nostra - quando per svago turistico o per lavoro, siamo ospiti di un hotel. A conferma di ciò, le indagini più recenti confermano ormai consolidate abitudini sia da parte del turismo interno che internazionale: gli ospiti sono diventati più sensibili ed esigono il massimo, specie se si tratta di un hotel 5 stelle o luxury, contesti in cui devono entrare in perfetta connessione con il puli-

to, provando una sorta di sensazione quasi empatica, che chiama in causa tutti e cinque i sensi. Oggi, inoltre, la prenotazione di un hotel da parte di un nuovo cliente è condizionata in primis dalle recensioni legate alla cosiddetta "reputation" di quella realtà, che viaggia implacabilmente su internet. Il "giudice supremo" è Tripadvisor, il sito web statunitense di recensioni di alberghi, bed and breakfast e ristoranti, attraverso il quale un'enorme massa di viaggiatori organizza e pianifica il viaggio e il soggiorno perfetto. Una scarsa o inadeguata cura dell'igiene, specialmente delle camere e dei bagni, da parte di alberghi che non mantenga le promesse, può segnare in breve tempo e irrimediabilmente la reputazione e il destino di un hotel. Fin da quando è nata, la nostra rivista



ha concentrato la propria attenzione sul ruolo fondamentale dell'igiene professionale in ambito alberghiero, fornendo percorsi di formazione e aggiornamento al personale addetto ai servizi di pulizia, con tanti preziosi consigli sulle tecniche di pulizia delle camere, sulle caratteristiche delle attrezzature e sui prodotti da impiegare per igienizzare i pavimenti, gli arredi e le superfici verticali; la sanificazione dei servizi igienici, le operazioni ordinarie e periodiche. Senza dimenticare la sequenza delle operazioni di pulizia delle attrezzature, le metodologie di intervento e gli indici di produttività in base alle diverse tipologie di ambienti e superfici. In questo sforzo siamo stati sempre vicini e alleati con soggetti autorevoli e preziosi, indiscussi protagonisti della cultura del pulito in hotel: ci riferiamo ad **AFIDAMP**, Associazione dei **Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale** e l'Igiene degli ambienti, **ADA**, **Associazione Direttori d'Albergo** e **AIH**, **Associazione Italiana Housekeeper**.

Il mondo alberghiero è chiamato ad

affrontare delicate scelte strategiche, investendo ancor più sulla strada intrapresa nel campo della formazione degli addetti, in quello delle nuove tecnologie e nella sostenibilità ambientale, con l'obiettivo di certificare progressivamente il servizio effettuato. Un modo, questo, per garantire sempre di più e meglio agli occhi della clientela, il livello di pulizia effettivamente fornita, in base a precisi standard e parametri concretamente percepibili, a tutela della salute e sicurezza di quanti vivono e operano all'interno dell'albergo. Questa sorta di imperativo categorico - è bene sottolinearlo - va applicato negli alberghi, non solo per protocollo, ma anche e specialmente per rispettare i canoni di sicurezza e prevenzione. Da qui, il primo passo, assai apprezzato, che ha visto ADA e AIH istituire e mettere per iscritto tutta una serie di procedure di programmazione, effettuazione e certificazione delle pulizie e delle attività di igienizzazione e sanificazione. Certificazione che, nel futuro, dovrà sempre più andare di pari passo con la formazione del personale. Da un certo

punto di vista, la pandemia non ha fatto altro che esaltare quanto già veniva messo in atto nei contesti alberghieri più attenti e scrupolosi, facendo risaltare la cura nella preparazione delle addette alle pulizie ai piani, delle governanti, del personale preposto alla pulizia delle cucine, focalizzando ancor più l'attenzione sulla prevenzione, sulle attrezzature, sulla scelta di prodotti ecologici e sostenibili e, più in generale, sulla sicurezza degli ospiti e dei collaboratori. In effetti, in alcuni casi sono stati implementati i protocolli e le procedure di sanificazione, o quelli riguardanti l'impiego di specifici dispositivi, come la mascherina o il distanziamento sociale. In fondo la pandemia - anche nell'ambito alberghiero - ha reso finalmente visibile l'oscuro lavoro di queste figure, così indispensabili in qualsiasi albergo, in quanto i mass media e l'opinione pubblica si sono finalmente accorti della loro esistenza. Ecco perché è davvero necessario che su questo mondo, fatto di umiltà, impegno e risorse umane in cerca di dignità e riconoscimento sociale, non cali il sipario, per raggiungere la meta di una vera formazione del "pulitore", che coinvolga anche tutte le addette e gli addetti alla pulizia negli hotel. La pulizia di una camera o di un bagno, inoltre, andrà sempre più comunicata, al pari di un buon menù o dei servizi "plus", offerti al cliente da un buon hotel. Insomma, c'è tantissimo lavoro da svolgere, sensibilizzando ancor più al valore della pulizia alberghiera le categorie coinvolte e l'opinione pubblica, ma specialmente le istituzioni. Per tutte queste ragioni abbiamo accolto con grande favore un confortante annuncio, ovvero che ADA è stata contattata dal Ministero dell'Istruzione e del Merito per studiare insieme un progetto che porti a livello di istruzione scolastica e formazione post-scolastica la formazione della governante, partendo dal ruolo base della cameriera. Un segnale d'interesse che, speriamo, possa aprire importanti orizzonti. ■

AFIDAMP WEB

5 articoli

'Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale** : la filiera a confronto con il mercato'

LINK: <https://www.gsanews.it/news/sostenibilita-nei-sistemi-di-pulizia-professionale-la-filiera-a-confronto-con-il-mercato/>



'Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale** : la filiera a confronto con il mercato' 26 Ottobre 2023 'Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale**: la filiera a confronto con il mercato' è il convegno che avrà luogo a Rimini Fiera nell'ambito di Ecomondo, giovedì 9 novembre 2023 alle ore 10.00 Sala Noce, PAD.6. Il convegno, organizzato da Kyoto Club con il coordinamento di **AFIDAMP** e con la collaborazione di GSA Il Giornale dei Servizi Ambientali, ha lo scopo di fare il punto sullo stato dell'arte della sostenibilità nell'area dei servizi di pulizia professionali. È coinvolta la filiera dei produttori, dei dealers, ed il terminale delle imprese che prestano i servizi. Quest'ultimo comparto, con oltre 500.000 lavoratori, determina in modo sostanziale la qualità igienica in tutti i settori dell'amministrazione pubblica e nelle attività di natura privata come

alberghi, GDO, industria ed altri: ha quindi un effetto sulla qualità della vita per tutti noi. Evidentemente la filiera deve farlo in modo sostenibile coerentemente con gli obiettivi della transizione ecologica. Introduce e modera Sergio Andreis Direttore di Kyoto Club Intervengono: Vittorio Serafini Direttore generale Fondazione Scuola Nazionale Servizi Paolo Fabbri Presidente PUNTO 3 Paolo Cavallo Studio Legale Brugnoletti & Associati Nicola Fabbri Senior Consultant ERGO Srl, Sant'Anna, Pisa Cesare Buffone Responsabile analisi LCA e Sostenibilità PUNTO 3 Roberto Berardi Honorary Chairman European Tissue Symposium Roberto Galli Presidente sezione Distributori **AFIDAMP** Conclusioni Sergio Andreis GSA vi invita a registrarvi al convegno al link sottostante: gli iscritti riceveranno il biglietto di invito omaggio ad Ecomondo per tutte le

giornate della fiera.
https://docs.google.com/forms/d/1bI8Ye73zTcIw7Xu4grWgS-avlvab7zzsf_J4q1nEr0I/edit

AFIDAMP: Corso di Alta Formazione in Cleaning Management

LINK: <https://www.cleaningcommunity.net/afidamp-corso-di-alta-formazione-in-cleaning-management-2/>

Al via il Corso di Alta Formazione in Cleaning Management, che prevede 132 ore di formazione con nuovi moduli. Iscrizioni aperte fino al 9 novembre. Durante il webinar di martedì 10 ottobre organizzato da **AFIDAMP** e da Scuola Nazionale Servizi, sono state presentate le novità della IV edizione del Corso di Alta Formazione in Cleaning Management, che avrà inizio il 14 dicembre 2023 e prevede 132 ore di formazione e visite in azienda per capire gli aspetti della gestione della pulizia in ambienti che hanno natura e necessità differenti. Il progetto formativo, al quale **AFIDAMP** partecipa fin dalla prima edizione con SdM - Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo, con il supporto di Fra.Mar e il contributo di SNS e AIISA, nasce con l'obiettivo di fornire le conoscenze relative ai metodi, alle tecniche e agli strumenti per la gestione delle attività connesse alla pulizia e sanificazione degli ambienti commerciali, lavorativi e civili, offrendo una panoramica sulle principali tecnologie attualmente disponibili nel mondo del pulito. Il corso si rivolge a responsabili e

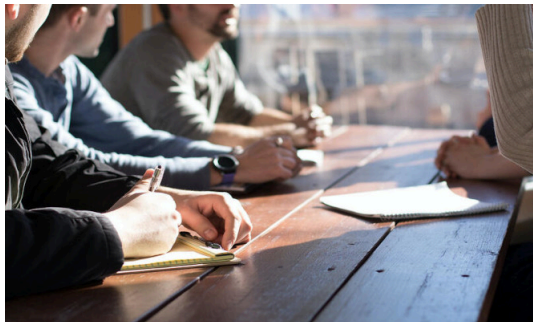
addetti al marketing e alla gestione di servizi di cleaning management di aziende operanti nel settore del pulito; addetti al facility management di aziende industriali e ospedaliere, della grande distribuzione e dei servizi; addetti alla manutenzione di aziende industriali; responsabili commerciali di aziende fornitrici di tecnologie del pulito; responsabili e addetti degli uffici gare d'appalto della Pubblica Amministrazione. Un ricco programma diviso in moduli (fruibili anche singolarmente), frutto di analisi e ricerche mirate a capire in che direzione sta andando il mercato, in cui si parlerà di: - Sistemi di Gestione integrati finalizzato alla Qualità, alla Salute e Sicurezza sul Lavoro e all'Ambiente (QHSE) - Progettazione e gestione dei servizi - Contrattualistica e aspetti legali - Marketing dei servizi - Human resources - Principi e tecnologie di miglioramento continuo, in cui si introdurranno i Principi di Lean Thinking e la filosofia Lean del miglioramento continuo per poi passare all'applicazione della tecnica delle 5S, approccio che permette di ottimizzare diversi aspetti di

qualsiasi tipo di ambiente e di processo. Quest'ultimo modulo prevede anche un approfondimento sui Principi di Total Product con uno sguardo sugli aspetti manutentivi coniugati rispetto ai processi di cleaning in cui si analizzeranno le diverse tipologie e gli approcci manutentivi con un'attenzione sia ai macchinari di pulizia sia ai processi di pulizia. Di grande importanza anche i nuovi moduli inseriti, dedicati all'economia circolare e sostenibilità secondo i principi ESG; alla gestione del cantiere; al cost budgeting; all'importanza del monitoraggio in itinere e a fine lavoro. Il modulo più corposo (della durata di 28 ore) 'Strumenti e metodi del pulito', è quello tenuto dai professionisti del mondo **AFIDAMP** che offriranno una panoramica sugli strumenti più innovativi presenti sul mercato con degli affondi sugli aspetti normativi, sulle certificazioni esistenti, sugli aspetti di sostenibilità dei prodotti e sulle performance al fine di fornire un supporto utile ai progettisti in fase di offerta. Infine, viene toccato anche l'importantissimo tema della pulizia degli impianti

aeraulici e della qualità dell'aria a cura dell'**associazione** AIISA. Tutti i moduli vogliono coniugare aspetti teorici e pratici, lasciando spazio a momenti di dialogo e confronto. Informazioni Pratiche Le lezioni si terranno al Campus di Ingegneria, via Einstein, 2 Dalmine (BG) e al Kilometro Rosso, via Stezzano 87 Bergamo. Le iscrizioni chiudono il 9 novembre. I corsi sono in presenza, con possibilità di seguire da remoto (previa richiesta e per un max di 16 ore). Non sono richiesti titoli di studio specifici per accedere ed è possibile iscriversi anche ai singoli moduli. Ai soci **AFIDAMP** è riservato uno sconto del 20% sulla quota di iscrizione. Per ulteriori informazioni e iscrizioni <https://sdm.unibg.it/corso/cleaningmanagement/>
Leggi anche: **AFIDAMP**: Cleaning Professionale, l'analisi di Cerved **AFIDAMP**, con INAIL per 'La Sanificazione nel post pandemia'

Cleaning management: al via la iv edizione del corso di alta formazione

LINK: <https://www.gsanews.it/news/cleaning-management-al-via-la-iv-edizione-del-corso-di-alta-formazione/>



Cleaning management: al via la iv edizione del corso di alta formazione 18 Ottobre 2023 Cleaning management: il corso di alta formazione prevede 132 ore con nuovi moduli. E' possibile iscriversi fino al 9 novembre. Durante il webinar di martedì 10 ottobre organizzato da **AFIDAMP** e da Fondazione Scuola Nazionale Servizi, sono state presentate le novità della IV edizione del Corso di Alta Formazione in Cleaning Management, che avrà inizio il 14 dicembre 2023 e prevede 132 ore di formazione e visite in azienda per capire gli aspetti della gestione della pulizia in ambienti che hanno natura e necessità differenti. Il progetto formativo, al quale **AFIDAMP** partecipa fin dalla prima edizione con SdM - Scuola di Alta Formazione dell'Università degli Studi di Bergamo, con il supporto di Fra.Mar e il contributo di Fondazione SNS e AIISA, nasce con l'obiettivo di 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. Il corso si rivolge a: 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. Un ricco programma diviso in moduli (fruibili anche singolarmente), frutto di analisi e ricerche mirate a capire in che direzione sta andando il mercato, in cui si

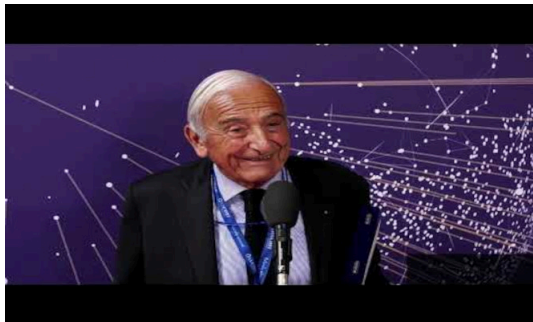
parlerà di Sistemi di Gestione integrati finalizzato alla Qualità, alla Salute e Sicurezza sul Lavoro e all'Ambiente (QHSE); progettazione e gestione dei servizi; contrattualistica e aspetti legali; marketing dei servizi; human resources; principi e tecnologie di miglioramento continuo in cui si introdurranno i Principi di Lean Thinking e la filosofia Lean del miglioramento continuo per poi passare all'applicazione della tecnica delle 5S, approccio che permette di ottimizzare diversi aspetti di qualunque tipo di ambiente e di processo. Quest'ultimo modulo prevede anche un approfondimento sui Principi di Total Product con uno sguardo sugli aspetti manutentivi coniugati rispetto ai processi di cleaning in cui si analizzeranno le diverse tipologie e gli approcci manutentivi con un'attenzione sia ai macchinari di pulizia sia ai processi di pulizia. Di

grande importanza anche i nuovi moduli inseriti, dedicati all'economia circolare e sostenibilità secondo i principi ESG; alla gestione del cantiere; al cost budgeting; all'importanza del monitoraggio in itinere e a fine lavoro. Il modulo più corposo (della durata di 28 ore) 'Strumenti e metodi del pulito', è quello tenuto dai professionisti del mondo **AFIDAMP** che offriranno una panoramica sugli strumenti più innovativi presenti sul mercato con degli affondi sugli aspetti normativi, sulle certificazioni esistenti, sugli aspetti di sostenibilità dei prodotti e sulle performance al fine di fornire un supporto utile ai progettisti in fase di offerta. Infine viene toccato anche l'importantissimo tema della pulizia degli impianti aeraulici e della qualità dell'aria a cura dell'**associazione** AIISA. Tutti i moduli vogliono coniugare aspetti teorici e pratici, lasciando spazio a momenti di dialogo e confronto. Informazioni Pratiche Le lezioni si terranno al Campus di Ingegneria, via Einstein, 2 Dalmine (BG) e al Kilometro Rosso, via Stezzano 87 Bergamo. Le iscrizioni chiudono il 9 novembre. I corsi sono in presenza, con possibilità di seguire da remoto (previa richiesta e per un max di 16 ore). Non

sono richiesti titoli di studio specifici per accedere ed è possibile iscriversi anche ai singoli moduli. Ai soci **AFIDAMP** è riservato uno sconto del 20% sulla quota di iscrizione. Per ulteriori informazioni e iscrizioni <https://sdm.unibg.it/corso/cleaningmanagement/>

'Pulizia igienica e sanificazione: una guida completa al cleaning professionale'

LINK: <https://www.gsanews.it/news/pulizia-igienica-e-sanificazione-una-guida-completa-al-cleaning-professionale/>



'Pulizia igienica e sanificazione: una guida completa al cleaning professionale' 16 Ottobre 2023 La seconda edizione del libro 'Pulizia igienica e sanificazione - La sporca storia del pulito. Dall'oro blu al Metaverso via Malta' (Edizioni Lswr) di Giulio Guizzi verrà presentato giovedì 19 novembre, alle 17, all'Accademia di Agricoltura Scienze e Lettere di Verona. L'incontro, che vedrà la presenza dell'autore, verrà aperto dai saluti del presidente dell'Accademia, Claudio Carcereri de Prati, del presidente nazionale di **AFIDAMP (Associazione dei Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale** e l'Igiene degli ambienti), Giuseppe Riello e del CEO di ISSA Pulire Network, Toni D'Andrea. 'La pulizia è il mestiere più antico del mondo', spiega Giulio Guizzi, 'ed è grazie ad essa che siamo sopravvissuti nei secoli a tante epidemie.

Purtroppo, questo insegnamento è spesso dimenticato dall'uomo moderno che sottovaluta l'operato di chi pulisce. Ma con l'arrivo del Covid le cose sono cambiate: l'igiene ambientale è stata rivalutata', prosegue, 'ed è stata posta sempre maggiore attenzione al mondo del cleaning. Il libro nasce, quindi, dalla necessità di far conoscere cosa c'è dietro al pulire', spiega l'autore. 'Ho raccolto nel Museo Guizzi-Fra.mar di Pedrengo (Bergamo) attrezzature e sistemi escogitati per eliminare lo sporco. Proprio da queste attrezzature si possono comprendere e ricostruire le avventure umane, sociali e spirituali legate al granello di polvere. Tra i numerosi esempi citati il più eclatante e famoso è quello del medico ungherese Ignace Semmelweis che a metà 1800, obbligando i medici studenti al lavaggio delle mani in corsia, ha salvato dalle diffuse febbri puerpali centinaia di partorienti. A

Budapest, vicino alla università a lui intestata, si erge la statua pure dedicatagli come geniale ma incompreso 'salvatore delle Madri'. Guizzi ha raccolto in un solo volume tutta la storia della pulizia, ossia la sua evoluzione nelle pratiche e nelle procedure. Il testo - che si rivolge in prima istanza ai pulitori e ai formatori dell'impresa di pulizia, artigiana o facility, ma non solo - è utile anche per il singolo cittadino che pur non occupandosi professionalmente di questo tema, potrà scoprire un interessante mondo, troppo spesso dimenticato. Questa seconda edizione di 'Pulizia, igiene e sanificazione' presenta le tendenze e gli sviluppi del cleaning negli ultimissimi anni, fino all'ipotesi della sua configurazione nel Metaverso. Ai capitoli dedicati alla pulizia dei pavimenti, delle superfici e dei vetri sono stati aggiunti anche informazioni sulla pulizia delle macchine robotizzate, dell'aria dentro

e fuori l'ambiente esteso
fino alla cattura dei
microdetriti cosmici.

"Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale**,' se ne parlerà a Ecomondo

LINK: <https://www.gsanews.it/news/sostenibilita-nei-sistemi-di-pulizia-professionale-se-ne-parlera-a-ecomondo/>



"Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale**,' se ne parlerà a Ecomondo 3 Ottobre 2023 'Sostenibilità nei sistemi di **pulizia professionale**: la filiera a confronto con il mercato' è il convegno che avrà luogo a Rimini Fiera nell'ambito di Ecomondo, giovedì 9 novembre 2023 alle ore 10.00 Sala Noce, PAD.6. Il convegno, organizzato da Kyoto Club con il coordinamento di **AFIDAMP** e con la collaborazione di GSA Il Giornale dei Servizi Ambientali, ha lo scopo di fare il punto sullo stato dell'arte della sostenibilità nell'area dei servizi di pulizia professionali. È coinvolta la filiera dei produttori, dei dealers, ed il terminale delle imprese che prestano i servizi. Quest'ultimo comparto, con oltre 500.000 lavoratori, determina in modo sostanziale la qualità igienica in tutti i settori dell'amministrazione pubblica e nelle attività di natura privata come alberghi, GDO, industria ed

altri: ha quindi un effetto sulla qualità della vita per tutti noi. Evidentemente la filiera deve farlo in modo sostenibile coerentemente con gli obiettivi della transizione ecologica. Introduce e modera Sergio Andreis Direttore di Kyoto Club Intervengono: Vittorio Serafini Direttore generale Fondazione Scuola Nazionale Servizi Paolo Fabbri Presidente PUNTO 3 Paolo Cavallo Studio Legale Brugnoletti & Associati Nicola Fabbri Senior Consultant ERGO Srl, Sant'Anna, Pisa Cesare Buffone Responsabile analisi LCA e Sostenibilità PUNTO 3 Roberto Berardi Honorary Chairman European Tissue Symposium Roberto Galli Presidente sezione Distributori **AFIDAMP** Conclusioni Sergio Andreis GSA vi invita a registrarvi al convegno al link sottostante: gli iscritti riceveranno il biglietto di invito omaggio ad Ecomondo per tutte le giornate della fiera.

https://docs.google.com/forms/d/1bI8Ye73zTcIw7Xu4grWgS-avlvab7zzsf_J4q1nEr0I/edit