

# HOTEL SOSTENIBILE E PULITO - IMPEGNO ETICO E VALORE STRATEGICO

*Fidelizzare significa avere un hotel con i fiocchi*

Comunicare al cliente i processi aziendali per tutelare l'ambiente che ci circonda e favorire il suo benessere.



## COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ

Il cliente è sempre più esigente e **dà per scontato che l'hotel in cui soggiorna sia perfettamente pulito e sicuro**. Questa esigenza è accentuata dal fatto che debba essere sostenibile e cioè che la pulizia del hotel debba essere condotta con processi che rispettino l'ambiente circostante. Bisogna, quindi, modificare l'immagine dell'hotel, passando da una struttura impattante, sia sul piano energetico, sia sotto il profilo delle ricadute sull'ambiente, a una **struttura amica dell'ambiente** e di conseguenza avvicinarsi sempre di più al concetto di sostenibilità.

**La sostenibilità ambientale come vero e proprio valore aziendale nasce da una comunicazione che è fatta di cultura e di processi.**

Con questa frase, si vuole indicare che senza una visione di sistema e un progetto green di ampio respiro, la comunicazione si riduce a banale esercizio di stile. In albergo, quindi, la **sostenibilità e la sua comunicazione**, devono essere frutto di una visione strategica complessiva che nasce innanzitutto da un approccio culturale. In sintesi, l'approccio green non può essere limitato all'utilizzo di pannelli fotovoltaici sui tetti, all'attenzione nell'utilizzo della carta o al risparmio energetico spegnendo le luci quando non servono. È necessario andare oltre ed iniziare ad avere piena coscienza dell'importanza della tematica ambientale.

**Il mercato dell'hotellerie si identifica nella sostenibilità quando ne trasmette i valori.**

La comunicazione ambientale può svilupparsi su due livelli:

1. Comunicare a tutti gli stakeholder l'impegno ambientale dell'azienda;
2. Comunicare in modo razionale, organizzato e funzionale ai clienti, ai dipendenti, ma anche agli altri agenti influenzatori come stampa e media, il valore della sostenibilità del vostro hotel.

Si tratta di un **valore** che deve essere **perseguito collettivamente** per arrivare al cliente e poter assumere un ruolo strategico e di marketing. Non si tratta di un fenomeno di moda o di sensibilità soggettiva, bensì un elemento sul quale costruire un'immagine di marca forte e un vero vantaggio competitivo. La tecnologia dà una semplice mano a comunicare la vostra cultura ambientale. Rendere visibile la propria strategia di sostenibilità quale garanzia di qualità e di affidabilità, è oggi l'opportunità di un business per eccellenza. Si tratta di fatti differenzianti e di successo se si prendono in considerazione alcuni elementi caratteristici dell'attuale assetto sociale: il turismo green è in ascesa; l'industria dei viaggi crea sempre più green travel; i governi creano nuove linee guida per incoraggiare soluzioni applicative sostenibili nel settore turistico.



Tra i “nuovi” strumenti di marketing di successo sono da annoverare il **bilancio di sostenibilità**, il bilancio **sociale** e il bilancio **d'esercizio**. Il bilancio di **sostenibilità** è uno degli strumenti più efficaci per evidenziare l'impatto che un'organizzazione genera sulla collettività, e consente di gestire la fiducia dei vari stakeholder. Il bilancio **sociale**, nello specifico, è lo strumento più completo per trasmettere la concreta immagine delle strategie di sviluppo dell'azienda. Il bilancio **d'esercizio** è considerato da tempo lo strumento per eccellenza di comunicazione con gli stakeholder. Il par. 4.2 della Raccomandazione 2001/453/CE prevede che: “Le informazioni sugli aspetti ambientali vanno rese pubbliche

*nella misura in cui sono rilevanti per i risultati finanziari o la situazione finanziaria dell'impresa. Le informazioni da divulgare devono essere incluse, a seconda della loro natura, nella relazione annuale e consolidata sulla gestione o nell'allegato ai conti annuali e consolidati”.*

## L'AIUTO DA PARTE DI LEGAMBIENTE

Proprio all'insegna di questo nuovo turismo green, **Legambiente sta realizzando una serie di linee di proposta turistica nell'ambito dei nuovi turismi correlati alla sostenibilità.** Ad esempio, i ristoranti del cigno a filiera corta, per la valorizzazione dei



piatti e dei prodotti del territorio; i bici-alberghi terminali di una rete di cicloturismo; i centri di educazione ambientale e le fattorie didattiche che uniscono all'offerta didattica quella ambientale. E ancora una serie di strutture amiche degli animali dove gli amici a quattro zampe non solo hanno l'accesso, ma sono graditi ospiti e poi strutture ricettive natura presenti nei parchi, riserve e siti di interesse naturalistico che realizzano programma di escursionismo e passeggiate. Con l'etichetta ecologica

*“Consigliato per l'impegno in difesa dell'ambiente”*, Legambiente si propone di ridurre l'impatto di gestione delle strutture e, in generale, l'impatto ambientale del turismo sul territorio proprio a partire dalla qualificazione delle strutture, coinvolgendo gli operatori locali e i turisti in un sistema che rileva la qualità della ricettività e guida le azioni per favorire vacanze più consapevoli ed ecologiche. Inoltre, continua a crescere il numero di richieste proveniente dal settore per ottenere il marchio europeo di qualità ecologica **Ecolabel**.

## BEST PRACTICE PER COMBATTERE LA LEGIONELLA

La legionella è un problema mondiale, tant'è vero che le infezioni da legionella sono considerate un problema emergente in Sanità Pubblica, tanto che sono sottoposte a sorveglianza speciale da parte dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), della Comunità Europea e dell'Istituto Superiore di Sanità (ISS), che ha istituito dal 1983 il Registro Nazionale della Legionellosi.

**In breve la legionella si trasmette all'uomo attraverso l'inalazione di aerosol contaminati, quindi tutti i luoghi in cui si può entrare a contatto con acqua nebulizzata possono considerarsi a rischio.** Non sono stati segnalati casi di trasmissione inter-umana. L'uomo contrae l'infezione attraverso aerosol, cioè quando inala acqua in piccole goccioline (1-5 micron) contaminata da una sufficiente quantità di batteri; l'infezione insorge quando la legionella entra a contatto con i polmoni di soggetti a rischio, come ad esempio i fumatori, il cui apparato respiratorio risulta compromesso.

Una volta inquadrato il problema nella struttura non rimane altro che adottare un **protocollo preventivo**. È una parte difficile e allo stesso tempo delicata, perché il lavoro deve essere svolto in modo accurato. Di conseguenza, grande importanza ha la formazione del personale e degli addetti alla manutenzione degli impianti. Non deve mancare la

documentazione attestante l'avvenuta formazione; definizione delle responsabilità; le registrazioni e il riesame, che prevede l'analisi dei report degli enti di controllo, la revisione della mappatura dei punti di prelievo, la programmazione di interventi strutturali sugli impianti; l'aggiornamento degli interventi di manutenzione preventiva.

Preventivi e servizi info@federalberghi.com

## LA SOLUZIONE PER L'INQUINAMENTO OLFATTIVO DA COTTURA

Anche gli odori molesti sono considerati inquinamento olfattivo, con **relativi indici e scale di sgradevolezza, qualità, concentrazione e intensità**. Tra i principali indiziati sono gli esercizi di ristorazione, sempre più nel mirino di esposti di cittadini infastiditi. Già nel 2010, tuttavia, la Regione Piemonte ha realizzato apposite linee-guida: *“Linee guida sull'inquinamento olfattivo da cottura alimenti”*, oltre 100 pagine per fare luce su un problema sempre più sentito.



combustibile utilizzato per la cottura.

Le problematiche associate al fastidio degli odori provocato dai fumi delle attrezzature di cottura sono molto comuni, particolarmente in aree urbane. Le sostanze responsabili comprendono per lo più acidi grassi, idrocarburi alifatici e aromatici, ammine aromatiche e aldeidi. Il tipo e la quantità di inquinanti emessi dipende principalmente dai prodotti cucinati, dalle modalità di cottura e dal

Per premunirsi, bisogna installare sistemi di abbattimento degli odori, con conseguente sistema di manutenzione e presupposti per un efficiente controllo delle emissioni. Il comune denominatore tra tutti i sistemi presenti in commercio è la **necessità di una pulizia e di una manutenzione sempre perfetta**, pena la perdita di efficienza e, anzi, la pericolosità dell'intero sistema. Visto l'ampio spettro di sostanze da abbattere caratterizzate da parametri chimico-fisici differenti, è spesso necessario ricorrere non solo ad un meccanismo filtrante, ma a più sistemi in grado di agire sui singoli componenti presenti nei fumi. In caso di esigenze particolari, ci sono anche altri sistemi come cappe ecologiche e abbattitori di fumi con e senza aspiratore. Tutti i sistemi, tuttavia, devono essere tenuti sempre puliti ed efficienti.

## NUOVA VERSIONE DEL MANUALE PER LA CORRETTA PRASSI IGIENICA

La nuova edizione del manuale di corretta prassi igienica di FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi – è uno **strumento essenziale per gli operatori del settore alimentare, chiamati ad attuare rigorosi piani di controllo dei processi produttivi**.

Si tratta di uno strumento che sostituisce il precedente e si rivolge a tutti gli operatori del settore alimentare, dove l'igiene non è di certo un optional. La FIPE sottolinea in questo

manuale come *“la tutela della salute e la garanzia di salubrità degli alimenti prodotti e somministrati ai consumatori dipendano dall’applicazione costante delle conoscenze e delle competenze acquisite nel percorso formativo orientato alla qualità del esercizio erogato e alla tutela della salute dei dipendenti e dei clienti”*.

Per costi ed ordinativi [info@federalberghi.com](mailto:info@federalberghi.com)