

Dimensione

Pulito

MENSILE DI PULIZIE INDUSTRIALI, SANIFICAZIONE E IGIENE AMBIENTALE



INDUSTRIA

La difficile corsa alle materie prime rare

EUROPA

In arrivo il modello Daytime Cleaning

NORMATIVA

I contratti pubblici nel nuovo Codice Appalti

The advertisement features a large blue plastic jug of Bettari FORMAPED disinfectant in the foreground. The jug has a label with the Bettari logo, the product name 'FORMAPED', and a red cross symbol. In the background, a black and white cow is standing in a stable, stepping on a green mat. A teal text box on the right contains the text: 'FORMAPED: LA MIGLIOR RISPOSTA PER LA PREVENZIONE DELLA ZOPPIA BOVINA' and 'PRESIDIO MEDICO CHIRURGICO N. 21040'. A circular logo with a red cross and the text 'PRESIDIO MEDICO CHIRURGICO' is also visible.



Via G. Galilei, 2 - 25020 Poncarale (BS) - Tel 030 2540330 - www.bettari.it - vendite@bettari.it



RISTORAZIONE - AMBIENTI - LAVANDERIA - INDUSTRIA ALIMENTARE & ZOOTECNIA
OFFICINE & AUTOLAVAGGIO - COSMETICI - PISCINE & SPA - DISINFETTANTI



dimensionepulito.it

Quine
Business Publisher

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

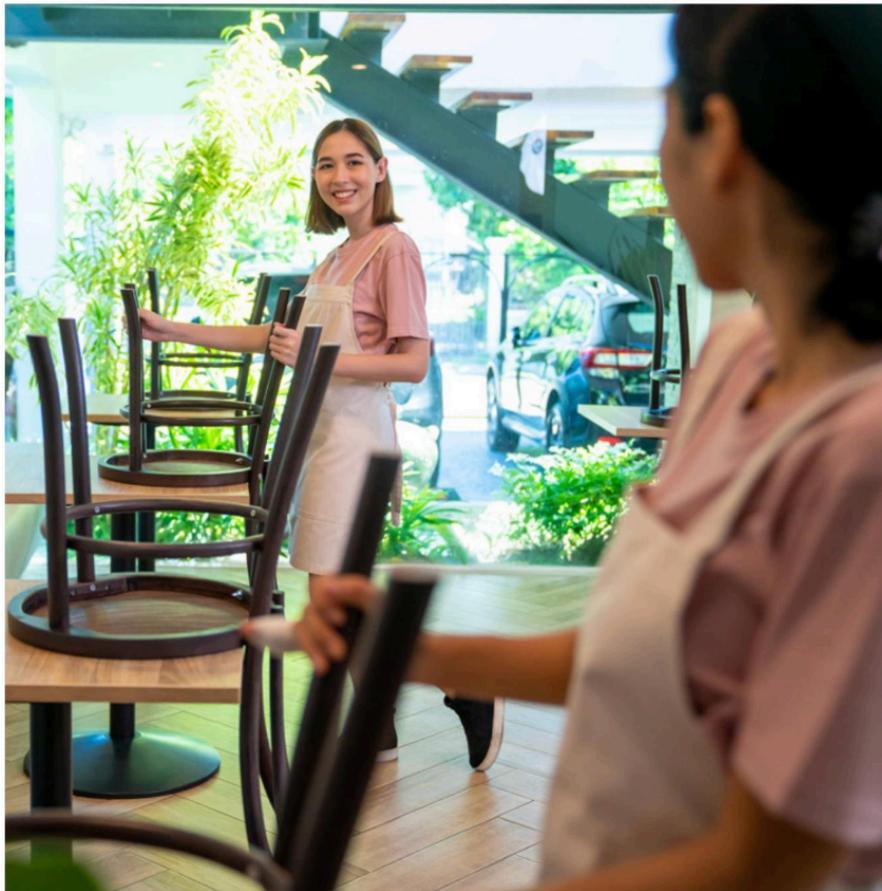
necessarie, si dedica personalmente o attraverso la propria organizzazione, alla “trasmissione” delle pratiche agli operatori, facendo bene attenzione alla comprensibilità delle informazioni.

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

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 garantiscano 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. ■



Sanificazione dopo la pandemia Cos'è cambiato?

Che ne è di tutta l'attenzione che, durante il periodo pandemico, era stata dedicata alle procedure di sanificazione nelle attività del Fuori Casa? Gli operatori hanno fatto tesoro di quanto imparato durante l'emergenza sanitaria?

Elena Consonni

giornalista esperta in Scienze e tecnologie alimentari



Durante il periodo pandemico si è assistita a un grande attenzione nei confronti della sanificazione nel mondo del fuori casa come strumento essenziale per ridurre i rischi di contagio e misura di prevenzione necessaria per consentire l'apertura delle attività. Per dare supporto agli operatori, enti come l'INAIL hanno emanato delle Linee Guida, che si sono aggiunte alle indicazioni contenute in altri documenti, specifici per il comparto alimentare e già a disposizione, come il Codex Alimentarius. Gli stessi consulenti delle attività Horeca si sono impegnati per assistere i loro clienti nella messa a punto di procedure che unissero la sicurezza alimentare con la prevenzione della diffusione del Coronavirus.

Lo scorso 5 maggio, l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) in una conferenza stampa a Ginevra ha dichiarato terminata l'Emergenza internazionale di salute pubblica per il Covid-19, proclamata il 30 gennaio del 2020. In Italia le misure di contenimento della diffusione del virus si erano già progressivamente allenta-



Marco Valerio Sarti, tecnologo alimentare, managing director di Viesse Consulting

te dal 31 marzo del 2022, quando nel nostro Paese si era chiuso lo stato di emergenza. Che ne è quindi di tutta l'attenzione che, durante il periodo pandemico, era stata dedicata alle procedure di sanificazione nelle attività del Fuori Casa? Gli operatori hanno fatto tesoro di quanto imparato durante l'emergenza sanitaria?

Lo abbiamo chiesto a **Marco Valerio Sarti, tecnologo alimentare, managing director di Viesse Consulting**, che affronta spesso il tema della sanificazione nelle attività di ristorazione che segue.

Dottor Sarti, durante il periodo della pandemia l'attenzione nei confronti della sanificazione nelle attività di somministrazione era molto elevata. Oggi il controllo ufficiale è ancora focalizzato su questi aspetti o l'attenzione si è allentata?

A mio parere si riscontra un allentamento al tema della sanificazione intesa come misura atta al contenimento della diffusione a Covid-19. Rilevo ad ogni modo una maggiore sensibilità tra gli operatori rispetto alla conoscenza e all'impiego dei sanificanti a discapito dei detergenti più tradizionali. Questo soprattutto per gli spazi più a diretto contatto con il pubblico come tavoli, sedie e superfici di uso comune. In qualche modo la pandemia ha lasciato in eredità una maggiore sensibilizzazione riguardo la differenza tra un prodotto che svolge un'azione battericida rispetto ad un prodotto che non la esercita. Analogamente il Controllo Ufficiale è meno focalizzato su questi aspetti forse anche per un sostanziale vuoto normativo riguardo a obblighi e adempimenti nel contrasto alla diffusione di Covid 19.

Erano state emanate diverse linee guida per aiutare i gestori di attività di somministrazione a gestire al meglio le procedure di somministrazione. Sono ancora valide? Sono state sostituite da nuove linee guida?

Le misure normative precedentemente introdotte non sono più applicabili su base cogente. Già a partire dal 30 aprile dello scorso anno, si era assistito all'abrogazione della obbligatorietà dell'applicazione delle misure di contenimento. Dal 30 aprile dello scorso anno ai successivi sei mesi si era passati a un sostanziale regime di discrezionalità da parte degli esercenti il settore della ristorazione e in generale delle aziende con particolare riguardo a quelle a contatto con il pubblico come, ad esempio, esercizi commerciali con significativo afflusso di pubblico. Questo passaggio è stato interpretato da molte aziende come una sorta di "ritorno alla normalità" con un conseguente drastico abbassamento delle attenzioni. Anche il fatto che l'opinione pubblica abbia "spento", o quanto meno non messo più in prima pagina i fatti associati a Covid-19, ha concorso a questo clima di "ritorno alla normalità".

Durante il periodo del Covid si è parlato di nuovi sanificanti/processi di sanificazione, per esempio l'impiego dell'ozono. Il loro uso si è consolidato?

In linea generale direi di no. Opero con aziende di varie estrazioni e dimensioni. Dalla mia prospettiva, come dicevo prima, ho percepito un consolidamento dell'impiego dei sanificanti, soprattutto quelli a base alcool, ma l'impiego di tecnologie più evolute, quali l'ozono da lei citato, non hanno sostanzialmente fatto presa in modo massiccio come in parte ci si sarebbe potuto aspettare.

In base alla sua esperienza, il periodo della pandemia ha reso i ristoratori più attenti alle tematiche della sanificazione e all'importanza di queste procedure per garantire la sicurezza del consumatore? O viene percepito semplicemente come un obbligo a cui adempiere?

La mia esperienza mi porta a sostenere che le misure di contenimento

siano state percepite come un mero obbligo, ma non solo. Il settore della ristorazione è incentrato sul principio cardine della hospitality intesa propriamente come un momento di piacere, di agio e di benessere, quindi accoglienza nel senso più ampio del termine. La necessità di implementare le misure di prevenzione è stata vissuta come un'azione di contaminazione rispetto all'agio e al piacere di vivere l'esperienza del ristorante come un momento di svago. Molti ristoratori hanno così deciso di abbattere rapidamente l'implementazione di queste misure in quanto desiderosi di far percepire al proprio cliente un vero e proprio "ritorno alla normalità". Credo che questo concetto sia stato in qualche modo vincente in termini di afflusso. Nei mesi estivi del 2022 infatti molti ristoranti hanno registrato forti incrementi di fatturato in confronto ad altri analoghi periodi.

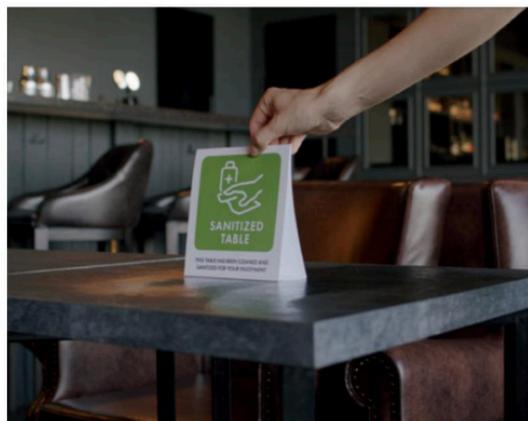
Quali sono le problematiche connesse alla sanificazione che più spesso individua nelle attività di somministrazione che segue? Ci sono degli aspetti in cui i ristoratori sono ancora carenti?

Innanzitutto, riscontro sovente un tema di carenza di informazione. Quando mi cimento in attività formative chiedo ai discenti se conoscono la differenza tra detergente e disinfettante. La risposta è affermativa. Quando però approfondisco l'indagine e

chiedo se è conosciuto il tempo di applicazione del disinfettante che usano, nove volte su dieci gli operatori non sono in grado di darmi una risposta. È un esempio semplice ma rende l'idea del fatto che non si ha piena contezza del processo di sanificazione. Applicare un sanificante senza le corrette modalità, rappresentate banalmente dal tempo di azione necessario ad espletare l'azione battericida, è come non applicarlo. I risultati nelle attività di verifica ambientale mediante tamponi di superficie confermano sovente carenze in questo senso. Pertanto, credo che gli interventi dei formatori in ambito igienico-sanitario debbano essere più incisivi perché hanno lo scopo fondamentale di far comprendere il significato di questa operazione. In tal senso, Covid-19 non ha aiutato molto o, meglio, non ha contribuito come avremmo potuto aspettarci.

Secondo lei quali strade si potrebbero seguire per rendere i ristoratori più attenti al tema della sanificazione (per esempio maggiore formazione, controlli più stringenti...)?

La precedente risposta sicuramente conferma l'importanza dei momenti formativi. Nella mia esperienza, i risultati più brillanti in termini di efficacia della misura igienica si hanno dove esiste un sistema di gestione declinato su chiare responsabilità e attività di rendicontazione. Le catene di ristora-



zione con cui collaboro hanno mediamente prestazioni più performanti rispetto alle micro aziende in cui vige il criterio del manuale di autocontrollo semplificato. Disporre di momenti nei quali un soggetto registra su apposite schede di riscontro lo stato della pulizia degli ambienti che è stata fatta da un soggetto terzo, porta spesso ad un soddisfacente livello complessivo di performance. Mi rendo conto che nelle piccole realtà questa condizione, ovvero attuazione di diversi livelli di controllo, non sia agevolmente applicabile. Tengo a precisare che questo è un discorso di carattere generale basato sulla mia esperienza come mi ha chiesto. Sottolineo questo perché ci sono anche molte situazioni, e ho clienti che lo attestano, in cui piccole aziende hanno un livello di igiene e pulizia qualitativamente davvero elevato e lodevole. ■

COSA NE PENSANO I CLIENTI

Che l'emergenza sia finita o meno, gli avventori di bar e ristoranti sembrano ancora apprezzare le misure che garantiscono lo stato di pulizia degli ambienti in cui si recano a consumare un aperitivo. Lo conferma un recente sondaggio condotto da Inizial, azienda

partner delle imprese nella fornitura di servizi per l'igiene, la purificazione dell'aria e le profumazioni per ambiente. Secondo l'indagine, per gli intervistati al momento di entrare in un locale per un aperitivo è importante trovare un igienizzante per le mani all'ingresso, sedere a tavoli ben puliti

e trovare il bagno altrettanto pulito. Solo il 7% degli intervistati ammette di non guardare nulla di tutto ciò. Un dato che deve far riflettere gli operatori su quanto la pandemia abbia aumentato la sensibilità dei loro ospiti nei confronti di questi temi. (vedi articolo a pag. S 38).

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



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



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 Ministero 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 benemerenzza. 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'estremum in 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?

Appreziamo 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. ■