



AFIDAMP

01 - 31 marzo 2024

INDICE

AFIDAMP

29/03/2024 Dimensione Pulito	4
AFIDAMP: un impegno su più tavoli e settori	
29/03/2024 Dimensione Pulito	7
Detergenza professionale: la sfida della transizione ecologica	
29/03/2024 Dimensione Pulito	11
Pulizia a scuola	

AFIDAMP WEB

11/03/2024 Gsanews 08:03	16
La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale	
09/03/2024 Dimensione Pulito 16:03	18
La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale ? Dimensione Pulito	

AFIDAMP

3 articoli

ASSOCIAZIONI

AFIDAMP: un impegno su più tavoli e settori

“Stiamo operando, per valorizzare al massimo l’attività degli associati: dall’ambiente all’impegno istituzionale, fino al supporto operativo”. A colloquio con il direttore Stefania Verrienti sul presente e gli impegni futuri dell’**associazione**

Maurizio Pedrini

Dal 1981, anno di nascita, AFIDAMP è divenuta il punto di riferimento per l’intera filiera del pulito professionale, acquisendo sempre più autorevolezza, forza e capacità rappresentativa nel panorama istituzionale italiano. L’**associazione** oggi è presente a più livelli, dimostrando di saper interfacciarsi positivamente con le altre realtà associative della filiera nel portare avanti preziosi progetti per far crescere la cultura del pulito e la professionalità di quanti si dedicano al settore nel nostro Paese. Una realtà, dunque, sempre più attiva e presente anche sul delicato terreno della formazione e dell’aggiornamento, al servizio dei propri iscritti. Abbiamo chiesto al direttore, arch. **Stefania Verrienti** di fare il punto sulle attività in atto e sulle nuove sfide da affrontare a breve e medio termine, portando avanti una preziosa mission.

Con questa intervista cerchiamo di conoscere meglio AFIDAMP, sempre più protagonista nella filiera della sanitation in Italia. Come sta l’associazione?

“Lo stato di salute di AFIDAMP oggi è ottimo. L’**associazione** è cresciuta molto e ha acquisito autorevolezza nei confronti del mercato e delle istituzioni. Dal momento in cui abbiamo distinto in maniera chiara la nostra veste, separandoci dall’organizzazione della fiera PULIRE, il nostro ruolo è diventato più esplicito agli occhi delle aziende che hanno risposto con grande attenzione. Oggi AFIDAMP costituisce il punto di riferimento per le imprese del Cleaning sia per quanto riguarda l’attività normativa che per quella a livello istituzionale. La mission dell’**associazione** viene chiaramente interpretata e questo determina una crescita costante di imprese associate.”

L’impressione, dall’esterno, è che siate impegnati su tantissimi fronti: sia sul piano dei tavoli istituzionali, dove è cresciuta la vostra autorevolezza, sia in quelli interassociativi: quali temi, fra i tanti che state



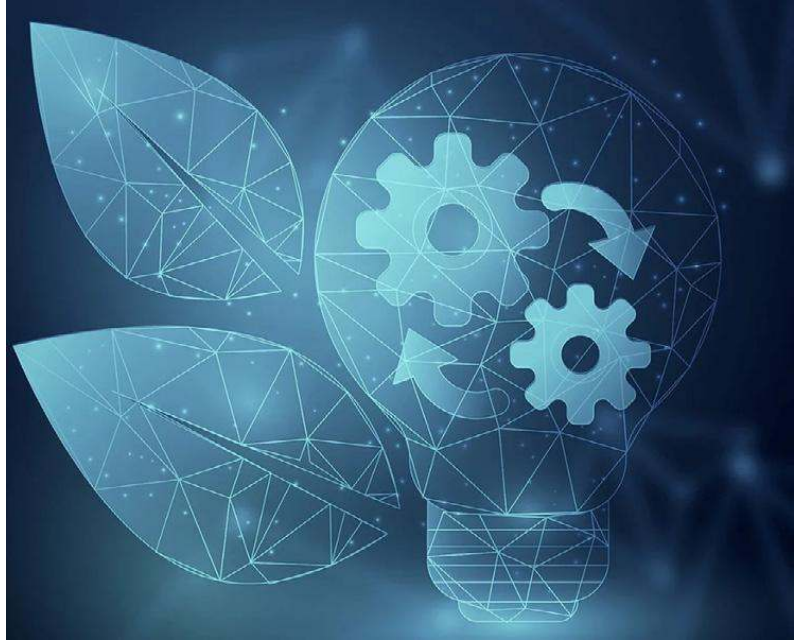
Stefania Verrienti,
direttrice di AFIDAMP

portando avanti, vi sono particolarmente cari?

“È vero, siamo impegnati su molteplici tavoli e in molti settori, che sono alla base del nostro ruolo associativo. In particolare, siamo sempre più attivi sulle problematiche ambientali: ne sono testimonianza anche i recenti convegni organizzati sul tema della transizione ecologica e della necessità per le imprese di impostare una strategia ambientale. In questa direzione va segnalata anche la conquista importantissima relativa alla realizzazione di una RCP (Regola di Categoria di Prodotto) riguardante le Macchine Lavasciuga pavimenti, secondo lo schema Made Green in Italy. In ambito istituzionale siamo presenti nei più importanti contesti, a livello nazionale ed europeo.”

L'attività dei Gruppi di lavoro ha sempre rappresentato il fiore all'occhiello dell'Associazione: cosa può dirci al riguardo?

“Confermo la sua positiva valutazione. Grazie all'impegno e alla collaborazione dei nostri soci, l'attività dei Gruppi di Lavoro procede molto alacramente. Questa organizzazione ci permette di lavorare in maniera più efficace sui singoli settori. Per rendere ancora più concreti i progetti, abbiamo affiancato ai GDL dei Focus Team specifici dedicati all'analisi e sviluppo di alcune partico-



lari tematiche, sia di tipo tecnico che strategico, anche in termini di risposta al mercato e alle nuove normative europee. Da ottobre 2023 a febbraio 2024 sono stati creati 8 Focus Team. Un segnale, anche questo, del forte coinvolgimento e della collaborazione dei nostri associati. E non ci fermiamo qui. A breve nascerà un nuovo Focus Team dedicato al Controllo, attività fondamentale per chi opera nel nostro settore.”

Quali sono i principali progetti e le iniziative a cui state lavorando, per incentivare la partecipazione degli iscritti e realizzare gli scopi associativi che nel lontano 1981 hanno ispirato la nascita di AFIDAMP?

“Come già anticipato, molti sono i fronti sui quali AFIDAMP sta operando, per la valorizzazione dell'attività dei propri iscritti. Dall'ambiente all'impegno istituzionale, fino al supporto operativo. Abbiamo anche messo a punto un nuovo catalogo di servizi riservati ai nostri soci, individuando una serie di autorevoli aziende partner con le quali collaborare per costruire un progetto

che aiuti concretamente le realtà a noi associate, offrendo servizi a loro utili, disponibili con particolari ed esclusive agevolazioni.”

La formazione e l'aggiornamento professionale hanno sempre rappresentato un'asse portante dell'attività associativa: AFIDAMP agisce a più livelli, da quella di base fino alla preparazione universitaria. Quali sono le iniziative più importanti che state portando avanti?

“Da sempre AFIDAMP è attenta e dinamica nel promuovere attività di formazione e aggiornamento. Oltre all'ormai duratura collaborazione con l'Università di Bergamo per il Corso di Alta Formazione in Cleaning Management, giunto alla IV edizione, è attiva e consolidata anche una collaborazione con il Politecnico di Milano. Ci occupiamo, in questo caso, di progettazione degli spazi in un'ottica di miglioramento della pulizia degli stessi. Molte anche le collaborazioni con società di consulenza e con Ergo, spin off della Scuola Sant'Anna di Pisa, per la realizzazione



ASSOCIAZIONI

di webinar informativi dedicati ai nostri associati. Questi ultimi sono molto apprezzati dagli iscritti ad **AFIDAMP**, che possono essere aggiornati su tematiche utili al loro lavoro quotidiano. Siamo molto soddisfatti del loro costante successo e continueremo a organizzarne anche in futuro.”

La delicata problematica della sanificazione, portata alla ribalta assieme alla preziosa figura del pulitore, durante la pandemia rischia di cadere nel dimenticatoio. AFIDAMP si è molto impegnata con l'intento di definire i migliori protocolli possibili e creare le condizioni per riconoscere il ruolo degli addetti: uno sforzo che sta dando buoni frutti?

“**AFIDAMP** continua a impegnarsi perché il tema della sanificazione e della pulizia resti di primo piano, anche passata la pandemia. Il nostro principale intento rimane quello di sensibilizzare le aziende alla cultura del pulito a tutto tondo. I documenti e le guide che finora abbiamo messo a punto, collaborando con prestigiosi partner, si sono posti l'obiettivo di promuovere l'adozione di processi di pulizia e sanificazione come prassi 'standard', entrando nello specifico della scelta delle strumentazioni da utilizza-

“Lo stato di salute di **AFIDAMP** oggi è ottimo. L'associazione è cresciuta molto e ha acquisito autorevolezza nei confronti del mercato e delle istituzioni. Dal momento in cui abbiamo distinto in maniera chiara la nostra veste, separandoci dall'organizzazione della fiera PULIRE, il nostro ruolo è diventato più esplicito agli occhi delle aziende, che hanno risposto con grande attenzione”.

re, nella descrizione delle metodologie da seguire, fornendo indicazioni per la corretta gestione delle pulizie e preziose informazioni su un appropriato impiego delle macchine, delle attrezzature e dei prodotti chimici. I frutti ci sono, e insieme a molte realtà che sono al nostro fianco, tra cui INAIL, procederemo alla realizzazione di ulteriori linee guida, manuali e prontuari per la diffusione delle buone pratiche di igiene e pulizia.”

Anche nella comunicazione AFIDAMP ha compiuto un salto di qualità con la realizzazione del nuovo, elegante e funzionale sito internet. Un mezzo di interazione sul quale

puntate molto?

“Certamente. Il sito di **AFIDAMP** è uno strumento importante per la nostra attività di comunicazione all'esterno, ma anche con i soci. Oltre al restyling grafico e contenutistico, esso rappresenta oggi un punto di scambio per i nostri soci. È stata infatti creata un'apposita sezione a loro dedicata, denominata FORUM, con accesso riservato, nella quale possono trovare documenti, informazioni, ma anche avere uno scambio tra di loro su argomenti specifici. Un vero sistema di networking associativo che riteniamo possa favorire ancor più la partecipazione attiva e costruttiva dei nostri iscritti alla vita associativa.” ■

LA “VOCE” DELLA PULIZIA PROFESSIONALE IN ITALIA



AFIDAMP Associazione dei **Fabbricanti e Distributori Italiani di Macchine, Prodotti e Attrezzi per la Pulizia Professionale** e l'Igiene degli ambienti è l'unica realtà di rappresentanza che riunisce le diverse anime della filiera della **pulizia professionale** in Italia. Raccoglie produttori, importatori e distributori di prodotti, macchinari, carta ed attrezzature, oltre ad altri organismi settoriali. Con la sua attività tutela e promuove un

comparto che rappresenta una bandiera del Made in Italy nel mondo. L'Italia infatti è da sempre ai primi posti nella produzione mondiale di prodotti, macchinari ed attrezzi per la **pulizia professionale**, seconda solo a Germania e Stati Uniti. La nascita di **Afidamp** risale al 1981, a Milano. Ad istituirla è stato un gruppo di imprenditori compatti nella volontà di creare un organismo in cui il comparto potesse trovare coesione e forza. **AFIDAMP** nasce

infatti con la missione di dar voce ai rappresentanti di un mercato che aveva grandi opportunità ma che era quasi totalmente sconosciuto e perciò non strutturato e non aggregato. Sono passati 43 anni ed **AFIDAMP** è cresciuta, diventando una realtà riconosciuta a livello istituzionale ed associativo e un punto di riferimento sempre più importante per i protagonisti del comparto e per la diffusione della cultura del pulito in Italia.

MERCATO

Detergenza professionale: la sfida della transizione ecologica

Le aziende del comparto sono chiamate ad affrontare il futuro impostando fin da ora una vera e propria strategia climatica, innestando azioni rispettose dell'ambiente non solo nell'ambito del marketing e della comunicazione – come fatto finora, almeno nella maggioranza dei casi - ma soprattutto a livello di produzione, business e presenza sul mercato. Se ne è parlato all'interessante convegno organizzato con successo da **AFIDAMP** durante la manifestazione H3i

Maurizio Pedrini

Uno degli aspetti più importanti, anche se meno conclamati della cosiddetta “transizione sostenibile” alla quale è chiamato anche il nostro settore economico, è rappresentato dagli investimenti in tecnologia e ricerca: si tratta di una strategia essenziale per rendere qualsiasi attività produttiva più sostenibile ed efficiente. Investire in questo campo consente certamente di accrescere il valore dei prodotti e dei servizi offerti in termini di qualità, sicurezza ed efficacia.

Questa strada maestra, per fortuna, è stata imboccata già da tempo in Italia nel settore della detergenza professionale che, grazie all'adesione massiccia delle nostre aziende alla Certificazione Ecolabel – Ecolabel UE, consente oggi al nostro Paese di porsi di gran lunga all'assoluta avanguardia in ambito europeo, ponendolo così in una condizione di privilegio rispetto alla concorrenza, assai utile per affrontare abbastanza serenamente gli ulteriori salti di qualità richiesti dalle norma-





tive sempre più stringenti dell'Unione Europea. Ricordiamo, per inciso, che il marchio Ecolabel è un'etichetta volontaria, assegnata a prodotti/servizi che rispondono a determinati criteri ambientali e prestazionali durante l'intero ciclo di vita: dall'estrazione delle materie prime alla produzione e alla distribuzione, fino allo smaltimento. È emerso anche questo ed altro, durante l'interessante convegno sul tema "La strategia climatica della detergenza professionale per vincere la sfida della transizione ecologica", organizzato con successo da AFIDAMP svoltosi giovedì 6 marzo presso l'NH Centro Congressi di Assago Milanofiori durante la manifestazione H3i. L'evento dedicato alle materie prime, ingredienti, formulazioni e servizi utilizzati nella realizzazione di prodotti per la pulizia per uso domestico, industriale e istituzionale, che si è tenuto nei giorni 5 e 6

del mese, ha riscosso un buon numero di visitatori ed espositori. Introdotto e moderato da Matteo Marino, Responsabile del Gruppo di Lavoro Chimici di AFIDAMP, l'incontro - seguito con molta attenzione da una qualificata platea - ha visto susseguirsi in rapida successione le interessanti relazioni di: Danilo Sartori, Responsabile dei Modelli Innovativi di Riciclo di COREPLA; Nicola Fabbri, Senior Consultant di ERGO Srl; Piera Pellegrino, Tecnologo di ISPRA Servizio Certificazioni Ambientali; Domenico Zuccaro, Tecnologo di ISPRA Servizio Certificazioni Ambientali e Coordinatore dell'EU Ecolabel CB Forum; Cesare Buffone, Responsabile analisi LCA e Sostenibilità di Punto 3. Molteplici, tutti estremamente attuali ed assai stimolanti, gli spunti di informazione e riflessione emersi, che hanno affrontato a tutto tondo i molti temi sul tappeto: soffer-

mandosi in particolare sui criteri di ecodesign, sulle certificazioni, sulle etichette, sul carbon footprint, sull'ecolabel e sui CAM: tutti elementi in grado di contribuire al meglio, se perseguiti con forza e coerenza, al raggiungimento dell'impegnativo obiettivo della Sostenibilità.

SERVE UNA STRATEGIA CLIMATICA

Il quadro emerso dai vari contributi è risultato positivo, anche se non privo di preoccupazioni, espresse in più d'una occasione da Marino - anche riguardo agli spazi che verranno destinati ai dati della certificazione ecologica sull'etichetta dei detersivi, che già adesso risultano esigui. Il rappresentante di AFIDAMP, in rappresentanza dei produttori, chiamati a far fronte in tempi abbastanza ravvicinati ai nuovi regolamenti stabiliti alla detergen-

MERCATO

za dall'UE, pur esprimendo adesione convinta al percorso intrapreso, si è fatto giustamente portavoce di altri nodi da sciogliere. Oggi, in sostanza, le aziende sono chiamate ad affrontare il futuro impostando fin da ora una vera e propria strategia climatica, innestando azioni rispettose dell'ambiente non solo nell'ambito del marketing e della comunicazione - come fatto finora, almeno nella maggioranza dei casi - ma soprattutto a livello di produzione, business e presenza sul mercato. La strategia climatica non è infatti un elemento a sé stante, bensì parte del progetto di crescita di ogni azienda. Azioni che richiedono, come ha sottolineato Danilo Sartori di Corepla, l'impegno di tutti in un attento gioco di squadra che, nel caso del riciclo e anche del riuso dei contenitori, deve partire dal design e dalla progettazione, migliorando proprio la fase di raccolta. Azioni che rispondo al Green Deal Europeo e nelle quali il nostro Paese è sempre virtuoso. Dopo aver precisato il ruolo di Corepla, Sartori ha voluto ricordare le fasi fondamentali del pro-

cesso di riciclo, illustrando dettagliatamente le proposte cardine contenute nel Circular Economy Package dell'UE per rendere i detergenti sostenibili in ambito comunitario. In sintesi le stesse prevedono: adozione di requisiti di ecodesign per rendere i prodotti più sostenibili, circolari ed efficienti dal punto di vista energetico; introduzione del Digital Product Passport per migliorare le informazioni sulla sostenibilità ambientale dei prodotti, disponibili per i consumatori e per tutti gli attori della catena di fornitura, prevenzione della distruzione dei prodotti di consumo invenduti, promozione dei modelli di business sostenibili, definizione di requisiti obbligatori per il Green Public Procurement. "Il design dei prodotti - ha spiegato - dovrà essere funzionale al loro riciclo, con l'intento di generare materia prima-seconda di qualità. Un buon design for recycling dovrà basarsi sulle esigenze del consumatore con imballaggi facili da svuotare, facilmente conferibili e privi di residui di contenuto; dovranno inol-

tre contenere istruzioni chiare circa il loro conferimento nella raccolta differenziata, precisando le attività da compiere, come ad esempio la rimozione dell'etichetta."

L'ECODESIGN DEI PRODOTTI

Fondamentale è che le aziende comprendano quali siano le modalità per procedere, mettendo le basi per costruire strategie misurabili, come ha sottolineato Nicola Fabbri di Ergo, ragionando da subito in un'ottica di sostenibilità, ripensando l'ecodesign dei prodotti e progettando tutte le attività aziendali verso un nuovo schema green. La transizione ecologica, come ha spiegato, è un percorso di lunga durata, che richiede anzitutto lo sviluppo di energie da fonti rinnovabili, un efficientamento energetico addizionale, la creazione dei modelli di circolarità e innovazione tecnologica oltre le BAT. Senza contare il costante monitoraggio e la valutazione tramite certificazioni, disclosure anche tramite questionari, governance e supply chain engagement. Si tratta di un percorso che richiede tempo e investimenti che devono anch'essi essere sostenibili. Dunque una strada non priva di incognite che comporta tanti necessari e delicati passaggi con l'implementazione di regolamenti al proprio interno e, soprattutto, controllo e attenzione sul risultato di ogni singola tappa. Fabbri si è soffermato sull'ESPR, il futuro passaporto UE che: fornirà informazioni circa la sostenibilità ambientale del prodotto; aiuterà consumatori ed aziende nel prendere decisioni consapevoli all'atto di acquisto dei prodotti; faciliterà il riparo e il riciclo dei prodotti; migliorerà la trasparenza sugli impatti ambientali dell'intero ciclo di vita dei prodotti; aiuterà le autorità pubbliche negli accertamenti e nei controlli. Il documento, peraltro, non sostituirà le etichette energetiche e le informazioni potranno essere presentate anche sotto forma di "classi di prestazione" (ad esempio da A a G), da riportare eventualmente



su un'etichetta, in modo da facilitare il confronto tra prodotti (ad esempio per dare indicazioni sulla reperibilità del prodotto stesso). Come dicevamo in apertura, parecchi passi avanti sono stati già fatti in Italia, in particolare grazie ai CAM.

ETICHETTA ECOLABEL

Il nostro Paese è molto avanti sul tema del riciclo e anche sul fronte Ecolabel l'Italia si distingue. Lo hanno detto a chiare lettere, supportati da dati e statistiche inoppugnabili Piera Pellegrino e Domenico Zuccaro di Ispra. Basti pensare che sono attualmente già 464 le aziende (su un totale di 2000 a livello europeo) che hanno almeno un prodotto certificato Ecolabel. I due strumenti insieme, CAM ed Ecolabel, segnano quindi la rotta verso quella che è una transizione delle imprese in chiave ecologica. In particolare Zuccaro, mettendo in risalto anche lo specifico impegno italiano, anch'esso all'avanguardia europea, verso il green

contenuto nei CAM in attuazione del GPP e degli acquisti verdi, ha posto in risalto l'importanza dei sette criteri obbligatori relativi ai servizi di pulizia: uso minimo di prodotti detergenti Ecolabel UE/ISO1, dosaggio dei detergenti, uso minimo di prodotti in microfibra, formazione del personale, rudimenti di un sistema di gestione ambientale, raccolta differenziata presso i locali del richiedente, utilizzo del logo. Cesare Buffone di Punto 3, ha messo l'accento sull'importanza della progettazione eco-compatibile che implica l'integrazione di valutazioni ambientali all'interno del processo di sviluppo dei prodotti. Sono per fortuna molte le industrie che già hanno preso questa direzione, dato che i tempi di sviluppo non sono brevi. Secondo uno studio relativo all'anno 2023 (fonte: Mid Market Climate Transition Barometer), l'11% delle aziende su un campione di 700 ha già iniziato a sviluppare strategie per la sostenibilità e la diminuzione del loro impatto ambien-

tale. La strategia climatica deve inoltre aiutare le aziende a ridurre la propria impronta di carbonio e a compensare le emissioni che non è stato possibile evitare, adattando la propria modalità di produzione e di presenza sul mercato. Ripensare i processi produttivi in funzione green rappresenta, dunque, una sorta di sfida nella sfida, che investe ogni singola fase del percorso: da quello spiccatamente produttivo alla distribuzione, per ridurre concretamente l'impatto della CO₂, dalla logistica (avvicinamento fornitori), al tipo di imballaggio primario (uso di imballaggi riciclati), fino all'energia che alimenta l'impianto (installazione del fotovoltaico). Insomma, il convegno di Milano ha dimostrato, se ancora ce ne fosse bisogno, che per le aziende italiane, per quella della detergenza in particolare, è iniziata una nuova era: **AFIDAMP** rappresenterà certamente un punto di riferimento e aiuto per quanti la vorranno affrontare nel modo migliore. ■



UNFORGETTABLE
Fragrances

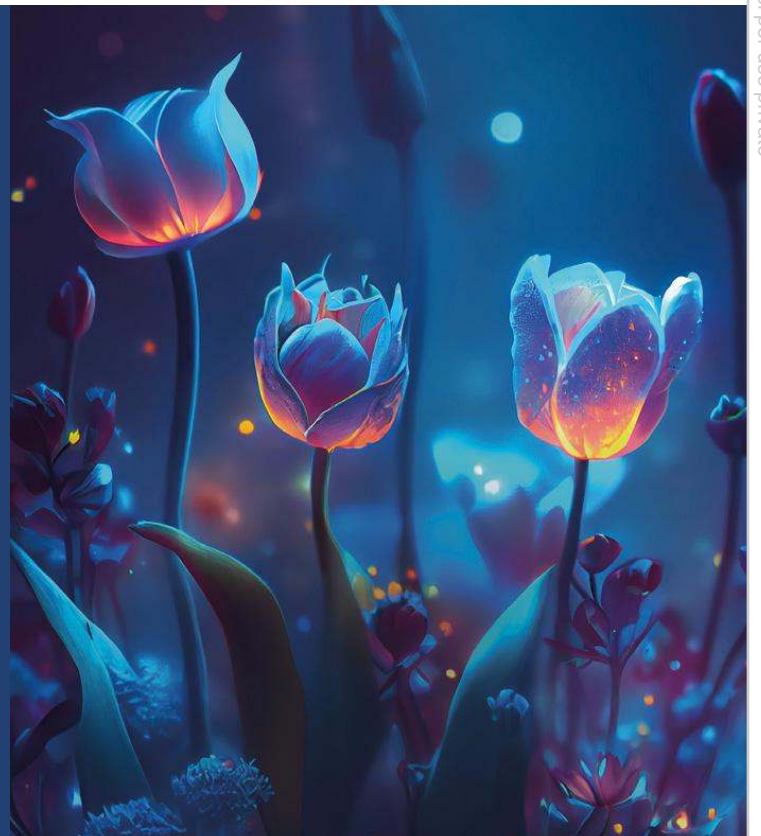
Produttori di Fragranze e Aromi, dal 1998.

La fragranza è più di un profumo.

È personalità, stile ed eleganza, un'esperienza che ti accompagna nel tempo, lasciando un'impressione duratura.

L.R. Industries crea la tua firma olfattiva distintiva, che trasformerà i tuoi prodotti in esperienze indimenticabili.

L.R. FLAVOURS & FRAGRANCES INDUSTRIES S.p.A.
info@lrindustries.it | lrindustries.it



SCUOLA

PROFESSIONE

afidamp

ASSOCIAZIONE FORNITORI ITALIANI ATTREZZATURE
MACCHINE PRODOTTI E SERVIZI PER LA PULIZIA

Pulizia a scuola

Tutto quello che occorre sapere sulle caratteristiche delle attrezzature usate per una **pulizia professionale** efficace degli edifici scolastici

a cura di **Cristina Cardinali**



Quando si parla di pulizia professionale nelle scuole non si può non fare riferimento al manuale realizzato da **AFIDAMP** dedicato alla formazione del personale addetto al servizio di pulizia nelle scuole. È strutturato in modo da fornire, per tipologia di superfici (pavimenti, arre-

di e superfici verticali, servizi igienici) chiare e pratiche indicazioni sulle caratteristiche delle attrezzature usate e metodologie di intervento e a conclusione illustra gli indici di produttività, con una efficace simulazione del piano di lavoro nelle scuole.

In questo articolo riportiamo le chiare

ed esaustive indicazioni sulle caratteristiche delle attrezzature usate nelle diverse fasi di pulizia.

ASPORTAZIONE POLVERE DAI PAVIMENTI

La **scopatura a umido** è un'operazione fondamentale e si effettua per eli-

minare lo sporco che non aderisce al pavimento, senza sollevare polvere. La scopatura a umido si può effettuare utilizzando:

Attrezzo + garza usa e getta. La garza è impregnata di olio minerale con elevato potere elettrostatico. Può essere bianca o colorata, di vari pesi e misure. La garza si utilizza fissata alla base di uno specifico attrezzo denominato scopa a trapezio o scopa lamellare. Sono disponibili attrezzi in svariate forme (di norma trapezoidale o rettangolare), misure (da cm 25 fino a oltre cm 100) e materiali (es. plastica, alluminio). La parte inferiore della base è costituita da lamelle flessibili lineari o ondulate che consentono di far aderire l'attrezzo al pavimento. Completano l'attrezzo il manico (preferibilmente telescopico per favorire la massima ergonomia) e lo snodo che collega il manico alla base.

Attrezzo + microfibra. Le proprietà della microfibra rendono tale materiale una valida soluzione per eseguire la scopatura a umido. Si utilizzano strisce rettangolari di microfibra (denominate mop piano o frangia in microfibra). La microfibra va posta sotto un attrezzo simile a quello utilizzato con le garze usa e getta, dal quale differisce per il sistema di fissaggio, costituito da strisce di velcro.

Attrezzo + frangia in cotone. La scopatura a umido con frangia prevede l'uso di frange a strisce rettangolari, in cotone o tessuto sintetico, ricoperte da corte frange. Misurano da 25 cm a 100 cm. Si fissano con il velcro o con tasche o con pinze a un supporto di plastica o a un'armatura metallica. Possono essere utilizzate rivestite a loro volta da una sottile garza in cotone.

L'aspirazione meccanica prevede l'utilizzo di un aspirapolvere, una macchina provvista di uno o più motori con turbina, che crea depressione (estrazione dell'aria) all'interno di un contenitore chiuso. La depressione, attraverso un tubo flessibile collegato al serbatoio,



io, permette l'aspirazione di polvere e altre particelle da superfici di vario genere. L'aspirapolvere, generalmente, è costituito da quattro componenti o gruppi di componenti:

A) Testata: contiene uno o più motori elettrici che fanno ruotare le turbine per la produzione del vuoto nel contenitore.

B) Sistema filtrante: è il componente per mezzo del quale le polveri secche vengono separate dall'aria e trattenute per non essere reimmesse nell'ambiente. Esistono diverse tipologie di filtri: in tessuto (generalmente poliestere trattato termicamente) o a cartuccia (in carta, poliestere), hepa (filtro assoluto). Un ulteriore sistema di filtrazione e raccolta delle polveri è costituito dal sacco in carta (a uno o più strati) o in microfibra.

C) Contenitore: è l'involucro sottovuoto che raccoglie il materiale aspirato. Può essere realizzato in metallo o in plastica.

D) Tubo flessibile: collegato al contenitore di raccolta dello sporco e munito di bocchette, permette all'operatore di aspirare a distanza dall'apparecchio.

E) L'aspirapolvere dispone sempre di accessori standard, che adempiono alla maggior parte degli utilizzi:

- tubo rigido, in alcuni casi curvo, per consentire all'operatore di raggiungere il pavimento restando in posizione eretta;
- pennello, per l'aspirazione dello sporco più ostinato;
- lancia piatta, per fessure e punti nascosti;
- bocchetta polvere.

Oltre agli accessori standard, l'aspirapolvere può essere dotato di ulteriori elementi, che ne modificano le prestazioni e ne ampliano gli ambiti di utilizzo, incrementandone l'efficienza nelle specifiche circostanze.

Tra i più diffusi: elettrospazzola, per la pulizia della moquette, bocchetta per la pulizia dei termosifoni, bocchetta per la pulizia dei tessuti e degli imbottiti.

LAVAGGIO DEI PAVIMENTI

Il **lavaggio manuale** prevede l'utilizzo di mop, frange, frattazzo, carrello a due secchi.

Mop: è costituito da cordoncini di cotone, di materiale sintetico o di microfibra, lunghi da 30 cm a 50 cm, doppi, cuciti insieme. Alcune strisce sono cucite tra loro a 10 cm dall'estremità per evitare che si annodino mentre vengono utilizzate. Il mop si fissa a un manico che termina con una pinza o con una vite.

Frangia: sono strisce rettangolari, in cotone, tessuto sintetico o microfibra, ricoperte da corte frange. Misurano da 25 cm a 100 cm. Si fissano con il velcro o con tasche o con pinze a un supporto in plastica o a un'armatura metallica.

Frattazzo: si tratta di una tavoletta in plastica, con impugnatura o manico, utilizzata con un tampone abrasivo (e panno) di diversa grana o durezza. Serve per pulire sporco incrostato o spazi non accessibili ai mop. Si utilizza anche nei bagni, soprattutto quelli di piccole e medie dimensioni. I tamponi abrasivi sono di vari colori, che definiscono la grana e la durezza: dal bianco meno aggressivo al nero più aggressivo.

Carrello a due secchi: è composto da

SCUOLA

PROFESSIONE

un telaio con ruote e manico, due secchi (blu, per la soluzione detergente e rosso, per l'acqua sporca di recupero), una pressa orientata sul secchio rosso per strizzare mop o frangia.

Il sistema di lavaggio dei pavimenti con i carrelli mop consente di organizzare razionalmente il lavoro, in quanto tutti gli strumenti per il lavaggio sono trasportati dal carrello e di lavorare in maniera igienica, in quanto evita all'operatore di venire a contatto con mop e frange contaminate dallo sporco.

Il **lavaggio meccanico** prevede l'utilizzo di una lavasciugapavimenti, di una monospazzola + aspiraliquidi.

La **lavasciugapavimenti**, macchina automatica, a spinta o semovente, che lava e asciuga i pavimenti è composta essenzialmente da:

1 Testata lavante: costituita da una o più spazzole (piane o a rullo o dischi abrasivi), è l'organo che esercita l'azione lavante di tipo meccanico, utilizzando, oltre alle spazzole o ai dischi abrasivi, la soluzione detergente proveniente dal serbatoio della soluzione.

2 Tergipavimento (squeegee): costituito da un corpo solido di larghezza superiore alla testata lavante, serve per recuperare (tramite aspirazione) la soluzione detergente rilasciata dalla macchina in fase di lavaggio. Si compone di due o più lame di gomma che creano una camera aspirante. Può avere forma diritta, curva, a "V".

3 Sistema aspirante: costituito da un motore di aspirazione che, creando depressione all'interno del serbatoio di recupero, consente al tergilavaggio di aspirare la soluzione detergente.

4 Serbatoio della soluzione: vano all'interno del quale si immette acqua + detergente "A", idoneo per il lavaggio dei diversi tipi di pavimento e dei diversi tipi di sporco da rimuovere.

5 Serbatoio di recupero: vano all'interno del quale si depositano le acque aspirate dal tergilavaggio "B"; il serbatoio di recupero è dotato di un dispositivo che ne consente lo svuotamento.

Colore	Rischio chimico	Ambienti	Prodotti	Caratteristica Prodotti
ROSSO	Altissimo	Sanitari Wc, Bidet	Acidi	Disincrostanti
VERDE	Alto	Cucine, Superfici su cui si trattano alimenti	Alcalini	Sgrassanti
BLU	Medio	Uffici e Arredi	Neutri	Multiuso
GIALLO	Medio	Vetri, Superfici vetrificate, Ceramica	Neutri	Multiuso delicati
BIANCO				Disinfettanti

Il lavaggio meccanico con **monospazzola e aspiraliquidi** ha lo scopo di asportare lo sporco aderente dai pavimenti. Viene impiegato per pulizie di fondo su sporco tenace o superfici con ingombri. Questo metodo è particolarmente indicato per la deceratura dei pavimenti.

La monospazzola è una macchina con disco rotante a bassa, media e alta velocità, dotata di trasmissione a ingranaggi o a cinghia, di un serbatoio che contiene la soluzione lavante, di una spazzola piana, dal diametro che normalmente va dai 25 ai 55 cm o di un disco, trascinatore che si utilizza con dischi abrasivi, di durezza variabile secondo un codice colore, per le diverse tipologie di pavimenti e di interventi. L'aspiraliquidi è una variante dell'aspirapolvere, indicato per l'aspirazione di liquidi. Ha una filtrazione nulla o bassa ed è dotato di un sistema (galleggianti) in grado di bloccare l'aspirazione quando il contenitore raggiunge il pieno di liquido.

PULIZIA DI ARREDI E SUPERFICI VERTICALI

Gli arredi, le superfici verticali e in generale tutte le superfici sottoposte a contatto (es. maniglie di porte, interruttori, davanzali interni) devono essere regolarmente sanificati mediante la spolveratura a umido utilizzando panni umidi o intrisi di soluzione detergente o disinfettante. Fondamentale è pertanto la scelta dei panni e il loro corretto utilizzo.

La qualità e di conseguenza il campo di impiego dei panni dipendono dalle materie prime di cui sono composti, dallo spessore e dal peso.

Cotone: panno in fibra naturale che viene tessuta tramite un intreccio di fili, disposti in senso orizzontale con altri disposti in senso verticale, secondo determinate evoluzioni. I fili verticali vengono chiamati comunemente "fili di ordito", mentre quelli disposti in senso orizzontale sono detti "trama". I panni in cotone, che sono i primi in ordine cronologico a essere stati impiegati, possono essere utilizzati sia asciutti che umidi.

Microfibra: è una fibra sottilissima, composta dalla combinazione di poliestere, poliammide e polistirene, dallo spessore 1500 volte inferiore a quello di un capello. Ogni fibra ha bordi spigolosi che raccolgono molto bene polvere e sporco, con un'azione capillare "microabrasiva", che unitamente all'azione detergente, rimuove lo sporco grasso. Ha una struttura a labirinto che imprigiona lo sporco fino all'ultimo granello. Le dimensioni delle fibre del labirinto sono piccolissime (pochi millesimi di millimetro), per cui anche le gocce lasciate sulle superfici dal panno sono di conseguenza piccolissime e di rapida evaporazione, lasciando le superfici asciutte.

I panni in microfibra si lavano in lavabiancheria ad alta temperatura, con detersivi specifici non in polvere.

Lattice: panno la cui componente principale è costituita per lo più da una sostanza (il lattice appunto) che si estrae prevalentemente da alcune piante. Può essere anche sintetico e ha elevate proprietà assorbenti ottenute grazie a un particolare processo di fabbricazione. I panni in lattice hanno un notevole attrito con le superfici.

Microforato: panno per lo più in latti-

ce con microforature che conferiscono scorrevolezza. Molto assorbente.

TNT: prodotto altamente tecnologico, è un panno in cui le fibre non sono intrecciate secondo la disposizione trama e ordito (quindi non sono tessute), ma sono accostate tra loro a caso e tenute insieme per frizione e/o coesione e/o adesione, in modo da creare una superficie compatta e continua, tipo tessuto. Il TNT viene utilizzato principalmente per panni usa e getta.

Spugna: i panni spugna si contraddistinguono per la loro superiore capacità assorbente, conferita dal materiale di cui sono composti: cotone e cellulosa. I panni spugna, grazie alla presenza di cellulosa, sono in grado di assorbire una maggiore quantità d'acqua, e molto più velocemente, rispetto agli altri panni. La presenza di cotone, invece, fa in modo che siano molto più resistenti e duraturi rispetto alla carta. Sono molto soffici e facili da sciacquare. Si utilizzano a umido. Alcuni panni spugna sono rinforzati con un tessuto a trama larga che aumenta la resistenza e la durata. Il colore dei panni individua la destinazione e la modalità d'uso (**vedi tabella codice colori**).

SOLUZIONE DETERGENTE

I detergenti sono una combinazione di sostanze chimiche in grado di distaccare lo sporco dalle superfici senza rovinarle. Sono composti da agenti tensioattivi ed emulsionanti, agenti sequestranti e vari sali per il controllo del pH e per migliorare alcune caratteristiche.

In funzione del loro impiego i detergenti possono essere classificati in:

- Cere / Emulsioni
- Deceranti
- Detergenti e shampoo per moquette
- Detergenti manutentori
- Detersolventi
- Detergenti acidi e disincrostanti
- Detergenti fortemente alcalini
- Detergenti combinati con cere (lavincera)
- Prodotti per lo spray-cleaning

LAVAGGIO VETRI E PARETI LAVABILI

Vello tergivetro: formato da un telaio composto da una impugnatura e un supporto per il vello (tessuto o tessuto e abrasivo-non abrasivo). L'impugnatura e il supporto del vello possono essere uniti da uno snodo che consente di variare l'angolo. Il vello è disponibile in varie dimensioni (da 15 a 55 cm).

Tergivetro: è costituito da un'impugnatura (acciaio, alluminio, ottone, plastica e bicomponenti gomma/plastica) fissa o snodata; da una ganascia dentellata a molla, a viti, o a scatto; da un supporto amovibile (in alluminio, ottone o acciaio), in cui è alloggiata la lamina in gomma. Il tergivetro è disponibile in varie dimensioni (da 15 a 55 cm). Panno: in tessuto o lattice.

Secchio: per soluzione detergente con o senza supporto interno per vello e tergivetro.

Cintura porta attrezzi

Raschietto: per la rimozione di sporchi molto aderenti al vetro.

Asta telescopica: per raggiungere i vetri in altezza.

Per la pulizia di vetrate esterne possono essere utilizzate anche attrezzature / macchinari specifici in grado di

operare a grandi altezze ottimizzando i tempi di manutenzione.

SANIFICAZIONE DEI SERVIZI IGIENICI

Si prevede un lavaggio con panno e vaporizzatore.

Per i **panni** è particolarmente raccomandato applicare il codice colore, destinando ogni colore a una zona precisa, per esempio:

- rosso: simbolo di pericolo, di zona a rischio, sarà utilizzato per le tazze e i sedili dei wc e per i bidet;
- blu: sarà utilizzato per le zone "umide", ma senza rischi (lavandini, vasche, cabine doccia, rubinetteria, piastrelle)
- giallo: sarà utilizzato per le zone "asciutte", come le lampade, le appliques ecc.

Anche per i **vaporizzatori** è bene adottare il codice colore, assegnando a ciascuno un solo tipo di prodotto, per esempio:

- rosso: prodotto acido
- blu: prodotto neutro.

Per qualsiasi ulteriore approfondimento è possibile rivolgersi alla segreteria dell'associazione AFIDAMP, scrivendo a divit@afidamp.it. ■



AFIDAMP WEB

2 articoli

La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale

LINK: <https://www.gsanews.it/news/la-sfida-della-transizione-ecologica-nella-detergenza-professionale/>



La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale 11 Marzo 2024 Si può raggiungere la Carbon Neutrality e fare evolvere le proprie aziende verso una trasformazione che tenga conto del rispetto dell'ambiente, creando azioni clima-positive? Per approfondire l'argomento, in occasione della manifestazione H3i che si è svolta a Milano il 5 e 6 marzo, **AFIDAMP** ha organizzato un convegno dedicato al tema 'La strategia climatica della detergenza professionale per vincere la sfida della transizione ecologica', un appuntamento ideato per esplorare quali sono le strade da percorrere per le aziende, quale il quadro normativo di riferimento e come sia possibile individuare non solo un percorso in tutela dell'ambiente, ma una strategia climatica, che veda le aziende del settore operare in vista di una vera e propria transizione ecologica. A parlarne,

moderati sapientemente da **M a t t e o M a r i n o**, Responsabile del Gruppo di Lavoro Chimici di **AFIDAMP**, che ha saputo evidenziare i punti più rilevanti del tema, autorevoli relatori: Danilo Sartori, Responsabile dei Modelli Innovativi di Riciclo di COREPLA; Nicola Fabbri, Senior Consultant di ERGO Srl; Piera Pellegrino, Tecnologo di ISPRA Servizio Certificazioni Ambientali; Domenico Zuccaro, Tecnologo di ISPRA Servizio Certificazioni Ambientali e Coordinatore dell' EU Ecolabel CB Forum; Cesare Buffone, Responsabile analisi LCA e Sostenibilità di PUNTO 3. Grazie a loro e alle diverse competenze che hanno messo in campo, è stato possibile analizzare il contesto nel quale si muove oggi il settore della detergenza e le prospettive future, dettate dai nuovi regolamenti. È emerso con grande chiarezza il messaggio della necessità per tutte le aziende di affrontare il futuro impostando fin da ora una

vera e propria strategia climatica, innestando azioni rispettose dell'ambiente non solo a livello di marketing e comunicazione, ma soprattutto a livello di business, di produzione e di presenza sul mercato. La strategia climatica non è infatti un elemento a sé stante, bensì parte del progetto di crescita di ogni azienda. Azioni che richiedono, come ha sottolineato Danilo Sartori di Corepla, l'impegno di tutti in un attento gioco di squadra che, nel caso del riciclo e anche del riuso dei contenitori, deve partire dal design e della progettazione, migliorando proprio la fase di raccolta. Azioni che rispondo al Green Deal Europeo e nelle quali il nostro Paese è sempre virtuoso. Molti passi, infatti, sono stati già fatti in Italia, in particolare grazie ai CAM. Il nostro Paese è molto avanti sul tema del riciclo e anche sul fronte Ecolabel l'Italia si distingue. Come hanno evidenziato Piera Pellegrino

e Domenico Zuccaro di Ispra sono ad oggi già 464 le aziende (su un totale di 2000 a livello europeo) che hanno almeno un prodotto certificato Ecolabel. Ricordiamo che Ecolabel è un'etichetta volontaria, assegnata a prodotti/servizi che rispondono a determinati criteri ambientali e prestazionali durante l'intero ciclo di vita: dall'estrazione delle materie prime alla produzione e alla distribuzione, fino allo smaltimento. I due strumenti insieme, CAM ed Ecolabel, segnano quindi la rotta verso quella che è una transizione delle imprese in cui la vita è ecologica. Fondamentale è che le aziende comprendano quali siano le modalità per procedere, mettendo le basi per costruire strategie misurabili, come ha sottolineato Nicola Fabbri di Ergo, ragionando da subito in un'ottica di sostenibilità, ripensando l'ecodesign dei prodotti e progettando tutte le attività aziendali verso un nuovo schema green. La transizione ecologica, come ha spiegato, richiede tempo e investimenti, che devono anch'essi essere sostenibili; richiede passaggi necessari e implementazione di regolamenti al proprio interno e, soprattutto, controllo e attenzione a tutti i passaggi. Anche Cesare Buffone di Punto 3, ha

messo l'accento sull'importanza della progettazione eco-compatibile che implica l'integrazione di valutazioni ambientali all'interno del processo di sviluppo dei prodotti. Sono per fortuna molte le aziende che già hanno preso questa direzione, dato che i tempi di sviluppo non sono brevi. Secondo uno studio relativo all'anno 2023 (fonte_Mid Market Climate Transition Barometer), l'11% delle aziende su un campione di 700 ha già iniziato a sviluppare strategie per la sostenibilità e la diminuzione del loro impatto ambientale. La strategia climatica deve inoltre aiutare le aziende a ridurre la propria impronta di carbonio e a compensare le emissioni che non è stato possibile evitare, adattando la propria modalità di produzione e di presenza sul mercato. Le presentazioni del convegno sono disponibili, esclusivamente per i soci **A F I D A M P** : <https://www.afidamp.it/forum-afidamp/report-eventi-afidamp/la-sfida-della-transizione-ecologica-nella-detergenza-professionale>

La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale ? Dimensione Pulito

LINK: <https://www.dimensionepulito.it/2024/03/09/la-sfida-della-transizione-ecologica-nella-detergenza-professionale/>



News La sfida della transizione ecologica nella detergenza professionale Per affrontare futuro è necessario impostare fin da ora una vera e propria strategia climatica, innestando azioni rispettose dell'ambiente non solo a livello di marketing e comunicazione, ma soprattutto a livello di business, di produzione e di presenza sul mercato. 02 minuti di lettura Ad H3i, manifestazione dedicata alle materie prime, ingredienti, formulazioni e servizi utilizzati nella realizzazione di prodotti per la pulizia che si è svolta a Milano il 5 e 6 marzo, **AFIDAMP** ha organizzato un convegno dedicato al tema "La strategia climatica della detergenza professionale per vincere la sfida della transizione ecologica?", un appuntamento ideato per esplorare quali sono le strade da percorrere per le aziende, quale il quadro normativo di riferimento e come sia possibile individuare non solo un

percorso in tutela dell'ambiente, ma una strategia climatica, che veda le aziende del settore operare in vista di una vera e propria transizione ecologica. È veramente possibile raggiungere la Carbon Neutrality e fare evolvere le proprie aziende verso una trasformazione che tenga conto del rispetto dell'ambiente, creando azioni clima-positive? Durante il convegno è emerso con grande chiarezza il messaggio della necessità per tutte le aziende di affrontare il futuro impostando fin da ora una vera e propria strategia climatica, innestando azioni rispettose dell'ambiente non solo a livello di marketing e comunicazione, ma soprattutto a livello di business, di produzione e di presenza sul mercato. La strategia climatica non è infatti un elemento a sé stante, bensì parte del progetto di crescita di ogni azienda. Azioni che richiedono, come ha

sottolineato Danilo Sartori di Corepla, l'impegno di tutti in un attento gioco di squadra che, nel caso del riciclo e anche del riuso dei contenitori, deve partire dal design e della progettazione, migliorando proprio la fase di raccolta. Azioni che rispondo al Green Deal Europeo e nelle quali il nostro Paese è sempre virtuoso. Molti passi, infatti, sono stati già fatti in Italia, in particolare grazie ai CAM. Il nostro Paese è molto avanti sul tema del riciclo e anche sul fronte Ecolabel l'Italia si distingue. Come hanno evidenziato Piera Pellegrino e Domenico Zuccaro di Ispra sono ad oggi già 464 le aziende (su un totale di 2000 a livello europeo) che hanno almeno un prodotto certificato Ecolabel. Ricordiamo che Ecolabel è un'etichetta volontaria, assegnata a prodotti/servizi che rispondono a determinati criteri ambientali e prestazionali durante l'intero ciclo di vita: dall'estrazione delle

materie prime alla produzione e alla distribuzione, fino allo smaltimento. I due strumenti insieme, CAM ed Ecolabel, segnano quindi la rotta verso quella che è una transizione delle imprese in chiave ecologica. Fondamentale è che le aziende comprendano quali siano le modalità per procedere, mettendo le basi per costruire strategie misurabili, come ha sottolineato Nicola Fabbri di Ergo, ragionando da subito in un'ottica di sostenibilità, ripensando l'ecodesign dei prodotti e progettando tutte le attività aziendali verso un nuovo schema green. La transizione ecologica, come ha spiegato, richiede tempo e investimenti, che devono anch'essi essere sostenibili; richiede passaggi necessari e implementazione di regolamenti al proprio interno e, soprattutto, controllo e attenzione a tutti i passaggi. Anche Cesare Buffone di Punto 3, ha messo l'accento sull'importanza della progettazione eco-compatibile che implica l'integrazione di valutazioni ambientali all'interno del processo di sviluppo dei prodotti. Sono per fortuna molte le aziende che già hanno preso questa direzione, dato che i tempi di sviluppo non sono brevi. Secondo uno studio relativo all'anno 2023 (fonte_Mid

Market Climate Transition Barometer), l'11% delle aziende su un campione di 700 ha già iniziato a sviluppare strategie per la sostenibilità e la diminuzione del loro impatto ambientale. La strategia climatica deve inoltre aiutare le aziende a ridurre la propria impronta di carbonio e a compensare le emissioni che non è stato possibile evitare, adattando la propria modalità di produzione e di presenza sul mercato. Le presentazioni del convegno sono disponibili, esclusivamente per i soci **A F I D A M P** : <https://www.afidamp.it/forum-afidamp/report-eventi-afidamp/la-sfida-della-transizione-ecologica-nella-detergenza-professionale>
Tag