



LUCI E OMBRE DELLA SANIFICAZIONE NELLE AZIENDE ITALIANE: BISOGNA ANDARE OLTRE CIÒ CHE SI VEDE

Ambienti di produzione sicuri e puliti, personale adeguatamente formato, materie prime controllate e verifiche continue durante tutte le fasi di trasformazione, fino al prodotto finito: sono questi gli ingredienti necessari per ottenere prodotti igienicamente sicuri

La legislazione in materia impegna le industrie alimentari, grandi aziende o piccole attività, a farsi garante della qualità igienica dei propri prodotti e a supervisionare la sicurezza igienica dell'intero processo, individuando i punti critici specifici e prevenendo possibili pericoli per la salute del consumatore finale, come previsto dalle procedure del metodo HACCP.

Ma come sono organizzate le industrie alimentari italiane riguardo alle

procedure di pulizia e sanificazione? Quali sono i fattori di criticità e quali le aree di miglioramento?

Per rispondere a questi interrogativi **Afidamp**, l'Associazione delle imprese italiane produttrici di macchine, attrezzature e prodotti chimici per la pulizia professionale, ha commissionato all'Istituto Piepoli un'analisi specifica sulle industrie alimentari. Scopo dell'indagine è stato quello di verificare lo stato dell'arte, nelle imprese alimentari, quanto a procedure per garantire pulizia e

sanificazione, e di mettere sul piatto proposte per la riduzione della spesa che le industrie sostengono per queste attività. Le risposte arrivate dalle 251 imprese intervistate, in rappresentanza dei principali settori del comparto alimentare e diversamente articolate per dimensioni e organizzazione strutturale interna, sono state presentate nel corso di una tavola rotonda a cui hanno partecipato rappresentanti dell'industria alimentare, esponenti del controllo ufficiale e protagonisti della filiera del

cleaning professionale.

Partiamo da un dato: nel 2014 i NAS hanno effettuato 59.654 controlli e riscontrato 37.000 non conformità «il 76% delle quali legate a carenze igieniche» spiega Costantino Meloni, Comandante dei NAS di Trento. Questa percentuale però non deve trarre in inganno: «I livelli di igiene media nel nostro Paese sono medio-alti e più alti della media Europea» commenta Massimo Giubilesi, presidente dell'Ordine dei Tecnologi alimentari di Lombardia e Liguria, secondo cui «l'alta percentuale rilevata può dipendere dal campione di riferimento che ha preso maggiormente in considerazione le aziende medio-piccole rispetto alle grandi». Da questo dato è possibile fare una prima osservazione generale: sul fronte del rapporto tra industria alimentare e igiene, il quadro che emerge dall'indagine è fatto di luci e di ombre e, nonostante il buon livello qualitativo complessivo già raggiunto, le aziende alimentari italiane, in particolare quelle meno strutturate, possono ancora crescere in materia di cultura dell'igiene e della pulizia. Ma quanto investono le industrie per le attività di pulizia e sanificazione? Per due aziende su tre il costo per la pulizia

incide meno del 5% nel processo produttivo e per otto aziende su dieci esso non varia da almeno tre anni e rimarrà sostanzialmente stabile anche in futuro. Le aziende che investono di più sono quelle della macellazione e trasformazione. Mantenere i costi sotto controllo è uno degli obiettivi che ogni azienda alimentare si pone. Per Silver Giorgini, responsabile qualità e sicurezza di Orogel, intervenuto alla tavola rotonda, «questo è possibile solo a seguito di una valutazione di costi/benefici, cercando di scegliere prodotti efficaci per le problematiche che si hanno e conoscendo a fondo quello che le aziende fornitrici ci propongono. Ogni anno» spiega Giorgini «ripetiamo la valutazione dei fornitori, mettendo alla prova i prodotti e aumentando così anche le nostre conoscenze».

Sanificazione affidata al personale interno, formazione punto critico

Dall'indagine è emerso che in otto casi su dieci la pulizia viene effettuata esclusivamente da personale interno. Chi si affida all'outsourcing è solamente il 9% del campione mentre il restante 11% si affida ad un sistema misto.

Anche se considerati più costosi, i prodotti professionali sono usati dalla larga maggioranza delle aziende in cui si eseguono internamente le pulizie: il 73% infatti li utilizza in modo esclusivo (Tabella 1), probabilmente perché vengono considerati più affidabili per il raggiungimento del livello di igiene desiderato. Una conferma di questo viene anche dal fatto che questi prodotti siano prettamente acquistati presso distributori professionali: l'87% preferisce i dealer alla grande distribuzione.

Emerge però una prima contraddizione: se da un lato, come abbiamo detto, le imprese campione si mostrano particolarmente virtuose nell'utilizzare i prodotti professionali, risultano dall'altro lato carenti

Un momento della tavola rotonda in cui sono stati presentati i risultati dell'indagine commissionata da Afidamp sullo stato di fatto e le criticità dei processi di sanificazione nell'industria alimentare italiana

Il campione preso in esame

251 aziende intervistate di cui il 88% con meno di 10 dipendenti, il 21% da 11 a 50 dipendenti, l'8% da 51 a 250 dipendenti, il 3% con più di 250 dipendenti. Caseario, dolciario, macellazione, trasformazione sono state le filiere alimentari coinvolte. Gli intervistati erano i decisori dell'impresa sui processi di pulizia e sanificazione.

nell'ambito della formazione, non prevista sui temi specifici per ben il 41% delle aziende (Tabella 2). Quando i corsi sono stati effettuati, questi hanno avuto una durata inferiore alle 8 ore nel 74% dei casi e per il 98% di questi i contenuti hanno riscontrato molta o piena soddisfazione.

«In generale in Italia si fa poca formazione e il settore del cleaning non fa differenza. A questo si aggiunge una scarsa percezione del valore aggiunto delle attività di pulizia, igiene e sanificazione. Sembra che in fondo le competenze di base necessarie siano minime. In realtà il settore del cleaning è un ambito di continui sviluppi tecnologici e metodologici che richiedono maggiori investimenti in formazione», commenta Alessandro Amadori dell'Istituto Piepoli.

«La sensazione è che la pulizia sia solo un costo», dichiara Filippo Castoldi, dirigente dell'Unità operativa veterinaria della Direzione Sanità di regione Lombardia, «la pulizia è spesso intesa come estranea al processo produttivo mentre ne rappresenta una parte consistente e rilevante: alle volte è difficile farlo capire ai produttori, soprattutto a quelli di piccole dimensioni». La formazione rappresenta quindi un'importante area di miglioramento, in particolare per le aziende di piccole dimensioni e meno strutturate. Ma come offrire una formazione efficace? Secondo Giorgini è necessario che questa «sia concepita come un abito su misura» e, parlando della sua azienda, spiega «il nostro impegno è parlare con i nostri operatori per capire quali siano i loro fabbisogni di conoscenza e quali le loro esigenze» solo così è possibile «progettare corsi formativi sempre più specifici e diversificati per ciascun reparto e gruppo di lavoro».

Garanzia del risultato nella scelta dell'outsourcing

Alla domanda sui motivi per i quali si sceglie di affidare le attività di sanificazione ad una impresa esterna per il 65% delle aziende una delle

risposte è stata la garanzia dei risultati che gli operatori professionali possono garantire. Per il 45% è rilevante anche il risparmio in termini di tempo grazie all'esternalizzazione del servizio. La scelta dell'impresa di pulizia avviene essenzialmente tramite due criteri: qualità del servizio e affidabilità dell'azienda.

La formazione rappresenta un punto critico anche per chi commissiona la pulizia ad un'impresa esterna dato che quasi il 60% non richiede all'impresa di pulizia di effettuare corsi formativi specifici per il settore alimentare.

I controlli e la verifica del risultato

Solo la metà delle aziende sottopongono a misurazione e/o verifica finale il processo di pulizia, più nella trasformazione e meno nel dolciario: emerge una netta divisione tra le imprese che fanno parte delle grandi organizzazioni associative datoriali, che hanno sistemi di controllo sul livello di igiene ottenuto e si dimostrano nettamente più sensibili in termini di formazione e controllo finale per tutto ciò che riguarda i temi legati all'igiene, e quelle che ne sono fuori. Per Alessandro Amadori «le ragioni di questo sono essenzialmente di tipo culturale» perché «in generale in Italia non c'è una grandissima cultura della misurazione e, per quando riguarda nello specifico il tema della pulizia, si misura in modo scientifico meno di quanto si dovrebbe. Ci si basa molto sul giudizio visivo: se l'occhio dice che una superficie è pulita vuol dire che lo è», continua Amadori «in realtà sappiamo che non è così: la valutazione del livello di igiene e dell'efficacia delle operazioni di pulizia e sanificazione richiedono dei livelli di misurazione scientifica più evoluti rispetto al solo esame visivo». Dall'indagine emerge anche come la totalità degli intervistati sia soddisfatta molto o abbastanza del livello di pulizia raggiunto «forse proprio perché non misurano il livello di sanificazione raggiunto».

Tabella 1 - Tipologia dei prodotti acquistati dalle aziende che gestiscono internamente le attività di pulizia*

Detergenti	99%
Carta	89%
Attrezzature	41%
Macchine	28%
Altro	1%

*domanda a risposta multipla

Pulizia dei condotti di aerazione

Per Andrea Casa, presidente di AIIA - Associazione italiana igienisti sistemi idraulici, «il controllo dell'aria è un fattore molto importante per prevenire la diffusione di organismi patogeni e di agenti contaminanti». Come si comportano le aziende su questo fronte? Dall'indagine emerge un'alta sensibilità nei confronti dell'ispezione igienica e la pulizia dei condotti di aerazione, che viene effettuata annualmente per circa 65% delle aziende. È tuttavia negativo il fatto che solo il 17% delle aziende ricorra a tecnici specializzati, mentre il restante 83% si affida ad imprese di pulizia non certificate.

commenta Amadori. Della stessa opinione è anche Massimo Giubilesi secondo cui «il consumatore italiano dà per scontato che il luogo di produzione abbia degli standard igienici quantomeno a norma di legge. Il problema dell'igiene alimentare è quello di riuscire ad andare oltre ciò che si vede spostandosi verso la cosiddetta 'igiene microscopica' ovvero «chiedersi cosa c'è oltre ad una superficie apparentemente pulita. Non è un fatto di sporcizia o pulizia, è un fatto di sicurezza igienica degli ambienti e delle attrezzature di lavoro».

Per concludere...

Obiettivo primario per le aziende alimentari deve essere il controllo

Tabella 2 - Percentuale delle aziende che fanno corsi di formazione in tema di pulizia*

Caseario	58%
Dolciario	56%
Macellazione	59%
Trasformazione	61%
Media	59%

*Campione: aziende che utilizzano personale interno





dei processi di lavorazione allo scopo di realizzare prodotti igienicamente sicuri grazie al mantenimento degli standard igienici degli ambienti di lavoro e alla conseguente prevenzione di alterazioni e contaminazioni. La sanificazione ha evidentemente un

Alcuni protagonisti della tavola rotonda: da sinistra Filippo Castoldi, direzione Sanità regione Lombardia; Silver Giorgini, responsabile Qualità Orogel; Massimo Artorige Giubilesi, presidente Otall

ruolo fondamentale e deve essere attuata attraverso tecniche integrate di natura chimica, fisica e meccanica, seguendo quanto previsto dalle procedure del sistema HACCP.

Quanto emerso dall'indagine disegna il panorama di un settore

alimentare italiano formato prevalentemente da aziende di piccole dimensioni e non associate a organizzazioni datoriali, che si sforza di ottenere il miglior rapporto possibile cercando un equilibrio fra costi e risultati. Si registrano una buona dose di "fai da te" affiancata però dall'uso di prodotti affidabili, un investimento ancora moderato nella formazione, procedure o sistemi per la verifica oggettiva e la misurazione dei risultati del processo di pulizia che solo metà delle aziende ha già implementato. Il tema della pulizia non coinvolge solo le imprese o gli addetti del settore, ma l'intera collettività, proprio per le ripercussioni che insufficienti o errate procedure di sanificazione possono avere sulla salute dei consumatori. È per questo che il settore alimentare si configura come uno dei settori a più alto rischio imprenditoriale e a più alta responsabilità. ■

© Igiene Alimenti

eco FORCE



LINDHAUS®

QUALITY CLEANING EQUIPMENT

100%
MADE IN IT.
dal 1987

L I N E A P R O F E S S I O N A L E



LW46 Hybrid

Lavaggiuga pavimenti... e ultra compatte



LW30 pro



LW38 pro



HEALTHCARE
pro eco FORCE

Scope elettriche
Aspirapolvere Multifunzione
Eco Label Classe A



HF6 pro
eco FORCE



DYNAMIC
eco FORCE

Battitappeti Multifunzione
da 300 a 500 mm
Eco Label Classe B



RX eco
FORCE



LS50 H

Battitappeti
per grandi s

Scegliendo Lindhaus, assicurati al tuo ambiente lavorativo