

I «professionisti dell'invisibile»: Noi sanifichiamo

Sono chiamati i professionisti dell'invisibile, perché sono quelli che entrano nei supermercati, negli ospedali e nelle aziende prima che le persone inizino la giornata e rendono possibile il loro lavoro in sicurezza. Con la pandemia, il comparto del facility management, che in Italia conta oltre mezzo milione di addetti, ha recuperato centralità e importanza. I professionisti del cleaning e della logistica di magazzino hanno giocato un ruolo decisivo in questi mesi di emergenza.

Euro&Promos, che l'anno

scorso ha fatto registrare un valore di produzione pari a 108 milioni di euro, lavora per alcuni dei più importanti gruppi della grande distribuzione organizzata e strutture sanitarie del Nordest. Nel 2020 la società multiservizi, basata a Udine con la sede legale e ramificata da Trieste a Torino, Cagliari, Pisa e Roma, ha ottenuto la certificazione «Biosafety Trust Certification» grazie all'innovativo sistema di sanificazione per la prevenzione delle infezioni, fortemente richiesta in ambito sanitario e utilizzata nei cantieri di tutta Italia.

Sul fronte dell'innovazione,

l'azienda nel corso degli anni ha investito molto sul dipartimento interno Ricerca&Sviluppo: qui si sperimentano le nuove tecniche di sanificazione con un occhio di riguardo alla sostenibilità ambientale del servizio. E proprio la tutela dell'ambiente e l'utilizzo consapevole delle risorse è uno dei capisaldi dell'azienda, che ha recentemente conseguito la certificazione Carbon Footprint.

Lo studio, il cui obiettivo è stato quello di misurare l'ammontare totale delle emissioni di gas a effetto serra, causate direttamente o indirettamente dai servizi di pu-

lizia, colloca la società tra i player più importanti a livello nazionale, nell'impegno verso la riduzione delle emissioni che hanno un impatto ambientale diretto.

«Negli ultimi tempi è cambiata completamente - spiega l'Ad di Euro&Promos, Alberto Tavano Colussi - la concezione di questi servizi: oggi sono i cittadini e i collaboratori delle aziende a chiedere per primi nuove e maggiori garanzie. Abbiamo affrontato la sfida del cambiamento dettata dalla crisi sanitaria con grande spirito di responsabilità e resilienza, flessibilità e organizzazione».

R.C.

Il facility service



34
L'utile in aumento

L'anno scorso Euro&Promos ha chiuso con un utile netto di 8 milioni, in crescita del 34% rispetto all'anno precedente



Tavano Colussi
Oggi sono i cittadini e i collaboratori delle aziende a chiedere per primi nuove e maggiori garanzie

