



**Monitoraggio  
e Controllo  
degli infestanti  
(Pest Management)  
nell'industria  
alimentare**

*Perché una  
collaborazione  
efficace  
è la migliore  
misura preventiva*

**Un progetto di ricerca  
di Bayer  
e BRC Global Standards**



# Contenuti

- 4 INTRODUZIONE
- 5 IL CONTESTO - UNA VISIONE D'INSIEME
- 6 LE QUATTRO FASI DEL PROCESSO
- 7 IL PROCESSO DESCRITTO DAI DISINFESTATORI
- 8 FASE 1 - CONTATTO E PREVENTIVO
- 12 FASE 2 - PROGETTAZIONE
- 14 FASE 3 - EROGAZIONE DEL SERVIZIO
- 17 FASE 4 - MANTENIMENTO DELLA RELAZIONE
- 20 CONCLUSIONI

## // INTRODUZIONE

Quando si parla di disinfestazione in industrie alimentari e locali commerciali si sente spesso affermare che i migliori risultati si ottengono quando il disinfestatore e il Responsabile della Sicurezza Alimentare lavorano bene insieme.

Per esplorare questa affermazione nel dettaglio, abbiamo condotto una ricerca di mercato chiedendo ad entrambe le parti quali siano le basi di un'efficiente collaborazione professionale.

Abbiamo iniziato con una dettagliata indagine qualitativa con i Technical Managers di grandi imprese di disinfestazione (Stati Uniti e Regno Unito) per individuare quali sono le fasi della relazione professionale.

Dopo di che abbiamo approfondito il tutto tramite 200 interviste telefoniche a tecnici disinfestatori ed un questionario online a 200 Responsabili di aziende alimentari.

I risultati sono chiari e tutt'altro che scontati. Le conclusioni di questa ricerca hanno generato una checklist sulla quale impostare più efficaci programmi di gestione e controllo degli infestanti.

**Dave Ross,**  
Bayer Environmental Science

## // IL CONTESTO

I risultati degli audit BRC Global Standard mostrano come le non conformità legate alla disinfestazione riguardino il 15% dei siti certificati nel Regno Unito e il 20% di quelli negli Stati Uniti. Questi livelli di non conformità sono mediamente nella norma, ma è chiaro che la non conformità dell'audit

riguarda non tanto l'efficacia del servizio di Pest Control, ma la sua pianificazione e preparazione. Per esempio, nel 2014 la causa più comune di non conformità è stata: "l'analisi del sito non era completa, non sufficientemente aggiornata o non sufficientemente dettagliata". ■

### Il processo di gestione e controllo degli infestanti



## // UNA VISIONE D'INSIEME

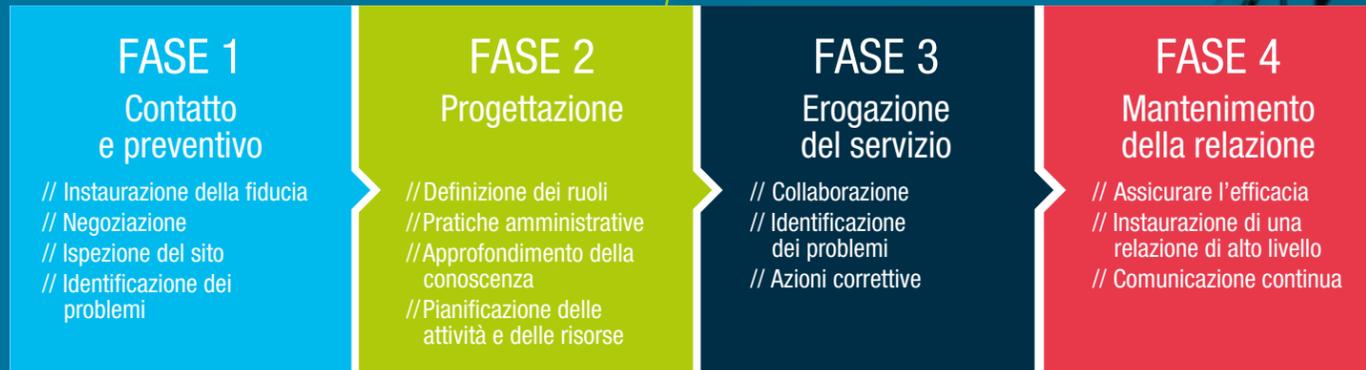
Le imprese professionali di disinfestazione lavorano secondo i principi dell'Integrated Pest Management (IPM). Questo processo prende in considerazione tutti gli elementi che rendono un sito attrattivo per gli infestanti; questo include tutto, dalla fonte dell'infestazione fino ai processi sul sito, alla struttura dell'edificio ed al comportamento del personale.

L'IPM prevede che l'impresa conduca un sopralluogo, sviluppi un piano d'azione e concluda con un report sui risultati.

In ogni fase di questo processo ci sono aree in cui l'impresa necessita del supporto del suo cliente. Molto spesso, il livello di supporto fornito dipende da quanto il cliente abbia compreso del piano di disinfestazione. Il disinfestatore dovrebbe coinvolgere il cliente in modo tale da collaborare con lui in modo efficiente, solo così otterrà un risultato eccellente. In questa ricerca abbiamo voluto

mappare il processo per analizzarlo. Invece di utilizzare il tradizionale Modello IPM, abbiamo chiesto ad un gruppo di Technical Managers di imprese di disinfestazione di spiegare il processo nel dettaglio. In una serie di interviste, abbiamo chiesto loro di evidenziare quali siano i passaggi fondamentali nell'acquisire ed erogare il servizio per un cliente industriale o commerciale. ■

## // LE QUATTRO FASI FONDAMENTALI DEL PROCESSO



Abbiamo chiesto ai disinfestatori di descriverci il processo e di condividere con noi alcune delle loro impressioni. Nella seconda fase della ricerca, abbiamo utilizzato queste quattro fasi per inquadrare le domande relative al processo e condividerle con un campione più ampio di disinfestatori e di responsabili delle aziende alimentari. ■

## // IL PARERE DEI DISINFESTATORI

La nostra indagine qualitativa ha rivelato alcuni punti in comune relativi al modo in cui i disinfestatori percepiscono la loro professione e le loro relazioni lavorative. Prima di tutto, i disinfestatori si sentono orgogliosi della loro abilità nel risolvere problemi complessi di infestanti. Sono fortemente motivati a dimostrare le loro capacità, in particolare modo identificare problemi che i responsabili del sito potrebbero non avere notato. Questo certamente può costituire un punto di differenziazione tra imprese di disinfestazione.

Spesso i disinfestatori riferiscono di limitazioni di tempo e risorse nel condurre le ispezioni e i sopralluoghi dei siti, ma nonostante ciò essi preferiscono parlare direttamente con il cliente, quando è possibile. Incontrarsi e discutere di persona è considerato il modo più efficace di

affrontare i problemi e di impostare i programmi futuri. Nonostante la loro preferenza per il contatto diretto con i clienti, i disinfestatori sono aperti all'utilizzo di nuovi strumenti tecnologici in grado di supportare efficacemente l'erogazione del servizio; ad esempio strumenti digitali di reporting e sistemi di mappatura digitale degli infestanti.

Senza dubbio i disinfestatori credono in un approccio collaborativo, quando si tratta di identificare le cause dell'infestazione e di preparare i report relativi al sito. Infine, i disinfestatori hanno espresso la necessità di migliorare la percezione che le persone hanno del disinfestatore, aumentando la considerazione per la complessità di questa professione ed il livello di competenze richieste per svolgerla al meglio. ■

*Ogni volta che viene pubblicata una notizia sul ritrovamento di infestanti nella filiera alimentare, questo crea nella clientela una maggiore consapevolezza, che fa scaturire molte domande.*

## // IL PROCESSO DI GESTIONE DEGLI INFESTANTI DESCRITTO DAI DISINFESTATORI

Sono descritti alcuni passaggi molto importanti. Prima di tutto, l'accesso completo al sito, sul quale il disinfestatore dovrebbe basare la conoscenza approfondita del nuovo cliente.

Successivamente, la redazione di un programma per il sito, per prevenire la quantità di lavoro necessaria; se il preventivo risultasse eccessivo, il contratto potrebbe non essere garantito. Al contrario, se questa stima fosse troppo bassa il contratto potrebbe risultare non redditizio per l'impresa.

Una volta avviato il lavoro, le attività più importanti secondo il disinfestatore sono: erogare report accurati, analizzare i dati e accertarsi costantemente che le attività programmate siano messe in atto. ■

## // FASE 1: CONTATTO E PREVENTIVO

### Entrare in contatto con nuovi clienti

Abbiamo chiesto alle imprese di disinfestazione in che modo entrino in contatto con nuovi clienti. La maggior parte ha risposto che più che cercare nuovi clienti con telefonate "a freddo", è essenziale avere delle buone referenze.

Per questo è fondamentale mantenere una solida reputazione basata su un buon livello di qualità, un servizio eccellente ed una comunicazione efficace. Un ruolo attivo in convegni e seminari locali o regionali, comitati o associazioni può essere utile anche per fare conoscere le proprie competenze. ■

### L'accessibilità del sito è importante

All'inizio di una nuova relazione commerciale, il PCO deve poter ispezionare e fare conoscenza del

sito. Le difficoltà principali riguardano il tempo a disposizione e l'accesso.

I disinfestatori riferiscono che non è sempre possibile fare un sopralluogo del sito a causa della contrarietà del cliente: questa è una barriera importante per un preventivo accurato e per l'erogazione del servizio. Perciò sono prudenti nell'accettare incarichi in ambienti dove non sia loro concesso di fare un'analisi accurata, visto che in questi casi è possibile che una gestione adeguata degli infestanti richieda più lavoro rispetto a quanto preventivato.

I Responsabili aziendali si aspettano più visite da parte delle imprese di disinfestazione, prima che il contratto sia assegnato (il 38% si aspetta almeno 2 visite, il 34% almeno tre visite). I disinfestatori non considerano questo negativamente perché è utile per comprendere e valutare il rischio potenziale. Comunque, è importante considerare

l'investimento di tempo effettuato dall'impresa di disinfestazione prima della redazione dell'offerta.

I disinfestatori hanno sottolineato come sia importante che in questa fase sia presente il decisore ovvero colui che è in grado di decidere cambiamenti nell'organizzazione cliente: l'importanza di questo aspetto è confermato dal fatto che il 50% dei Responsabili dell'Industria Alimentare ha affermato di condividere il potere decisionale con altre persone. Solo il 28% delle persone che hanno risposto hanno affermato di prendere decisioni sul contratto con l'impresa di disinfestazione in totale autonomia.

Inoltre i disinfestatori ricordano come in questa fase sia importante che i tecnici con maggiore esperienza siano presenti per comunicare in modo efficace, risolvere problemi e proporre soluzioni in modo tale da finalizzare il contratto. ■

### La fiducia si costruisce nel tempo

Anche se il primo contatto può avvenire con il Titolare dell'impresa o con il Responsabile Tecnico i Responsabili dell'Industria Alimentare hanno identificato il Tecnico come il loro contatto principale. È quindi naturale che i clienti desiderino conoscerne l'esperienza e le competenze.

Questa è stata identificata come un'area problematica, visto che i requisiti professionali variano a seconda del paese.

I Responsabili aziendali hanno espresso qualche dubbio relativo alla

mancanza di qualifiche standard su cui basarsi.

Per chi si occupa di sicurezza alimentare, è anche difficile sapere se il disinfestatore sia a conoscenza degli standard volontari. Questo aspetto è stato evidenziato dalla ricerca, con le aziende alimentari che hanno espresso una chiara aspettativa che il loro disinfestatore abbia una conoscenza di questi standard, pur senza la possibilità di verificarlo in modo uniforme. ■

*Una delle cose che i miei clienti apprezzano di più è che sono in grado di dimostrare la mia esperienza nel pest control. Di solito ispeziono il sito con il cliente e gli illustro quali misure intendo prendere. A volte posso parlare di situazioni lavorative simili nelle quali ho guadagnato la fiducia di altri clienti.*

### Problemi frequenti nella fase di preventivo

Abbiamo chiesto alle imprese di disinfestazione di elencare quali ritengano essere le difficoltà più comuni in questa fase iniziale del processo.

- I clienti sono spesso puramente orientati al prezzo e non disponibili a pagare un prezzo per la competenza. Può essere difficile convincere questi clienti che un servizio di basso livello non può essere vantaggioso per loro. Un'impresa che faccia un'offerta troppo aggressiva per assicurarsi questi clienti potrebbe trovarsi ad erogare un servizio non redditizio.
- Può essere difficile ricontattare un cliente dopo una richiesta iniziale: non è raro non ricevere risposta a telefonate ed e-mail quando si cerca di ricontattare un cliente. Il tempo

perso nel ricercare potenziali nuovi clienti che non rispondono costituisce un onere per l'impresa.

- Al contrario, i disinfestatori sono consapevoli che a volte, a causa del loro carico di lavoro, possono perdere nuovi contatti. Richieste di potenziali nuovi clienti possono andare perse all'interno dell'organizzazione e non ricevere adeguata risposta.
- All'interno del processo di erogazione del preventivo, l'impresa deve anche stabilire la solvibilità finanziaria di un nuovo cliente. Aspetti come la localizzazione e la tipologia del sito possono avere un impatto considerevole sulle capacità dell'impresa di mantenere un cliente profittevole. ■

Principali figure di contatto tra impresa di disinfestazione e industria alimentare:



Valori in percentuale (%). Risposte totali: 206

## L'ispezione del sito

Abbiamo chiesto ai partecipanti alla ricerca le loro osservazioni riguardo all'ispezione del sito. Questa è un'attività considerata come molto importante da entrambe le parti, poiché sulla valutazione iniziale del sito si basa tutta l'impostazione della strategia di pest control.

I disinfestatori hanno descritto questa fase anche come un'opportunità per stabilire una relazione con il cliente e per conoscere meglio la sua attività. In questa fase, il disinfestatore vuole dimostrare al cliente la sua conoscenza delle problematiche dell'industria alimentare e cerca di identificare le principali problematiche di pest control che si troverà a fronteggiare, collegan-

dole anche alle possibili richieste degli auditor. Identificando tutte le possibili problematiche legate agli infestanti, il disinfestatore cerca in questa fase di convincere il cliente che otterrà un servizio di qualità.

Le problematiche a cui un disinfestatore può andare incontro sono:

- A volte i clienti non rispettano gli appuntamenti.
- Avere a che fare con personalità e sensibilità diverse.
- La difficoltà di ottenere una chiara comprensione dei bisogni del cliente all'interno di un sito alimentare che può essere molto complesso.
- La ritrosia dei clienti a dare informazioni all'esterno.

• I disinfestatori ritengono che in alcuni casi i loro clienti siano consapevoli di avere un problema con insetti e roditori ma siano riluttanti ad ammetterlo.

• La difficoltà delle imprese di disinfestazione a differenziarsi le une dalle altre. Le risposte rivelano un significativo investimento di tempo impiegato dalle imprese di disinfestazione nella fase iniziale del processo. Oltre a valutare il sito e dimostrare le proprie competenze, il disinfestatore dovrebbe essere in grado di preventivare le ore di lavoro richieste e la potenziale redditività di un contratto con questo cliente, il che è molto importante in un mercato competitivo. ■

## Quali sono le priorità durante l'ispezione del sito

### DISINFESTATORI Prime 3 scelte



### RESPONSABILI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE Prime 3 scelte



In %

Abbiamo chiesto ad entrambe le parti cosa fosse più importante per loro in questa fase del processo.

I disinfestatori hanno citato l'identificazione delle problematiche del sito; questo era atteso, dato che non solo ciò permette di impostare un programma di lavoro, ma è necessario anche per fare un preventivo realistico.

Dando per scontato che un'altra impresa si fosse occupata del sito in passa-

to, i disinfestatori ritengono anche sia importante comprendere la motivazione del cliente dietro il cambiamento del fornitore di servizi. Se da una parte anche i responsabili aziendali hanno citato tra le priorità l'identificazione delle problematiche del sito, in alto nella loro scala di priorità hanno citato la conoscenza di esperienza e competenze dell'impresa di disinfestazione.

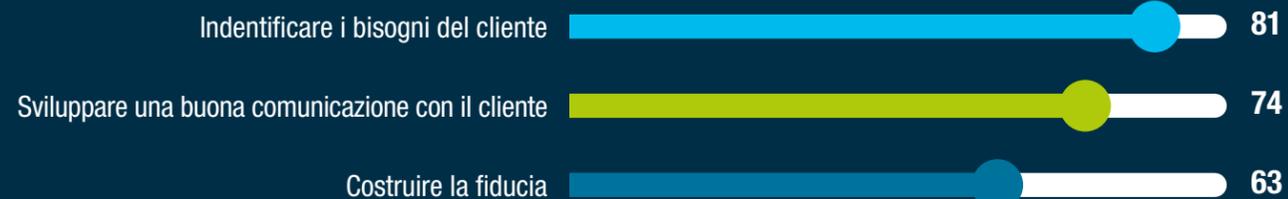
Data la poca conoscenza del sistema

di qualifiche delle imprese di disinfestazione nel Regno Unito e negli Stati Uniti, e in modo particolare del pest control per l'industria alimentare, questo non è un dato sorprendente. Per questo è importante per l'impresa di disinfestazione creare un profilo distintivo della propria attività e dell'esperienza dei propri collaboratori. Una solida esperienza di lavoro nell'industria alimentare è di fondamentale importanza. ■



## Su quali aspetti vorresti più attenzione?

### DISINFESTATORI Prime 3 scelte



### RESPONSABILI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE Prime 3 scelte



In %

Abbiamo anche chiesto ad entrambe le parti su quali aspetti vorrebbero concentrarsi maggiormente in questa fase del processo. Entrambe hanno citato come priorità l'analisi delle necessità del cliente.

Le cose diventano più complesse quando si tratta di stabilire a chi e in che modo trasferire le informazioni. I Responsabili dell'industria alimentare nutrono l'aspettativa che i disinfestatori trasmettano queste informazioni e si occupino della formazione dei diversi gruppi di persone che operano sul sito. Questo sembra logico visto che solo il 28% degli intervistati afferma di essere l'unico responsabile del pest control nel sito.

Appare chiaro anche come i clienti non gradiscano un approccio standardizzato all'ispezione e all'impostazione del contratto, e preferirebbero che il disinfestatore sia in grado di comprendere le loro specifiche necessità.

È importante che in questa fase entrambe le parti siano disponibili a un aperto scambio di opinioni. Questo è utile per costruire una relazione di fiducia duratura. ■

## // FASE 2 – PROGETTAZIONE

### Stabilire un programma di intervento dettagliato

In questa fase viene stilato un programma di intervento e inizia il lavoro vero e proprio. Essere chiari è fondamentale, solo così potranno essere stabiliti ruoli e responsabilità di tutte le attività di “pest proofing” e di controllo.

Tra i dettagli da chiarire troviamo i termini e le condizioni contrattuali, le aspettative, gli interventi programmati e i canali di comunicazione, così come anche la documentazione e i requisiti dell’audit. Per l’impresa di disinfestazione il passaggio di consegne dal commerciale al

tecnico può essere delicato. Errori di comunicazione possono generare frustrazione, minando così la credibilità dell’impresa agli occhi del cliente.

L’impresa di disinfestazione si assicura che tutta la documentazione sia corretta, completa e che sia fornita al cliente. Oltre a questo, i disinfestatori dovrebbero prevedere eventuali nuove necessità del cliente che potrebbero emergere sulla base dell’evoluzione della loro attività. Infine bisogna chiarire quale sia il modo migliore per contattare

i clienti: preferiscono ricevere le comunicazioni via e-mail, messaggio o telefono? I clienti potrebbero anche preferire un report in formato elettronico rispetto una copia cartacea. Individuare la forma di comunicazione ideale può facilitare lo sviluppo della relazione di fiducia. ■

### Investire nel nuovo contratto

La stessa redazione e preparazione della documentazione relativa al contratto è un lavoro impegnativo. Questo lavoro include la definizione e l’approvazione dei termini e delle condizioni. I disinfestatori comprendono la necessità di completare questa prima fase del lavoro in tempi ristretti e di identificare e correggere gli errori.

I disinfestatori incontrano ulteriori sfide anche all’interno della loro azienda in questa fase: devono selezionare il personale per impostare le attività sul sito; devono essere sicuri che questo team sia in grado di comprendere i bisogni del cliente;

devono impostare un programma delle attività che verranno svolte, in modo tale da trasmettere al cliente le date e le attività del piano di pest control.

In alcuni casi il cliente ha necessità di un intervento immediato: ad esempio quando l’azienda non ha superato un audit e deve sostituire la propria impresa di disinfestazione per mantenere un contratto di fornitura.

In queste circostanze, può essere complicato per l’impresa di disinfestazione ridistribuire le proprie risorse in modo tale da rispettare le tempistiche urgenti richieste

dal cliente. Anche all’interno della stessa organizzazione dell’impresa di disinfestazione, una comunicazione chiara rimane una priorità per assicurarsi che il lavoro sia allineato ai bisogni del cliente. ■



### Qual è l’aspetto più importante in questa fase?

#### DISINFESTATORI Prime tre scelte

1

Fare un preventivo centrato

2

Dimostrare conoscenza ed esperienza

3

Allinearsi con il cliente nella comunicazione

#### RESPONSABILI DELL’INDUSTRIA ALIMENTARE Prime tre scelte

1

Che l’impresa di disinfestazione comprenda specificità del settore e del sito

2

Competenza/esperienza dell’impresa

3

Disponibilità/capacità di risposta dell’impresa

Ancora una volta, abbiamo chiesto ad entrambi i gruppi quale fosse la cosa più importante in questa fase. I disinfestatori hanno risposto che la loro priorità è quella di fare un preventivo centrato. Questo non riguarda solo l’allineamento con il cliente, visto che un preventivo errato può avere conseguenze sui margini.

In questa fase, le risposte del Disinfestatore riflettono l’importanza di assicurarsi il contratto. Il Responsabile dell’industria alimentare è concentrato invece sulla comprensione delle necessità della sua azienda da parte dell’impresa di disinfestazione.

Un’ispezione dettagliata del sito va incontro alle richieste di entrambe le parti. Sarà in grado di soddisfare le priorità dell’azienda cliente e permetterà al disinfestatore di erogare un preventivo il più accurato possibile. Inoltre, fornendo chiare indicazioni riguardanti i rischi e le misure preventive. Il disinfestatore può ottenere l’impegno per le azioni future da parte dell’azienda e del suo personale sul sito. ■

“La comunicazione è molto importante, specialmente quando si vogliono trasmettere informazioni relative alla fase di implementazione. Di solito ci assicuriamo di essere tutti allineati durante il processo.”

## // FASE 3 – EROGAZIONE DEL SERVIZIO

### Il personale delle due aziende inizia ad interagire

Ora siamo in una fase in cui la preparazione della relazione con il cliente inizia a dare i suoi effetti. I responsabili che hanno partecipato all'indagine notano come siano necessari un tecnico con capacità e volontà di comunicare e un cliente con la volontà di ascoltare. Il cliente dovrebbe riconoscere il valore aggiunto del servizio di pest control ed essere pronto a mettere in atto le misure stabilite dall'impresa di disinfestazione.

Una volta completati i sopralluoghi iniziali, il tecnico della disinfestazione

scriverà la lista di azioni da mettere in atto e ne comunicherà i risultati al cliente.

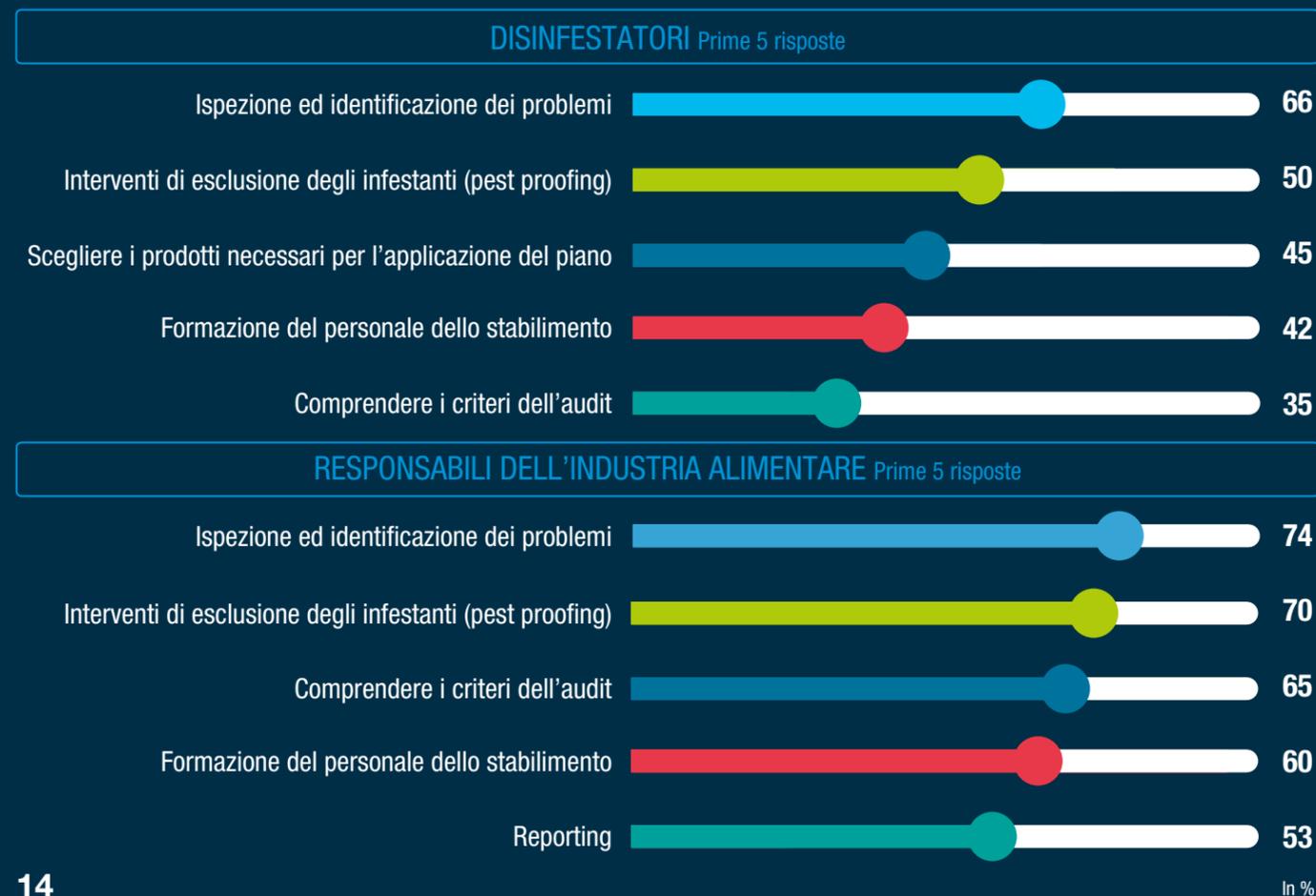
I partecipanti alla nostra indagine hanno fatto notare come la documentazione e la reportistica possano essere o meno un problema in base alla capacità dell'impresa di adottare le tecnologie più aggiornate.

Abbiamo chiesto ai disinfestatori quanti di loro utilizzino software specifico per costruire e gestire planimetrie, sopralluoghi e visite del sito: solo il 52% del campione ha confermato di utilizzare un software per gestire queste

attività. Un maggior tasso di utilizzo di programmi specifici per il settore del Pest Control si è riscontrato negli USA, dove il 61% delle imprese utilizza un software per la pianificazione degli interventi. Di questi, il 42% utilizza un programma sviluppato ad hoc per il settore del Pest Control. Un ulteriore 26% utilizza un suo software proprietario per gestire la pianificazione.

L'utilizzo di software è risultato minore nel Regno Unito con il 37%, con il 16% che utilizza un programma ad hoc e il 16% che utilizza software proprietario. ■

### A quali aspetti vorresti fosse dedicato più tempo?



Quando si tratta di individuare le priorità, Disinfestatore e Responsabile dell'Industria Alimentare risultano allineati tra loro. Anzitutto, l'ispezione e l'identificazione dei problemi è un aspetto inserito da entrambe le parti come massima priorità. Questo può sembrare ovvio ma spesso diventa complicato quando i compiti di ispezionare e segnalare non sono chiaramente definiti. È importante che le check-list siano utilizzate anche per definire bene ruoli e responsabilità dell'impresa di disinfestazione e del personale dell'azienda. Oltre a un grande allineamento

sull'importanza di identificare i problemi, entrambe le parti concordano sul valore delle misure di esclusione degli infestanti (pest proofing). Questo è degno di nota, dato che un frequente punto di contrasto è sull'applicazione delle misure di esclusione stabilite come necessarie. Anche in questo caso, il piano dovrebbe stabilire chiaramente le azioni a carico di ogni persona.

In questa fase la formazione inizia ad emergere come un elemento essenziale per stabilire un programma condiviso. Se il personale dell'azienda conosce gli infestanti e i rischi

associati ad essi, sarà più in grado di supportare le attività di prevenzione e controllo messe in atto dall'impresa di disinfestazione. Entrambe le parti riconoscono anche l'importanza dei requisiti degli audit e degli standard volontari, e il piano di gestione degli infestanti dovrebbe trovare dei riferimenti negli standard applicabili. ■

È fondamentale assicurarsi la collaborazione del cliente, specialmente quando si tratta di far seguire al personale le nostre raccomandazioni.

### Quali sono le caratteristiche del servizio che reputi più importanti?

Per comprendere quali fossero gli aspetti più importanti per loro, abbiamo chiesto ai responsabili aziendali di elencare e descrivere con loro parole le caratteristiche più importanti del servizio. Dato che la gamma delle risposte era piuttosto ampia, abbiamo cercato di classificarle in sette categorie.

Abbiamo poi confrontato queste risposte con quelle dei disinfestatori, ai quali è stato chiesto di ordinare le prime tre categorie in ordine di importanza, sulla base di quelli che ritenevano fossero gli aspetti più importanti per i loro clienti.

#### Responsabili dell'industria alimentare - Caratteristiche più importanti del servizio

- 1// Qualità e affidabilità
- 2// Conoscenza ed esperienza
- 3// Comunicazione e reportistica chiara
- 4// Disponibilità e capacità di risposta
- 5// Precisione
- 6// Onestà e lealtà
- 7// Prezzo

#### Caratteristiche che i disinfestatori si aspettano siano le più importanti

- 1// Comunicazione e reportistica chiara
- 2// Prezzo
- 3// Conoscenza ed esperienza
- 4// Qualità e affidabilità
- 5// Onestà e lealtà
- 6// Disponibilità e capacità di risposta
- 7// Precisione

Questo esercizio ha rivelato come le due parti siano allineate tra loro, anche se sono emerse due differenze. I disinfestatori hanno classificato il fattore prezzo come molto più importante rispetto ai Responsabili dell'Industria Alimentare. Questo suggerisce che se un'impresa è in grado di soddisfare le necessità prioritarie dell'azienda alimentare,

forse può avere più certezze nell'emissione del preventivo rispetto ai concorrenti ed ottenere un contratto profittevole.

La seconda differenza emersa è stata la necessità di verificare il livello di professionalità dell'impresa di disinfestazione da parte dei Responsabili dell'industria alimentare.

Come abbiamo già visto, si tratta di un aspetto importante nell'instaurarsi di una nuova fornitura di servizio. Le imprese di disinfestazione dovrebbero prestare particolare attenzione nel crearsi delle referenze e altri sistemi tramite i quali si possa facilmente verificare il loro livello di professionalità. ■

## Caratteristiche attese del servizio:

Abbiamo potuto utilizzare le risposte dei Responsabili dell'industria alimentare per scendere nei dettagli delle caratteristiche del servizio che ritengono più importanti.

### 1. Qualità e affidabilità

Gli intervistati hanno espresso l'aspettativa che il disinfestatore sia in grado, con le sue competenze, di individuare in anticipo quali siano le problematiche specifiche del sito. L'approccio desiderato sarebbe quello di evidenziare le problematiche specifiche del sito, piuttosto che l'applicazione di un metodo standardizzato di ispezione e pianificazione. Le aziende apprezzano i disinfestatori che formano e che collaborano con il personale del sito. Un approccio collaborativo è in grado di creare coinvolgimento ed è senz'altro un tema ricorrente per impostare un pest control di successo. Un altro punto-chiave per garantirsi la fiducia è la capacità del disinfestatore di dimostrare la sua conoscenza degli standard volontari.

### 2. Conoscenza ed esperienza

I Responsabili dell'Industria Alimentare si aspettano che l'impresa abbia delle credenziali solide e un background di successo. Per il disinfestatore è importante essere in

grado di dimostrare la sua capacità di risolvere problemi, tramite riferimenti a passate esperienze e risultati ottenuti, oppure segnalando problemi rilevanti e proponendone una rapida risoluzione nel sito del cliente.

### 3. Comunicazione e reportistica chiara

Una comunicazione chiara è importante in tutte le fasi della relazione commerciale, ma in questa fase possiamo evidenziare chiaramente quali siano le aspettative. I responsabili aziendali si aspettano che il disinfestatore esponga chiaramente il piano, che spieghi nel dettaglio le azioni necessarie e che documenti il tutto in modo chiaro.

### 4. Disponibilità e capacità di risposta

Per essere considerato disponibile e capace di rispondere rapidamente, il disinfestatore dovrebbe agire secondo quanto pianificato ed intervenire sui problemi con un breve preavviso. I disinfestatori hanno segnalato questa come un'aspettativa molto difficile da mantenere, quindi l'insegnamento per entrambe le parti dovrebbe essere quello di fissare e gestire le aspettative nel modo più realistico possibile.

### 5. Precisione

Un disinfestatore che opera con precisione è proattivo, si dimostra attento ai dettagli, porta a termine le sue azioni e dimostra un miglioramento continuo. Dai dati sugli audit sappiamo che l'attenzione al dettaglio è vitale, dato che molte non conformità riscontrate negli audit sono causate da errori di processo o di pianificazione più che da reali problemi di infestazione.

### 6. Onestà e lealtà

Dato che la produzione alimentare è un'attività sensibile, ci si aspetta che i disinfestatori siano onesti, discreti e che operino sempre in maniera professionale.

### 7. Prezzo

A proposito del prezzo, i responsabili aziendali si aspettano che il preventivo sia competitivo, ma anche che il servizio venga erogato secondo le specifiche contrattuali condivise. ■

## // FASE 4 – MANTENIMENTO DELLA RELAZIONE

### Costruire su delle basi di successo

I disinfestatori ci hanno raccontato come le aziende di successo impieghino strumenti e risorse per elevare la relazione a un livello superiore, ad esempio investendo il tempo per analizzare i dati e sviluppare delle strategie ad hoc per il cliente e garantire risultati in miglioramento.

Questo è vantaggioso sia per il tecnico che per il cliente. Individuare le tendenze aiuta ad impostare un pest control più efficace ed è un requisito di molti standard volontari. Comunicare questi trend al cliente è importante ed aiuta ad instaurare la fiducia.

Anche svolgere sopralluoghi del sito a intervalli regolari facilita la relazione tra l'impresa di disinfestazione e

il suo cliente. Raccomandazioni o piani di azione possono essere stabiliti per mantenere i processi al livello richiesto dagli standard o per migliorare. I Disinfestatori fanno notare come risulti difficile mantenere il giusto livello di attenzione se il cliente non è regolarmente coinvolto nella revisione della situazione. Oltre ad eseguire ispezioni regolari del sito, molte imprese di disinfestazione verificano l'operato dei loro tecnici, per assicurarsi che rispondano alle aspettative del cliente, oltre che la documentazione disponibile sulla comunicazione, sulla pianificazione e sulle azioni conseguenti. Molte imprese incoraggiano il feedback dei loro clienti e sono pronte ad intervenire sull'erogazione del servizio se necessario. ■

*Cerco di fornire un supporto costante per i miei clienti in tutto il processo rimanendo in costante contatto con loro. Credo che sia importante comunicare con il cliente e mantenerlo informato sui progressi nel risolvere i problemi. Anche educare il cliente è importante in ogni fase del lavoro.*

### Come i disinfestatori monitorano la loro attività

Abbiamo riscontrato come i disinfestatori abbiano un certo numero di indicatori sui quali si misurano: si tratta di una combinazione tra indicatori economici e della qualità del lavoro.

#### 1. Mantenere i propri clienti

L'obiettivo numero uno dell'impresa di disinfestazione è quello di mantenere i suoi clienti. Qualsiasi segnale di una diminuzione della capacità di mantenere i suoi clienti risulterà senz'altro un campanello d'allarme.

#### 2. Risultati degli audit dei clienti

I disinfestatori considerano molto importante il loro ruolo negli audit cui sono sottoposte le aziende loro clienti. Il loro obiettivo è che gli auditor registrino assenza di infestanti o comunque entro un livello accettabile, e che tutte le visite programmate siano effettuate secondo quanto pianificato. Verificheranno anche che le visite non programmate del sito siano ridotte al minimo, dato che questo può essere segnale di un controllo non ottimale.

#### 3. Audit interni all'impresa

Gli audit interni all'impresa di disinfestazione sono una modalità di misurazione regolare delle performance lavorative dei tecnici.

#### 4. Reportistica per il cliente

I disinfestatori possono fissare degli indicatori per misurare dei parametri richiesti nel settore dei loro clienti, e se necessario proporre un programma di lavoro per intervenire sui rischi identificati.

#### 5. Indicatori economici

Tipici indicatori economici sono ad esempio il costo orario e le ore di lavoro per sito. ■

### Su quali risultati si focalizzano i disinfestatori?

Per mantenere buone relazioni, i disinfestatori lavorano per assicurarsi che sia sempre individuata una soluzione ai problemi del cliente. I disinfestatori comprendono perfettamente l'importanza della capacità di risposta e spesso sono molto disponibili a supportare i loro clienti durante gli audit; molti di loro si sono detti disponibili ad essere presenti in loco il giorno degli audit.

È interessante notare come essere presenti durante l'audit possa portare altri vantaggi, dato che gli auditor a volte possono consigliare un'impresa di disinfestazione ad altri loro clienti.

Comunque ci sono anche alcune difficoltà evidenziate dai disinfestatori: molti hanno segnalato come un problema frequente il mancato rispetto delle loro indicazioni da parte

del cliente. Vengono identificate criticità del sito ed è richiesto al personale dell'azienda di mettere in atto azioni correttive, ma queste non vengono completate. Questo comporta che le criticità rimangano un problema per il sito, e che le azioni correttive siano decisive per superare l'audit. ■

### Quando sono in gioco la redditività e la reputazione

I disinfestatori avvertono la pressione di questi problemi non risolti, che possono diventare un fattore limitante del loro tempo e un rischio per la loro reputazione.

Dato che la maggior parte dei loro clienti stipulano contratti con prezzo fissato, l'efficienza nell'esecuzione del programma di lavoro dovrebbe essere tenuta in considerazione dall'impresa di disinfestazione. Se i problemi con insetti e roditori sono

superiori a quanto preventivato o se certe problematiche richiedono interventi continui, l'impatto sul conto economico dell'impresa di disinfestazione può essere rilevante.

Un altro aspetto citato dai disinfestatori è il possibile loro coinvolgimento in problemi commerciali del cliente. Se ad esempio un'azienda cliente del loro cliente si ritrovasse ad ordinare

meno prodotto di quanto pianificato, potrebbe preferire citare una non conformità dell'audit piuttosto che andare incontro a penali contrattuali. Se la non conformità riguarda un problema di infestanti, è chiaro che questo si riflette negativamente sull'immagine dell'impresa di disinfestatore. Questo naturalmente non può essere confermato, ma è uno scenario che può verificarsi. ■

### Su quali aspetti si dovrebbe investire più tempo?



In questa fase dell'erogazione del servizio, tutte le criticità dovrebbero essere state risolte e l'obiettivo dovrebbe essere quello di anticipare e prevenire lo sviluppo di qualsiasi problema. Questo si riflette nell'attenzione dei disinfestatori agli standard volontari di sicurezza alimentare e al superamento degli audit.

Per raggiungere questi obiettivi, è indispensabile un confronto sugli standard volontari e un'attenzione su come visite ispettive, reportistica e misure di esclusione in atto siano allineati con i requisiti degli standard. Una formazione regolare si dovrebbe concentrare su come il personale dell'impresa di disinfestazione e quello dell'azienda cliente possano lavorare per soddisfare requisiti specifici di sicurezza alimentare: mettere in evidenza la relazione tra pest control e requisiti degli audit può facilitare la collaborazione. Queste attività vanno incontro alle priorità segnalate in questa fase sia dal disinfestatore che dal Responsabile dell'Industria alimentare. ■



## // NOTE

## // CONCLUSIONI

### Suggerimenti per una collaborazione efficace

La fotografia che emerge da questa indagine è che obiettivi e aspettative delle imprese di disinfestazione e dei responsabili dell'industria alimentare sono molto allineati. Nonostante questo, si evidenziano anche aree di miglioramento. Anche se possono sembrare suggerimenti dettati semplicemente dal buon senso, la pressione sotto la quale vengono eseguite le attività di pest control dimostra come questi aspetti siano a volte trascurati. Sono riportate aree di miglioramento evidenziate da entrambe le parti, oltre che una comunicazione inclusiva e le attività per definire il ruolo di tutte le persone coinvolte. Questo aiuta a fare chiarezza su quali attività siano davvero importanti, perché lo sono e in che modo ciascuno può contribuire alla loro esecuzione e registrazione. Per riassumere i risultati di questa indagine, abbiamo stilato un elenco di suggerimenti validi per entrambe le parti.

1. Garantire **accesso e tempo adeguato** per l'ispezione del sito e l'erogazione del preventivo
2. Dimostrare **qualifiche e referenze** dell'impresa di disinfestazione
3. **Comunicare apertamente** con tutte le persone coinvolte
4. Spiegare in quale modo saranno affrontati i **rischi specifici del sito**
5. Mettere in evidenza come saranno soddisfatti i **requisiti di sicurezza alimentare**
6. **Addestrare il personale del sito** per coinvolgerlo nell'identificazione degli infestanti e nelle attività di prevenzione
7. Stabilire chiaramente **ruoli e responsabilità** del personale dell'impresa e di quelli dell'azienda cliente
8. Utilizzare la reportistica per **registrare i problemi risolti e i miglioramenti ottenuti**
9. Mantenere una **comunicazione frequente** e un **costante coinvolgimento** tramite la formazione.

// NOTE

// NOTE

**Bayer**  
[www.environmentalscience.bayer.com](http://www.environmentalscience.bayer.com)  
Contatto: [dave.ross@bayer.com](mailto:dave.ross@bayer.com)

**BRC**  
[www.brcgs.com](http://www.brcgs.com)  
Contatto: [john.thomlinson@brcglobalstandards.com](mailto:john.thomlinson@brcglobalstandards.com)

////// **Un progetto di ricerca** a cura di Bayer e BRC Global Standards

# Bayer Protection Program

*Il programma  
che fa la  
differenza*



scopri di più  
su [bpp.bayer.it](http://bpp.bayer.it)



Bayer CropScience,  
Environmental Science  
viale Certosa 130  
20156 Milano  
[es.bayer.it](http://es.bayer.it)