LE NETTOYAGE À L'ÈRE DU COVID-19 :

Prévoir l'avenir et élaborer des stratégies d'adaptation

Nilfisk®

Contenu:

00 Introduction

01 L'impact durable de COVID-19 :
Une nouvelle norme de propreté

02 Répondre à la nouvelle norme de propreté :
7 façons dont les entreprises peuvent gagner la confiance de leurs clients

1. Le nettoyage comme marque de fabrique
2. Un nettoyage très visible
3. Des procédures de nettoyage plus strictes
4. Une plus grande concentration sur les zones critiques
5. Documentation et divulgation des procédures et de la fréquence de nettoyage
6. Une attention accrue à la sécurité et aux conditions de travail des employés de nettoyage
7. Changements physiques dans les bâtiments

03 Gagner de nouveaux contrats dans une nouvelle ère

Hôtellerie

Soins de santé

Éducation

Magasins

Bureaux et administration publique

Entrepots et logistique

Opportunités pour les nettoyeurs contractuels

04 Les technologies qui contribuent au nettoyage dans la nouvelle réalité

Solutions autonomes

Formation en ligne

Visites de sites virtuels et appels de service

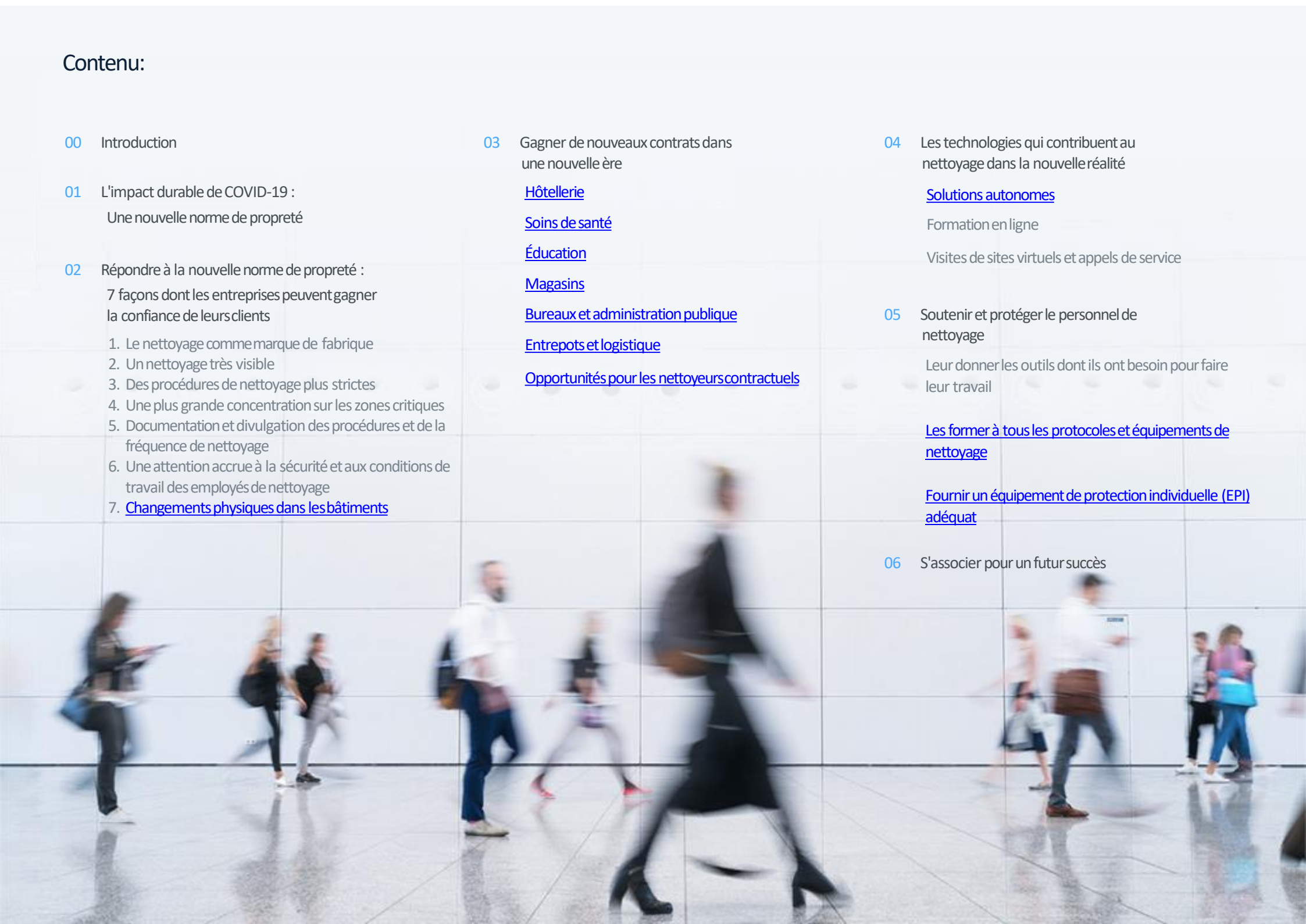
05 Soutenir et protéger le personnel de nettoyage

Leur donner les outils dont ils ont besoin pour faire leur travail

Les former à tous les protocoles et équipements de nettoyage

Fournir un équipement de protection individuelle (EPI) adéquat

06 S'associer pour un futur succès



Introduction

La pandémie COVID-19 a fondamentalement modifié de nombreux aspects de la vie : la façon dont nous travaillons, dont nous faisons nos courses, et même la façon dont nous interagissons avec les autres. Nombre de ces changements sont directement liés au maintien d'un niveau de propreté élevé dans le but d'empêcher la propagation du virus.

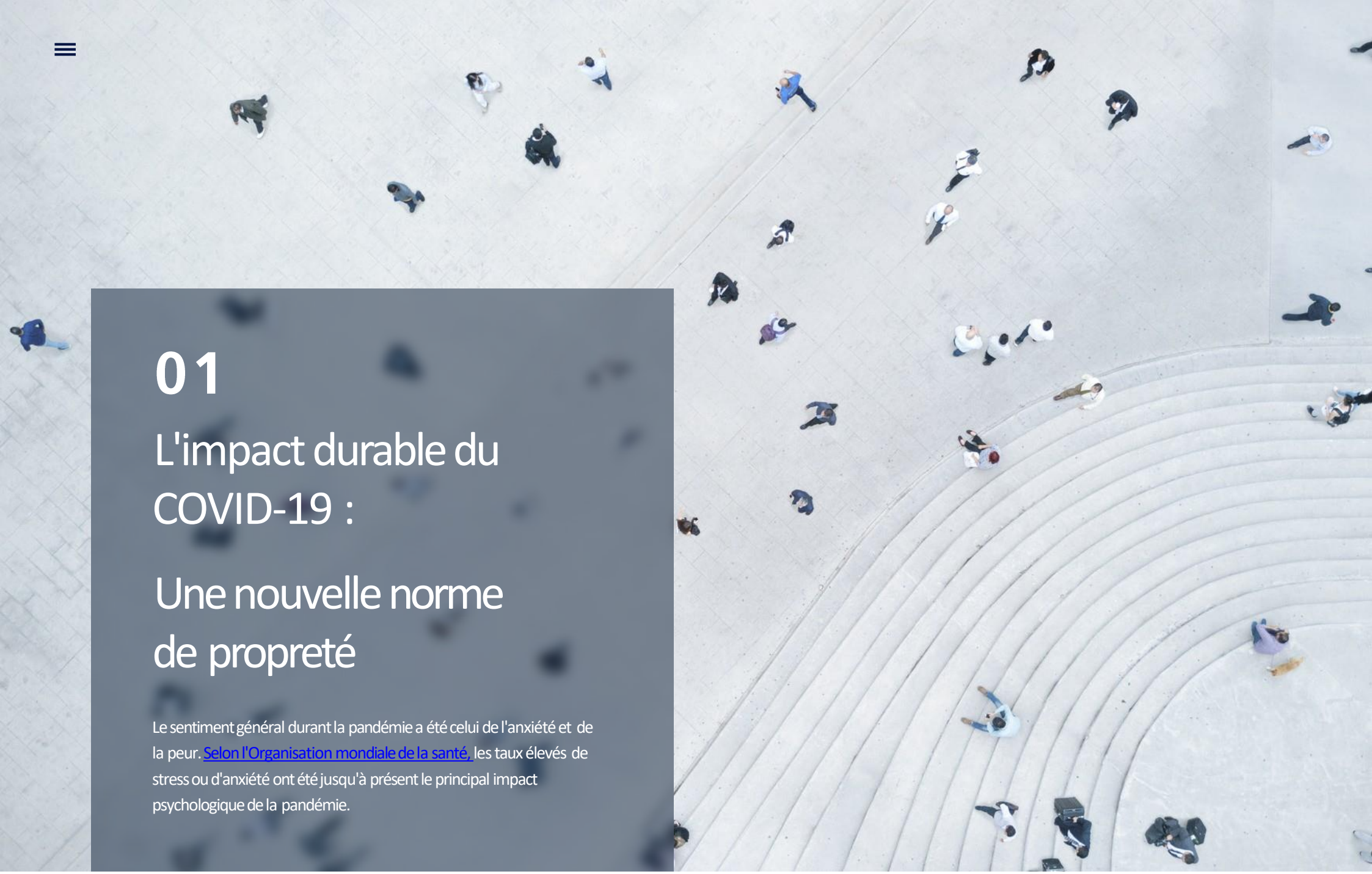
Il a également entraîné un changement dans la façon dont nous considérons les contributions de certains membres de la société. En particulier, les professionnels du nettoyage sont devenus des travailleurs de première ligne essentiels qui mettent souvent leur propre santé en jeu pour assurer la sécurité du reste d'entre nous.

D'après les conversations que nous avons eues avec nos clients et d'autres experts de notre réseau, nous pensons que la sensibilisation accrue et la demande de propreté continueront à façonner la vie publique. Avant d'aller au bureau, de séjourner à l'hôtel, d'assister à un spectacle ou de faire des achats dans un magasin de détail, les gens devront s'assurer que les espaces dans lesquels ils entrent sont propres et sûrs.

Alors que nous passons du point de crise à une nouvelle normalité, l'industrie du nettoyage jouera un rôle majeur dans le succès de notre retour collectif à des activités régulières. Nous pensons que ces changements persisteront longtemps après que la menace du SRAS-CoV-2 se sera dissipée.

Dans ce livre blanc, nous exposons nos prévisions sur ce à quoi ressemblera le nettoyage dans l'ère post- COVID-19. Nous fournissons également des stratégies pour aider les entreprises à répondre aux demandes de nettoyage de l'avenir.

Lorsque vous explorerez les tendances de ce livre électronique, veuillez noter que nous n'avons pas de boule de cristal. Les impacts décrits ici sont nos meilleures suppositions sur ce à quoi l'avenir pourrait ressembler. Certains d'entre eux peuvent être permanents, d'autres temporaires, et d'autres encore peuvent ne jamais se matérialiser. Cela dit, nous croyons fermement que la crise actuelle de la santé publique va modifier de manière significative à la fois le rôle du nettoyage et la manière dont il est effectué.



01

L'impact durable du COVID-19 :

Une nouvelle norme de propreté

Le sentiment général durant la pandémie a été celui de l'anxiété et de la peur. Selon l'Organisation mondiale de la santé, les taux élevés de stress ou d'anxiété ont été jusqu'à présent le principal impact psychologique de la pandémie.

Cette anxiété est alimentée par l'incertitude générale quant aux activités qui sont sûres et celles qui ne le sont pas. C'est la première fois que le SRAS-CoV-2 se manifeste chez l'homme, et il reste encore beaucoup d'inconnues quant aux voies de transmission. C'est pourquoi les directives des gouvernements, ainsi que des organisations sanitaires nationales et mondiales, sont constamment mises à jour.

Aujourd'hui, le *nettoyage* est synonyme de *sécurité*. On attend désormais que tous les espaces - tels que les magasins, les halls d'hôtels et les salles de classe - soient nettoyés et assainis selon des normes auparavant réservées aux établissements de santé, aux zones de préparation des aliments et aux laboratoires pharmaceutiques.

La réalisation de cette norme sera essentielle pour gagner et maintenir la confiance, et elle modifiera la façon dont les entreprises abordent le nettoyage, en passant d'une approche plus visible (par exemple, pendant les heures de fonctionnement normales) à une communication avec les clients sur les protocoles de nettoyage en place. Il faudra également accorder plus d'attention à l'embauche, à la formation et au maintien d'une main-d'œuvre de nettoyage qualifiée.

Cela nécessitera un changement dans la manière dont les entreprises abordent le concept de nettoyage dans son ensemble.

La seule chose que tous les conseils ont inclus, depuis le tout début, est l'importance d'un nettoyage adéquat et fréquent. Par conséquent, l'un des plus grands changements que la pandémie a entraîné est un changement dans notre façon de penser le nettoyage.

Avant la COVID-19, la plupart des entreprises adoptaient une approche fonctionnelle du nettoyage, en se concentrant principalement sur *ce que fait le nettoyage.* Dans cette approche, le nettoyage est considéré comme l'application d'un ensemble de procédures, utilisant des produits et des équipements spécifiques, pour atteindre le niveau de qualité requis dans un certain contexte. L'autre aspect du nettoyage, qui n'était pas souvent pris en compte avant la pandémie, est d'ordre psychologique et se concentre sur *ce que signifie le nettoyage*. Dans cette approche, le nettoyage est considéré comme un moyen d'améliorer la sécurité afin de créer et de maintenir la confiance.

A l'avenir, pour réussir, les entreprises devront comprendre l'interconnexion entre les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage. Plus important encore, elles devront communiquer aux clients sur ces deux aspects.

Aspect fonctionnel

- Appliquer les méthodes et procédures recommandées
- Utiliser des équipements et des produits de nettoyage appropriés
- Maintenir la fréquence de nettoyage et la rigueur

Aspect psychologique

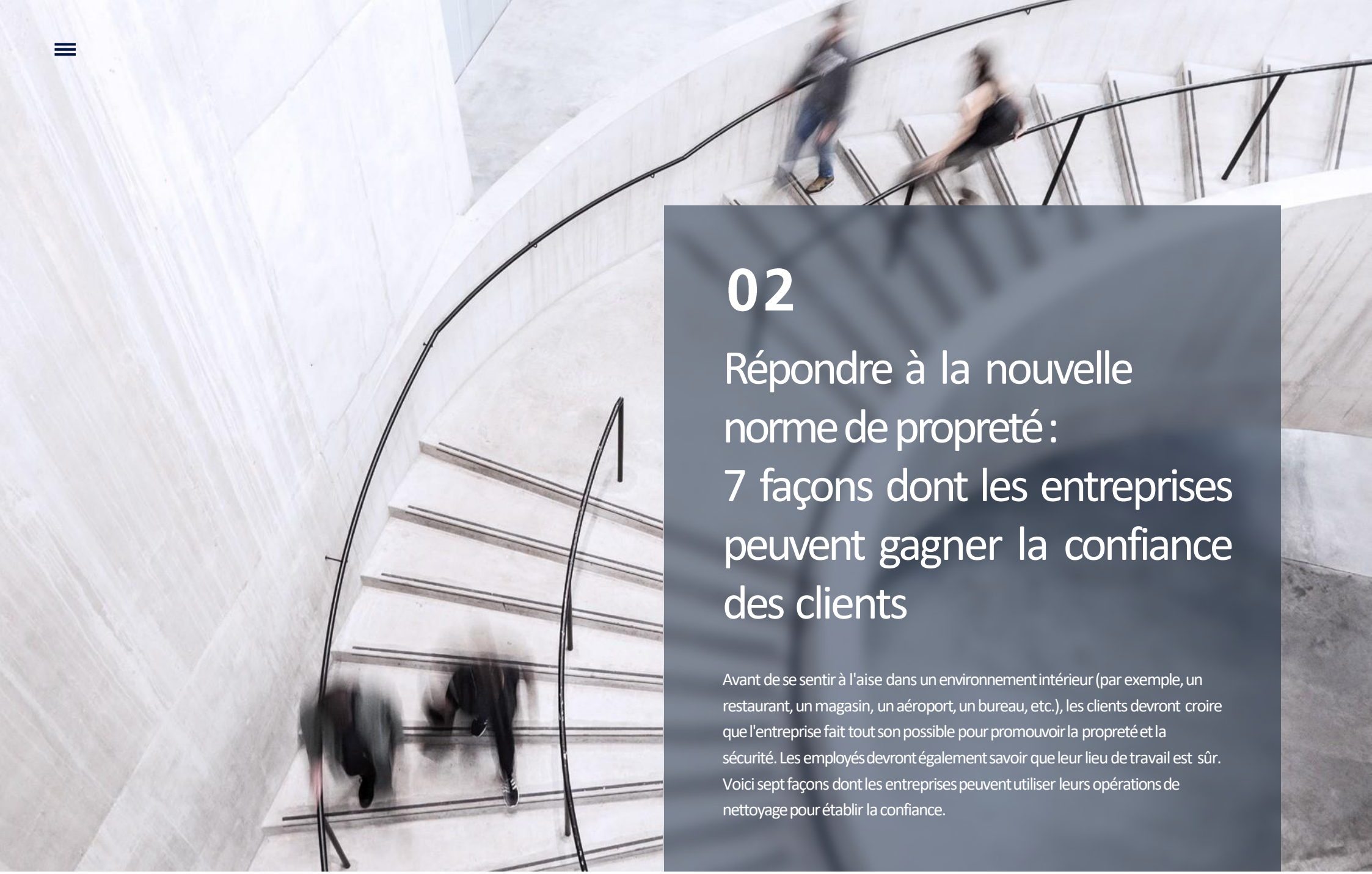
- Transmettre la conscience de la responsabilité d'assurer la sécurité des personnes
- Démontrer la capacité à nettoyer au niveau attendu
- Faire preuve de transparence sur les processus et les procédures de nettoyage

Exemples de messages d'entreprise efficaces sur le nettoyage

Les entreprises avant-gardistes intègrent déjà le nettoyage dans leurs messages. Voici deux exemples d'entreprises qui ont développé des messages qui ciblent à la fois les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage :

- **Marriott International** – Le 6 mai, Marriott International a publié une déclaration et une vidéo détaillant les protocoles de nettoyage qu'ils ont mis en place pour assurer la sécurité des invités. La vidéo, qui met en scène le président exécutif et le président du conseil d'administration, Bill Marriott, se concentre spécifiquement sur l'aspect psychologique de la sécurité.
- **Toronto Pearson Airport** – L'aéroport Pearson de Toronto a lancé son programme "Healthy Airport", qui intègre de nouvelles procédures de nettoyage (notamment l'utilisation d'autolaveuses autonomes), une expérience client plus rationnelle, un engagement en faveur de la sécurité des employés, etc.

Dans la section suivante, nous examinons comment les entreprises peuvent adapter leurs opérations de nettoyage pour répondre à la nouvelle norme de propreté .



02

Répondre à la nouvelle norme de propreté : 7 façons dont les entreprises peuvent gagner la confiance des clients

Avant de se sentir à l'aise dans un environnement intérieur (par exemple, un restaurant, un magasin, un aéroport, un bureau, etc.), les clients devront croire que l'entreprise fait tout son possible pour promouvoir la propreté et la sécurité. Les employés devront également savoir que leur lieu de travail est sûr. Voici sept façons dont les entreprises peuvent utiliser leurs opérations de nettoyage pour établir la confiance.

1. Le nettoyage comme marque de fabique

Comme nous l'avons déjà mentionné, les entreprises qui, auparavant, se concentraient principalement sur l'aspect fonctionnel du nettoyage devront adopter une approche psychologique. En effet, la santé et la sécurité des personnes ont rendu la propreté des entreprises essentielle comme elle ne l'était pas auparavant.

> Pour mettre l'accent sur le message de sécurité, on pourrait voir les entreprises non seulement être plus transparentes sur leurs mesures de sécurité et leurs procédures de nettoyage, mais aussi intégrer ces messages dans leur stratégie de marque.

L'un des secteurs qui a été le plus durement touché dans son ensemble, à savoir celui des compagnies aériennes, offre de bons exemples de ce qui se passe déjà.

- **Cathay Pacific** – Cathay Pacific a introduit un programme appelé Cathay Care, qui détaille toutes les mesures de sécurité, y compris le nettoyage, que la compagnie aérienne a mises en place pour que les voyageurs puissent "voler en toute confiance".
- **Alaska Airlines** – Le programme de marque d'Alaska Airlines, Next-Level Care, comprend des procédures de nettoyage sur l'avion ainsi que dans d'autres zones réservées aux passagers comme les salons. Pour plus de crédibilité, la compagnie aérienne note qu'elle a développé et validé son programme de nettoyage avec l'aide des directeurs médicaux de l'Université de Washington spécialisés dans les maladies infectieuses.

Pour les entreprises qui ont déjà de solides programmes de développement durable et/ou de RSE - comme Carlsberg - un programme de nettoyage de marque contribuera à la perception qu'elles assument la responsabilité du bien-être de leurs clients et de la planète. Pour celles qui n'ont pas de programme en place, le moment est venu de commencer à répondre à ce type de questions, qui sont devenues beaucoup plus importantes pour les consommateurs.

Quel que soit votre secteur d'activité, vous devriez commencer à réfléchir à la manière dont vous pouvez intégrer vos procédures de nettoyage améliorées dans votre message de marque. Si vos concurrents adoptent ce type de message, il deviendra alors un enjeu de table pour votre industrie. S'ils ne le font pas, c'est un moyen pour vous d'acquérir un avantage concurrentiel.

2. Un nettoyage très visible

Dans le passé, la plupart des opérations de nettoyage étaient organisées pour être aussi discrètes que possible. À l'avenir, cela va probablement changer.
Plutôt que de nettoyer lorsque les zones sont fermées ou pendant les heures de faible circulation, les entreprises peuvent passer à un nettoyage visible pour transmettre la responsabilité, promouvoir la confiance et rassurer les clients sur la sécurité physique de l'environnement.

Cette idée trouve son origine dans l'épidémie de SRAS de 2002-2004. Le SRAS a frappé Hong Kong particulièrement fort au début de 2003, infectant 1755 personnes et en tuant 299. Dans une étude de 2019 dans laquelle nous avons interrogé des acheteurs mondiaux d'équipements de nettoyage, les personnes interrogées de Hong Kong étaient les seules en tant que groupe à souligner l'importance du nettoyage visible. Étant donné que la pandémie actuelle a été désastreuse dans le monde entier, nous nous attendons à ce que le nettoyage visible gagne en importance dans le monde entier.

Lorsque vous mettrez en place de nouvelles procédures de nettoyage, réfléchissez à la manière dont vous pouvez faire passer le nettoyage des coulisses au centre de la scène avec un projecteur.

3. Des procédures de nettoyage plus strictes

Nous avons noté précédemment que les entreprises seront tenues à des normes de nettoyage plus élevées que par le passé. Dans certaines régions, cela peut provenir de réglementations gouvernementales, comme on le voit déjà au Danemark et dans certaines parties des États-Unis, où, par exemple, les procédures de réouverture des établissements de détail par l'État comportent des exigences de nettoyage.

Dans les entreprises où le nettoyage n'est pas réglementé, la pression en faveur de procédures de nettoyage strictes peut venir directement des consommateurs, qui utiliseront la propreté comme facteur de décision pour choisir l'endroit où faire leurs achats.

Dans l'espace B2B, cette pression peut également provenir d'autres entreprises tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Par exemple, les entreprises peuvent exiger que leurs fournisseurs de services d'entreposage intensifient leurs efforts de nettoyage pour garantir la sécurité et l'intégrité de leurs produits. Cela leur permettrait de promouvoir auprès des utilisateurs finaux que les produits ont été protégés de la contamination tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

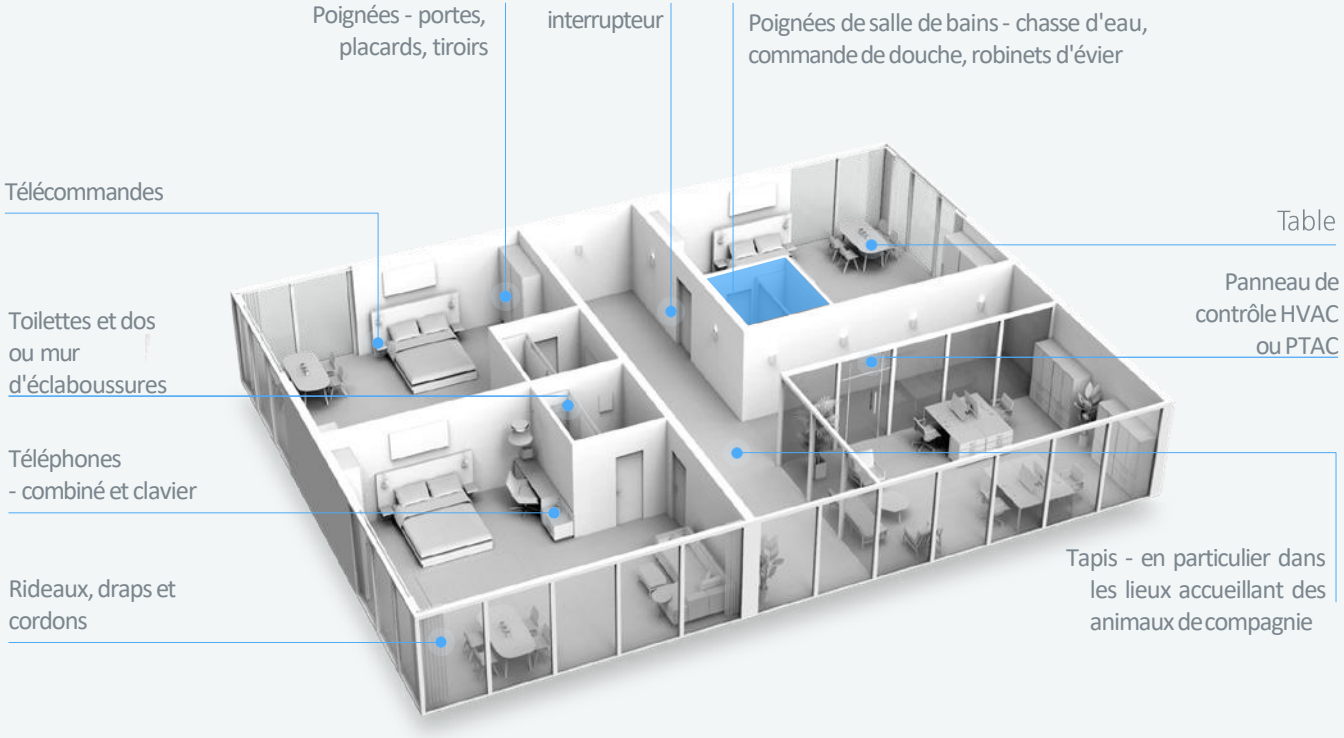
Pour respecter la réglementation et donner aux clients les garanties qu'ils souhaitent, prenez le temps d'évaluer vos procédures de nettoyage existantes et, dans de nombreux cas, adoptez des procédures plus strictes. Pour les environnements tels que les magasins de détail, les aéroports, et les centres de distribution, cela entraînera probablement un nettoyage plus fréquent, utilisant des désinfectants de qualité hospitalière approuvés par l'EPA.

Les exigences accrues en matière de nettoyage et l'utilisation de produits chimiques de nettoyage plus puissants nécessitera également une formation supplémentaire pour le personnel de nettoyage interne ainsi que pour les nettoyeurs sous contrat - afin de garantir à la fois l'application correcte de procédures de nettoyage plus strictes et la prise de précautions adéquates pour assurer la sécurité des nettoyeurs.

4. Une plus grande concentration sur les zones critiques

Les zones à forte sollicitation, comme les poignées de porte, les interrupteurs d'éclairage et les points de contact sur les équipements, sont déjà des zones prioritaires pour le nettoyage. Cette tendance pourrait s'accentuer encore.

Par exemple, en mars de cette année, InterContinental Hotels Group a publié des directives de nettoyage et de désinfection pour ses franchises. Ces directives identifient 10 "zones à toucher fréquent" dans les chambres d'hôtel qui nécessitent une attention particulière :



Ils définissent également les fréquences de nettoyage pour les "zones clés de nettoyage" des halls d'entrée, des restaurants, des salles de réunion et des couloirs d'étage. Ces lignes directrices comprennent :

- Désinfecter le sol, la poubelle toutes les 2 heures
- Désinfecter les boutons d'ascenseur et les voitures toutes les heures
- Désinfecter la poignée de la porte de couloir toutes les heures
- Désinfecter le téléphone public toutes les 2 heures
- Désinfecter les toilettes publiques toutes les heures

L'attention accrue portée aux zones à forte fréquentation entraînera un défi supplémentaire : toutes les autres tâches de nettoyage régulières doivent encore être effectuées, peut-être aussi plus fréquemment qu'auparavant. Les surfaces irrégulières, en particulier, peuvent être extrêmement difficiles à nettoyer et à désinfecter correctement. Cette situation, ainsi que la pression des coûts de temps et de main-d'œuvre, peut susciter un intérêt pour les technologies susceptibles de libérer le temps des nettoyeurs.

Lorsque vous élaborez et mettez en œuvre de nouvelles procédures de nettoyage, accordez une attention particulière aux outils et aux technologies qui vous permettront d'effectuer un nettoyage à haute fréquence des zones critiques sans sacrifier les tâches que votre équipe effectue déjà sur une base quotidienne, hebdomadaire et mensuelle.

Exemples de technologies de nettoyage favorisant la productivité

- Revêtement antimicrobien - Les revêtements antimicrobiens sur les points de contact à haute fréquence peuvent réduire la contamination microbienne. Par exemple, le cuivre a été le premier matériau antimicrobien solide à être enregistré par l'EPA. De nouvelles recherches publiées dans le New England Journal of Medicine suggèrent qu'il pourrait être efficace contre le SRAS-CoV-2, le virus qui cause le COVID-19.

- Solutions de nettoyage autonomes - Les laveuses de sols autonomes peuvent nettoyer les sols durs dans les halls d'entrée, les couloirs et autres zones publiques, permettant au personnel de nettoyage de passer plus de temps dans les espaces qui nécessitent un contact humain. Pour plus d'informations, lisez Comment les solutions de nettoyage autonomes améliorent les résultats de nettoyage et contribuent à la sécurité des travailleurs.

- Nettoyage à la vapeur - La vapeur est un moyen efficace de tuer les agents pathogènes dans les endroits où il n'y a pas beaucoup de saleté, comme les chambres des patients dans les établissements de soins et les toilettes des écoles et des hôtels. Pour plus d'informations, lisez Pourquoi la vapeur est la meilleure solution pour le nettoyage lorsque l'hygiène est essentielle.

- Désinfection à l'ozone ou à la lumière UV - Lorsqu'ils sont utilisés correctement, l'ozone et la lumière UV peuvent tous deux assurer la désinfection. Veillez à suivre les recommandations de vos autorités nationales, régionales, étatiques et/ou locales en matière de désinfection à l'ozone ou aux UV.

5. Documentation et divulgation des procédures et de la fréquence de nettoyage

Il est probablement juste de dire qu'avant COVID-19, la plupart des gens n'étaient pas intéressés par les détails des protocoles de nettoyage utilisés dans les centres commerciaux, les stades ou les gares. À l'avenir, cependant, ces protocoles seront probablement affichés à l'entrée de ces lieux et plus encore afin que les clients, les employés et les visiteurs puissent évaluer la propreté des installations avant d'y entrer.

C'est un autre phénomène qui s'est produit à Hong Kong à la suite de l'épidémie de SRAS et que nous prévoyons de voir se propager dans le monde entier.

Dans le même temps, les entreprises ne voudront pas effrayer les gens en déclenchant leur prise de conscience des risques. La clé sera donc de communiquer suffisamment d'informations pour aider les gens à se sentir à l'aise, tout en gardant l'accent sur l'expérience agréable de voyager, d'aller au cinéma, de manger au restaurant, etc.

Voici quelques types de documentation sur le nettoyage que vous pourriez envisager d'afficher publiquement :

- Les procédures opérationnelles standard (POS) que suit l'équipe de nettoyage
- Signes indiquant la fréquence de nettoyage et de désinfection des surfaces
- Certificats de nettoyage, similaires aux certificats d'inspection des ascenseurs, afin que les parties intéressées puissent en savoir plus sur les protocoles de nettoyage
- Résultats des tests bactériologiques pour les zones critiques comme les toilettes
- Certificats et autres titres obtenus par les membres du personnel de nettoyage

6. Une attention accrue à la sécurité et aux conditions de travail du personnel de nettoyage.

La profession d'agents d'entretien est déjà en manque de personnel et connaît un taux de rotation du personnel notoirement élevé. Aux États-Unis, par exemple, le taux de rotation est estimé à environ 200 %.

Les raisons en sont multiples, mais l'une d'entre elles concerne les risques pour la santé et la sécurité. Les agents d'entretien manipulent déjà des produits chimiques corrosifs, transportent des objets lourds et entrent en contact avec des déchets potentiellement infectieux. Le SRAS-CoV-2 est un risque supplémentaire auquel ils devront faire face. Cette situation risque de rendre les emplois d'agents d'entretien encore moins attrayants.

Comme la pénurie de main-d'œuvre n'est pas nouvelle, des efforts sont déjà en cours pour améliorer la sécurité et les conditions de travail. Compte tenu de la situation actuelle, les employeurs devront prendre des mesures encore plus audacieuses pour protéger les agents d'entretien et améliorer la satisfaction au travail.

Du côté des employeurs, nous prévoyons deux tendances complémentaires :

1. Plus d'intérêt pour les solutions de nettoyage autonomes.
   Comme mentionné précédemment, les machines autonomes peuvent prendre en charge des tâches simples comme le nettoyage des sols, ce qui permet aux agents d'entretien de se concentrer sur des tâches de plus grande valeur.

2. Des efforts supplémentaires pour rendre le nettoyage plus attrayant.
   Les emplois de nettoyage sont souvent rémunérés au salaire minimum et ne comportent pas beaucoup d'avantages ou de bénéfices. Pour pouvoir attirer et conserver une main-d'œuvre qualifiée, les employeurs devront faire du nettoyage une perspective d'emploi plus attrayante. Les conditions de travail qui garantissent la santé et la sécurité des agents d'entretien (par exemple, une formation adéquate, des équipements de protection individuelle) doivent être standard. Les avantages supplémentaires peuvent inclure :

   - Des salaires plus élevés
   - Formation et possibilités de développement professionnel
   - Plus de congés payés
   - Assurance maladie de base et/ou complémentaire
   - Programmes d'épargne-retraite

Votre personnel est votre atout le plus important. Si vous avez eu du mal à embaucher ou à conserver des agents de nettoyage, le moment est venu de communiquer avec votre équipe sur la manière dont vous pouvez devenir un meilleur employeur.

7. Changements physiques dans les bâtiments

Nous avons déjà vu des entreprises s'adapter pour soutenir la distanciation sociale et limiter les risques liés aux points de contact critiques, comme les marquages sur le sol pour indiquer les distances de sécurité de 1 mètre et demi et les séparateurs en plexiglas entre les employés et les clients.

Au fur et à mesure de la réouverture des immeubles de bureaux et autres lieux de travail, nous attendons que ces mêmes types de protection soient mis en place, en mettant l'accent sur la conception et l'utilisation de l'espace. Il peut s'agir de remplacer les revêtements de sol, les comptoirs et d'autres surfaces par des matériaux plus faciles à utiliser ou de réaménager les espaces publics pour y inclure moins de formes et de surfaces irrégulières.

Si vous apportez des changements à l'utilisation de votre espace, veillez à trouver un équilibre entre la communication sur la sécurité et l'amélioration de l'expérience du client ou du visiteur. Les technologies numériques peuvent vous aider dans cette démarche. Par exemple, Marriott International propose désormais des processus d'enregistrement et de départ entièrement sans contact via des applications pour smartphones, ainsi que l'entrée sans clé dans les chambres. Certains bars et restaurants ont mis en place un système de commande et de retrait sans contact en utilisant des codes QR.

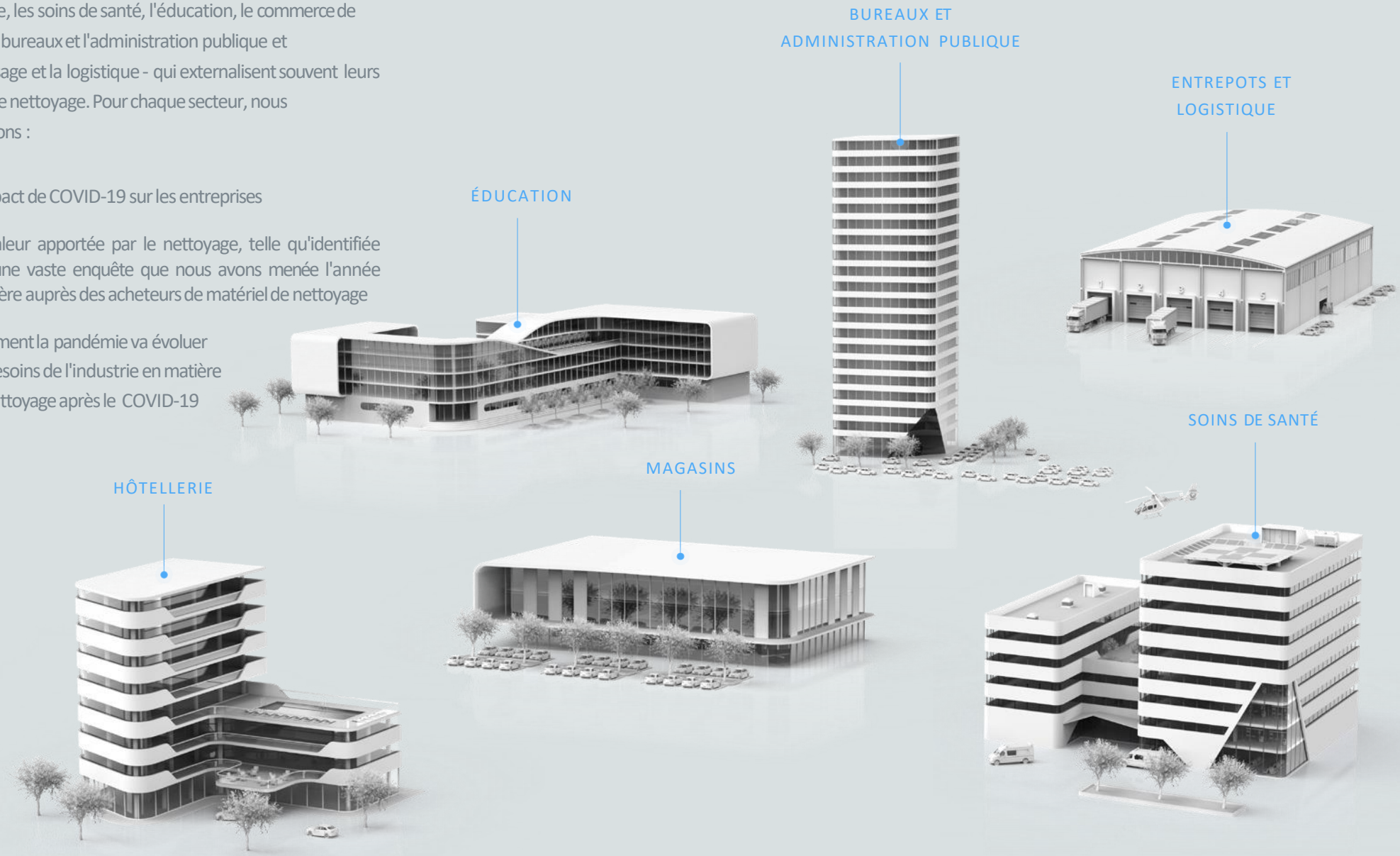
03

Gagner de nouveaux contrats dans une nouvelle ère

Plusieurs des industries qui emploient généralement des agents d'entretien sous contrat ont été très durement touchées par la pandémie. Même les industries qui n'ont pas été touchées financièrement sont toujours confrontés à la nécessité d'améliorer leurs protocoles de nettoyage.
En conséquence, les entreprises de tous les secteurs chercheront à augmenter leur niveau de propreté sans entraîner de coûts de main-d'œuvre supplémentaires. Cela donnera des possibilités aux agents contractuels qui peuvent démontrer qu'ils comprennent les nouvelles attentes et peuvent fournir des résultats supérieurs à un prix raisonnable.

Dans les sections suivantes, nous examinerons six secteurs : l'hôtellerie, les soins de santé, l'éducation, le commerce de détail, les bureaux et l'administration publique et l'entreposage et la logistique - qui externalisent souvent leurs services de nettoyage. Pour chaque secteur, nous examinerons :

- L'impact de COVID-19 sur les entreprises
- La valeur apportée par le nettoyage, telle qu'identifiée par une vaste enquête que nous avons menée l'année dernière auprès des acheteurs de matériel de nettoyage
- Comment la pandémie va évoluer les besoins de l'industrie en matière de nettoyage après le COVID-19



Hôtellerie

Impact commercial de COVID-19

Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration a été très durement touché, les compagnies aériennes, les hôtels, les centres de villégiature et les lieux de divertissement du monde entier ayant subi des pertes considérables. Ce n'est que très récemment qu'il y a eu des raisons d'être optimiste.

Le 17 juin 2020, la Global Business Travel Association (GBTA) a signalé que, pour la première fois depuis le début de la pandémie, ses membres fournisseurs commençaient à voir une hausse des réservations. En outre, plus de la moitié des personnes interrogées dans le cadre du dernier sondage sur les coronavirus de la GBTA ont déclaré qu'elles s'attendaient à reprendre leurs voyages nationaux réguliers dans les trois mois et leurs voyages internationaux réguliers dans les six mois.

Les voyages d'affaires reviendront probablement à la normale beaucoup plus tôt que les voyages de loisirs, ce qui constitue un bon système d'alerte précoce de ce que l'avenir pourrait réserver.

Objectifs et valeurs de nettoyage

Le nettoyage a toujours été une activité essentielle dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Nos recherches ont montré que dans les environnements d'accueil, la propreté est considérée comme le reflet d'autres services. Par exemple, les clients peuvent décider de dîner ou non dans un restaurant d'hôtel en fonction de la propreté perçue du hall de l'hôtel. Cela signifie que, pour faire bonne impression sur les clients, chaque zone d'un environnement d'accueil doit être nettoyée selon des normes très élevées.

La valeur que procure le nettoyage:

- Maintenir la réputation de la marque
- Refléter la qualité du service
- Offrir une excellente expérience aux invités
- Gagner des clients fidèles /recommandations de bouche à oreille

Le nettoyage post-COVID-19

Dans l'ère post-COVID-19, le nettoyage sera encore plus essentiel pour offrir une excellente expérience aux clients, et les procédures de nettoyage devront être encore plus strictes en termes de minutie et de fréquence.

Dans l'enquête GBTA citée ci-dessus, les personnes interrogées ont identifié l'augmentation des normes de propreté comme la mesure la plus importante que les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration puissent prendre pour contribuer à atténuer les préoccupations en matière de santé et de sécurité. Ils ont également exprimé leur intérêt pour en savoir plus sur ce que font les fournisseurs pour assurer leur sécurité. Par exemple, 32 % ont déclaré qu'ils aimeraient avoir plus d'informations sur les pratiques de nettoyage et d'assainissement des fournisseurs, tandis que 34 % souhaitent obtenir des informations sur l'inspection/ vérification de ces pratiques par des tiers.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel

- Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les poignées de porte, et des points de contact humain fréquent, comme les toilettes, les comptoirs et les salons publics
- Utiliser des désinfectants de qualité hospitalière dans les zones clés

Psychologique

- Privilégier le nettoyage visible dans les lieux publics, comme les halls d'entrée, les ascenseurs, les toilettes et les restaurants
- Communiquer de manière proactive avec les clients sur les procédures de nettoyage
- Afficher la documentation sur les pratiques de nettoyage et les inspections
- Adopter un langage sur la propreté et la sécurité dans les messages de marque

Soins de santé

Impact commercial du COVID-19

COVID-19 a évidemment eu un impact énorme sur l'industrie des soins de santé. La plupart des domaines qui ont été touchés dépassent le cadre du livre électronique, nous limiterons donc la discussion aux deux domaines les plus pertinents pour le nettoyage.

Premièrement, contrairement aux autres secteurs figurant sur cette liste, la demande de services de santé a augmenté, ce qui signifie que les hôpitaux et autres établissements de soins devront être plus efficaces et plus performants dans toutes leurs activités.

Nous prévoyons une augmentation des investissements dans les soins de santé, ce qui inclut des budgets plus importants pour le nettoyage.

Deuxièmement, les systèmes et les établissements de santé commencent déjà à évaluer ce qui s'est passé au cours de la pandémie actuelle afin de pouvoir commencer à se préparer aux futures. C'est ce qui s'est passé en Asie après l'épidémie de SRAS, ce qui explique en partie pourquoi de nombreux pays asiatiques ont été mieux à même de réagir au COVID-19 que les pays qui n'ont pas donné la priorité à la préparation à la pandémie.

Objectifs et valeurs de nettoyage

Le secteur des soins de santé applique déjà les normes de nettoyage les plus strictes et suit des protocoles de nettoyage rigoureux pour garantir la sécurité. Selon nos recherches, les raisons les plus importantes du nettoyage dans les environnements de soins de santé sont de respecter les normes de santé et de sécurité et d'éviter de mettre des vies en danger.

La valeur que procure le nettoyage:

- Rassurer les patients et les visiteurs sur la sécurité de l'environnement pour le traitement et le rétablissement
- Répondre aux attentes élevées des patients
- Veiller à ce que les conditions environnementales limitent le risque que les patients contractent des infections ou des maladies qui pourraient entraîner des revers et un rétablissement plus lent que prévu

Le nettoyage post COVID-19

En raison de la norme déjà élevée en matière de nettoyage, les principaux changements que nous prévoyons concernent l'extension des protocoles de nettoyage existants et l'investissement dans des technologies visant à aider le personnel de nettoyage à être plus productif.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel

- Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les poignées de porte, et des points de contact humain fréquent, comme les toilettes, les comptoirs et les salons publics
- Nettoyez toutes les zones de l'établissement (salles d'attente, toilettes, etc.) selon les mêmes normes que les zones à haut risque, comme les salles d'opération
- Mettre en œuvre des audits et des inspections plus rigoureux des opérations de nettoyage
- Affecter les équipements de nettoyage à une seule zone de l'établissement (par exemple, une récureuse de sol utilisée pour les couloirs, une autre utilisée pour les chambres des patients
- Investir dans de nouvelles solutions, telles que les autolaveuses autonomes, pour assurer une un niveau élevé d'hygiène et de prévention contamination croisée
- Rappeler périodiquement les procédures et protocoles de nettoyage en profondeur au personnel de nettoyage

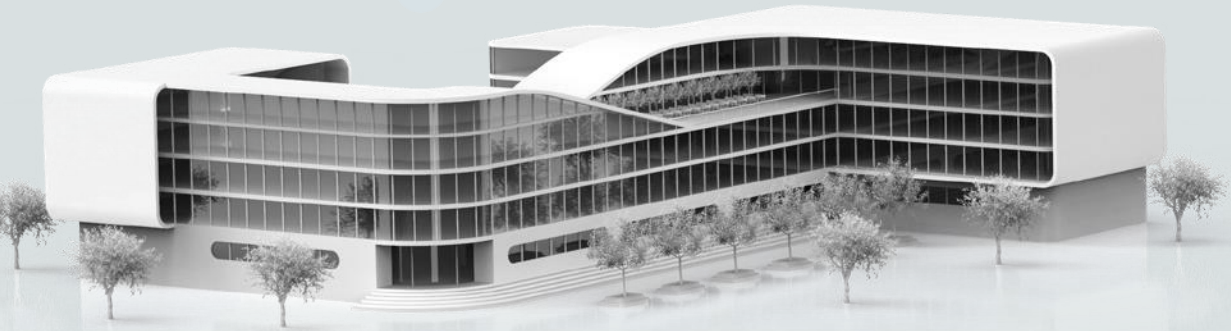
Psychologique

- Donner la priorité au nettoyage visible dans les zones publiques, comme les salles d'attente, les ascenseurs et les toilettes
- Communiquer de manière proactive avec les patients et les visiteurs sur les procédures de nettoyage
- Afficher la documentation sur les pratiques de nettoyage et les inspections

Éducation

Impact commercial du COVID-19

Les écoles, collèges et universités du monde entier ont été fermés lors de la première vague de la pandémie COVID-19, et la plupart d'entre eux n'ont pas rouvert avant les vacances d'été. À l'approche de l'automne, les autorités nationales, régionales, étatiques et locales vont évaluer avec soin si et comment les écoles pourront accueillir à nouveau les élèves en toute sécurité.



Comme les établissements d'enseignement sont constitués de petits espaces où de nombreuses personnes interagissent, ils constituent des zones à haut risque pour la propagation des infections.

De ce fait, nous espérons que les écoles adopteront des normes de propreté plus élevées après la COVID-19. Pour atteindre ces normes, il faudra augmenter les budgets de nettoyage, qui sont normalement serrés.

Objectifs et valeurs de nettoyage

Dans notre rapport d'enquête sur le nettoyage de 2019, un peu plus de la moitié (51 %) des répondants du secteur de l'éducation ont déclaré que le nettoyage était essentiel pour les entreprises. Nous pensons que si nous répétions l'enquête aujourd'hui, ce pourcentage serait plus proche de 100. Non seulement un environnement propre et sûr est une condition préalable à un apprentissage efficace, mais les parents se tourneront vers la propreté de l'établissement pour être rassurés sur la sécurité de leurs enfants et sur le fait qu'ils vontâ€™t contracter une maladie qu'ils pourraient ramener à la famille.

La valeur que procure le nettoyage

- Garantir un environnement d'apprentissage sûr et efficace
- Minimiser le risque d'infection
- Renforcer la confiance des parents dans la santé et la sécurité de leurs enfants

Le nettoyage post COVID-19

Students, parents, and employees will likely have a high level of concern about cleanliness and hygiene. To calm their fears, administrators will need to implement strict cleaning procedures and communicate extensively with all stakeholders.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel	Psychologique
• Mettre en œuvre des procédures de nettoyage plus strictes et augmenter la fréquence des nettoyages • Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les poignées de porte, et des points de contact humain fréquent, comme les toilettes, les salles de sport et les cafétérias • Exiger du personnel de nettoyage interne qu'il suive une formation spécialisée et obtienne des certifications • Engager des nettoyeurs professionnels sous contrat pour un nettoyage en profondeur régulier	• Documenter de manière approfondie les nouvelles routines de nettoyage • Communiquer de manière proactive avec la communauté sur les pratiques de nettoyage • Former les étudiants à une bonne hygiène

Magasins

Impact commercial de COVID-19

De nombreux secteurs de l'industrie de la vente au détail seront confrontés à une bataille difficile. Dans le cadre de diverses interviews et enquêtes, les experts du secteur de la vente au détail ont déclaré qu'ils s'attendaient à ce qu'il faille 6 à 12 mois, voire plus, pour que le commerce de détail traditionnel se rétablisse.

Plusieurs enquêtes ont examiné le sentiment des consommateurs sur les achats en magasin, et le consensus général est que la plupart des gens ne sont pas prêts. Par exemple, une récente enquête de SmarterHQ a révélé que seulement 36,5 % des personnes prévoient de faire leurs achats principalement en magasin pour des articles non essentiels (produits de beauté, vêtements, etc.) au cours de l'année prochaine.

Pour attirer les clients, les magasins doivent non seulement rassurer sur la sécurité, mais ils devront également concurrencer le commerce électronique, qui continue à se développer de manière significative dans le monde entier.

En plus de protéger les clients, les magasins de détail - comme toutes les entreprises - devront également assurer la sécurité des employés. Nous avons déjà vu des entreprises mettre en œuvre des changements, tels que la limitation du nombre de personnes autorisées à entrer dans le magasin en même temps, le contrôle du sens de la circulation et l'installation d'écrans en plexiglas aux caisses de sortie.

Objectifs et valeurs de nettoyage

Dans le passé, de nombreux détaillants ont peut-être sous-estimé l'importance de la propreté. Le rapport de ServiceChannel intitulé "The State of Brick and Mortar Retail Report 2019" a révélé que 4 clients sur 10 dépenseront moins d'argent dans un magasin où ils ont eu une expérience négative, tandis que 43 % d'entre eux choisiront plutôt de fréquenter un concurrent. Et quelle est la principale raison des expériences négatives ? Le désordre. Selon Shep Hyken, expert en service à la clientèle, des sols, des étagères et des toilettes sales peuvent "par inadvertance, envoyer des signaux aux clients que... la marchandise peut ne pas être de qualité non plus".

La valeur que procure le nettoyage :

- Fournir l'environnement nécessaire à une expérience d'achat agréable et fluide
- Faire en sorte que les acheteurs restent plus longtemps et reviennent
- Pour les entreprises du secteur alimentaire, le respect des normes et de la qualité pour créer la confiance

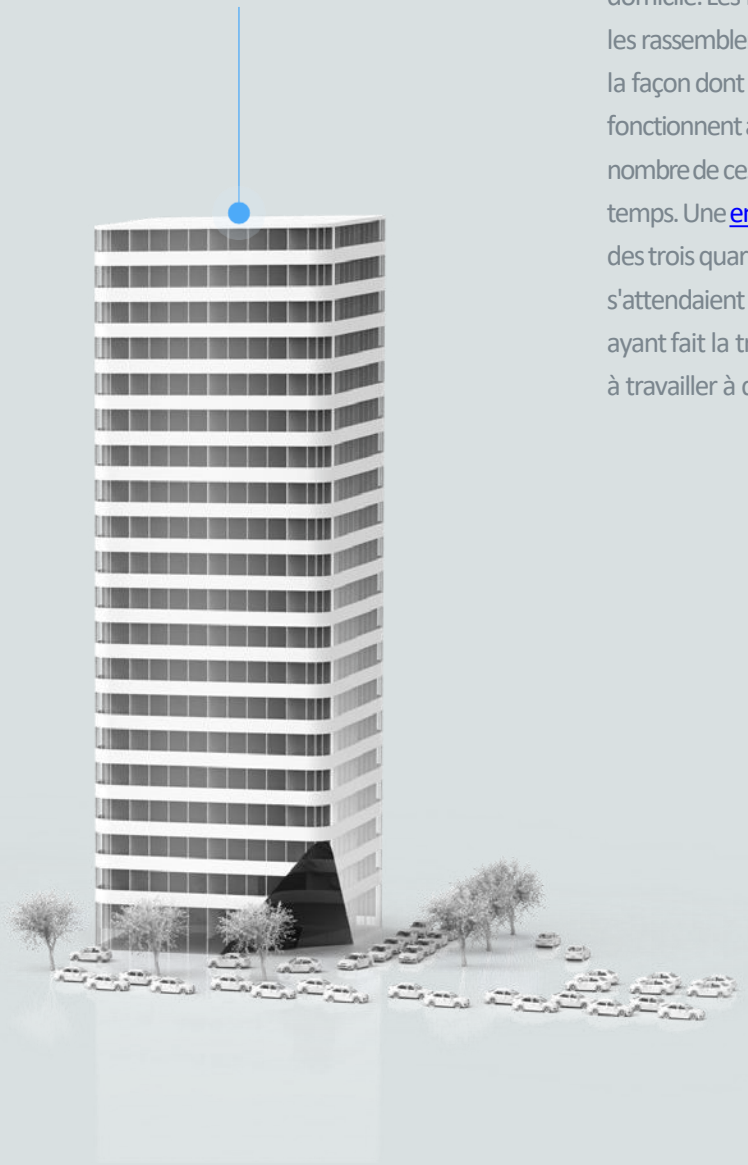
Nettoyage post-COVID-19

Les détaillants devront être particulièrement conscients du rôle que joue le nettoyage dans l'expérience client. Les grandes chaînes devront être très attentives à la façon dont le sentiment des clients affecte la réputation globale de la marque.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel	Psychologique
• Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les chariots, les paniers, les terminaux de point de vente et les toilettes publiques • Fournir une formation spécialisée au personnel sur les procédures de nettoyage, d'assainissement et de désinfection • Mettre en œuvre un nettoyage en profondeur plus régulier • Dans les grands espaces, utiliser des machines de nettoyage autonomes pour un nettoyage continu tout au long de la journée	• Nettoyer plus fréquemment et plus visiblement pour rassurer la sécurité et créer une image de marque positive • Communiquer de manière proactive avec les clients sur les normes et les procédures de nettoyage

Bureaux et administration publique



Impact commercial de COVID-19

COVID-19 a accéléré la tendance déjà existante au travail à domicile. Les fermetures de bureaux et les restrictions sur les rassemblements ont entraîné une refonte complète de la façon dont les entreprises et les employés non essentiels fonctionnent au quotidien. Le retour au bureau de bon nombre de ces personnes peut prendre beaucoup de temps. Une enquête menée par Gartner a révélé que près des trois quarts (74 %) des directeurs financiers s'attendaient à ce qu'au moins certains de leurs employés ayant fait la transition vers le travail à distance continuent à travailler à distance même après la pandémie.

Ceux qui reprennent le travail trouveront que les choses ont beaucoup changé. La distance sociale sera renforcée, les espaces communautaires (comme les cafétérias et les salles de conférence) ne seront peut-être pas accessibles, et il y aura une tolérance zéro pour les personnes venant travailler, même légèrement malades.

Objectifs et valeurs de nettoyage

Dans les immeubles de bureaux, les principales raisons du nettoyage ont généralement été de faire bonne impression sur les visiteurs et d'offrir un environnement de travail sans distraction. Lorsque les employés de bureau retournent au travail, l'accent doit être mis sur la santé et la sécurité.

La valeur que procure le nettoyage

- Garantir un environnement de travail productif
- Montrer au personnel que la direction se soucie de son bien-être
- Promouvoir la santé et la sécurité

Le nettoyage post COVID-19

Les changements dans les opérations de nettoyage quotidiennes seront probablement différents. Par exemple, les bureaux qui ne reçoivent pas beaucoup de visiteurs (par exemple, les entreprises technologiques) se concentreront sur la santé, la sécurité et le bien-être de leurs employés. Les bureaux qui reçoivent des visiteurs réguliers (par exemple, les banques) intégreront le nettoyage dans leur message de marque. Ils seront probablement tous deux obligés de mettre en place des procédures de nettoyage plus strictes que par le passé.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel

- Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les poignées de porte, et des points de contact humain fréquent, comme les toilettes, les comptoirs et les salons publics
- Exiger du personnel de nettoyage interne qu'il suive une formation spécialisée et obtienne des certification
- Engager des nettoyeurs professionnels sous contrat pour un nettoyage en profondeur régulier
- Évaluer les systèmes de ventilation et de circulation de l'air pour améliorer la qualité de l'air intérieur

Psychologique

- Privilégier le nettoyage visible dans les lieux publics, comme les halls d'entrée, les ascenseurs et les toilettes
- Communiquer de manière proactive avec les clients sur les procédures de nettoyage
- Afficher la documentation sur les pratiques de nettoyage et les inspections

Entrepôt et logistique

Impact commercial du COVID-19

En fait, la pandémie a fait prendre conscience du rôle crucial que jouent l'entreposage et la logistique dans la commodité de notre vie quotidienne.

Trouver les rayons des supermarchés vides était une nouvelle expérience pour beaucoup, et cela a mis en évidence l'importance de la logistique et des travailleurs qui facilitent la circulation des marchandises.

Au cours de l'épidémie, des entreprises comme Amazon ont été fortement critiquées pour ne pas avoir protégé correctement les travailleurs. Cet examen approfondi devrait favoriser une prise de conscience et une attention plus générale à l'égard du nettoyage, en particulier parmi les grandes entreprises. Les contrôles préventifs supplémentaires comprennent l'échelonnement des quarts de travail et la limitation de l'accès aux installations d'entreposage.

Objectifs et valeurs de nettoyage

La propreté a toujours contribué à la rentabilité des entrepôts en permettant des opérations efficaces. Les mess créent des risques de glissade pour les personnes et des obstacles pour les chariots élévateurs, la poussière diminue la qualité de l'air, et la saleté peut endommager les systèmes mécaniques des convoyeurs et autres équipements.

La valeur que procure le nettoyage

- Maintenir le bon fonctionnement et l'efficacité des opérations
- Garantir la santé et la sécurité des travailleurs
- Assurer la circulation sûre et efficace des chariots élévateurs à fourche et autres véhicules
- Préserver la qualité des produits

Le nettoyage post COVID-19

Les entrepôts étant un maillon essentiel de toutes les chaînes d'approvisionnement, les prestataires de services d'entreposage seront soumis à la pression de leurs clients pour qu'ils intensifient leurs procédures et protocoles de nettoyage. Ils devront probablement se concentrer davantage sur les processus ultérieurs d'assainissement et de désinfection.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Fonctionnel

- Mettre davantage l'accent sur le nettoyage et la désinfection des points de contact, tels que les poignées de porte, les mains courantes, les postes de travail, les panneaux de contrôle et les ascenseurs, ainsi que les points d'interaction humaine fréquente comme les toilettes, les vestiaires et les zones de pause
- Désinfecter les surfaces des équipements lourds, y compris les volants, les commandes, les marches, les échelles et les guidons
- Assainir les appareils portatifs et les accessoires portables, tels que les bracelets de poignet, les courroies de main, les lunettes de sécurité, les gilets, les ceintures de sécurité et les casques
- Assainir les emballages et les palettes dans le fret entrant et sortant
- Augmenter la fréquence de nettoyage des systèmes qui font circuler l'air et capturent et stockent la poussière

Psychologique

- Communiquer de manière proactive avec les employés et les clients sur les procédures de nettoyage
- Afficher la documentation sur les pratiques de nettoyage et les inspections
- Former les employés à une bonne hygiène

Opportunités pour les nettoyeurs contractuels

La période post-COVID-19 sera un défi pour toutes les industries que servent les entreprises de nettoyage. Ces défis donneront l'occasion aux entreprises de nettoyage sous contrat d'aider leurs clients à relever ces défis en fournissant le niveau de propreté requis de manière rentable.

Impact du COVID-19 sur l'industrie des entreprises de nettoyage

Les entreprises de nettoyage sont susceptibles de connaître des changements importants dans leur façon de travailler au quotidien. Les normes de propreté seront plus strictes dans tous les domaines, mais il y aura toujours des différences en fonction du type de client. Au fur et à mesure de la mise à jour des modes opératoires normalisés, les entreprises de nettoyagerisquent d'avoir moins de souplesse en ce qui concerne les produits et les procédures qu'elles utilisent. À l'avenir, la formation continue liée aux procédures de nettoyage et à la prévention des risques personnels pourrait être obligatoire.

Ce dont nous pouvons être sûrs, c'est que le nettoyage va devenir plus intensif en main-d'œuvre. Par exemple, surtout pendant la phase de réouverture, les entreprises peuvent engager des entreprises de nettoyage pour effectuer des nettoyages en profondeur plus fréquents afin de répondre aux normes de désinfection fixées par les autorités sanitaires.

Dans le même temps, nombre de ces mêmes entreprises ont subi des pertes financières, ce qui signifie qu'elles chercheront à réduire leurs dépenses. Cette situation s'aggravera si l'économie mondiale entre dans une récession prolongée.

Stratégies pour aborder les aspects fonctionnels et psychologiques du nettoyage

Il est tout aussi important pour les entreprises de nettoyage que pour leurs clients de prendre en compte les aspects structurels et fonctionnels du nettoyage.

Fonctionnel

- Intégrer une attention particulière à la désinfection des points de contact clés dans les procédures opérationnelles standard
- Soutenir le personnel dans sa formation spécialisée et ses certifications
- Utilisez des listes de contrôle pour fournir des documents attestant que le travail requis a été effectué
- Veiller à la bonne désinfection des équipements de nettoyage après chaque utilisation
- Investir dans des équipements de nettoyage autonomes

Psychologique

- Communiquer de manière proactive une compréhension des normes et des procédures de nettoyage, en particulier pour les domaines critiques
- Organiser les horaires de manière à répondre aux besoins des clients pour un nettoyage plus visible pendant la journée

04

Les technologies qui permettent le nettoyage dans cette nouvelle réalité

Dans ce livre blanc, nous avons fait plusieurs fois allusion aux nouvelles innovations et technologies qui rendent le nettoyage plus efficace et les équipes de nettoyage plus productives. Ici, nous allons nous pencher sur trois innovations technologiques qui vont définir l'avenir du nettoyage.

Alors que toutes ces innovations étaient déjà à l'horizon, la pandémie a accéléré leur adoption.

Solutions autonomes

Les solutions de nettoyage autonomes sont des machines qui peuvent faire le travail par elles-mêmes, sans nécessiter d'assistance humaine. Pour les applications commerciales et industrielles, les solutions de nettoyage autonomes se présentent sous la forme d'autolaveuses robotisées.

Dans le sillage du COVID-19, la technologie de nettoyage autonome offre trois avantages majeurs :

1. Elle libère le temps du personnel de nettoyage pour qu'il puisse en faire plus. Tandis que les autolaveuses autonomes nettoient les sols, le personnel de nettoyage humain peut accorder l'attention nécessaire aux poignées de porte, aux comptoirs et aux autres zones à haut risque et à forte sensibilité que nous avons identifiées dans la section précédente.

2. Elle garantit une couverture complète. Lorsque les enjeux sont aussi élevés, chaque surface doit être nettoyée aussi minutieusement que possible. Les autolaveuses autonomes suivent le même chemin à chaque fois, atteignant régulièrement entre 98% et 99,5% de couverture, ce qui est plus que ce que le nettoyage manuel apporte généralement.

3. Elle minimise le temps que les agents de nettoyage doivent passer dans les espaces peuplés.
   Dans les zones où des agents pathogènes peuvent être présents, comme les établissements de santé, des solutions autonomes peuvent réduire la possibilité que le personnel de nettoyage soit exposé. En outre, les robots peuvent aider les entreprises à atteindre le double objectif de nettoyer de manière visible et de protéger les travailleurs en n'obligeant pas les nettoyeurs à passer du temps dans des zones peuplées.

Plus d'informations ici : Comment les solutions de nettoyage autonomes améliorent les résultats de nettoyage et contribuent à la sécurité des travailleurs

Formation en ligne

Il n'a jamais été aussi important de disposer d'une main-d'œuvre qualifiée et formée. Avec la mise en place de normes de propreté plus strictes, nous nous attendons à ce que de nombreuses entreprises exigent du personnel de nettoyage qu'il participe à une formation continue. La preuve en est peut-être même la documentation que les entreprises mettent à la disposition de leurs clients pour les assurer qu'elles prennent les mesures nécessaires pour garantir la sécurité.

La formation en ligne est un excellent moyen de mettre rapidement à niveau votre personnel de nettoyage et d'assurer un développement professionnel continu. Voici trois endroits où trouver une formation en ligne :

1. L'académie virtuelle du Centre européen de prévention et de contrôle des maladies propose des cours gratuits pour tous. Cela comprend une collection de cours de micro-apprentissage sur le COVID-19.

2. Pour une option de formation plus formelle, le Cleaning Management Institute (CMI) de l'ISSA propose des cours pour les professionnels du nettoyage de première ligne, les gestionnaires et les superviseurs, et plus encore. Leur certification de formation de technicien d'entretien peut être obtenue en ligne.

3. Pour aider le personnel à apprendre les tenants et aboutissants de l'utilisation des équipements de nettoyage, la Nilfisk University propose une formation à la demande pour les opérateurs, les techniciens et le service clientèle. Les cours sont accessibles à partir de n'importe quel appareil, ce qui en fait un moyen très souple et efficace pour les nettoyeurs de maintenir leurs compétences à jour.

Visites de sites virtuels et appels de service

Lorsque le nettoyage est essentiel pour les entreprises, celles-ci ne peuvent pas se permettre de mettre leurs équipements hors service. Pour maintenir les machines en marche et protéger la main-d'œuvre, de nombreux fabricants de matériel de nettoyage ont commencé à proposer des visites virtuelles de sites et des appels de service. Grâce à des logiciels de vidéoconférence, des casques de réalité augmentée et bien d'autres choses encore, les techniciens de maintenance peuvent aider les clients à dépanner et à résoudre rapidement les problèmes, ce qui minimise les temps d'arrêt des équipements et permet également aux entreprises d'économiser du temps et de l'argent sur les appels de service. Cette tendance n'en est qu'à ses débuts - nous nous attendons à voir davantage d'innovation dans ce domaine, car les fabricants d'équipements de nettoyage naviguent dans la nouvelle façon de travailler.

05

Soutenir et protéger le personnel de nettoyage

Avec le COVID-19, le personnel de nettoyage a enfin commencé à être reconnu comme le travailleur de première ligne essentiel qu'il est. Pour embaucher et retenir les meilleurs employés (surtout compte tenu des taux de rotation notoirement élevés), les entreprises devront faire un effort supplémentaire pour les soutenir et les protéger.

Plus tôt, nous avons discuté des moyens par lesquels les entreprises peuvent rendre l'industrie du nettoyage plus attrayante pour les demandeurs d'emploi. Ici, nous mettons en évidence trois façons dont les entreprises peuvent soutenir et protéger leur main-d'œuvre existante dans le secteur du nettoyage.

Leur donner les outils dont ils ont besoin pour faire leur travail

Le nettoyage professionnel est un travail difficile, et avec les nouvelles normes strictes de nettoyage, il devient de plus en plus difficile. La seule façon pour les agents de nettoyage d'atteindre tous leurs indicateurs de performance clés est de disposer des outils nécessaires pour faire leur travail.

À titre d'exemple, les directives de nettoyage et de désinfection de l'InterContinental Hotels Group présentées plus haut spécifiaient que les sols des zones clés telles que les halls d'entrée et les toilettes devaient être désinfectés toutes les deux heures. Dans tous les hôtels, sauf les plus petits, il serait probablement impossible d'atteindre cette norme en utilisant une serpillière et un seau - le temps qu'un nettoyeur termine un cycle de nettoyage et de désinfection, il devrait recommencer. Non seulement cette méthode est inefficace, mais le nettoyeur n'aurait pas le temps de faire autre chose.

Si votre entreprise a tardé à investir dans du matériel de nettoyage, il est temps de prendre cette mesure.

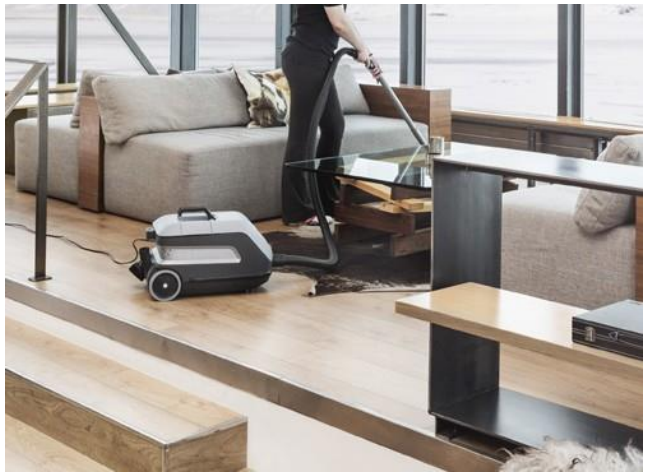
Les former à tous les protocoles de nettoyage et aux équipements

Dans l'ensemble, les employés ne reçoivent pas assez de formation. Selon l'expert en ressources humaines et en gestion Peter Cappelli, en 1979, les jeunes travailleurs recevaient en moyenne 2,5 semaines de formation par an. En 1995, ce nombre était tombé à moins de 11 heures. Il est difficile de trouver des données sur le nombre actuel de formations, ce qui indique probablement qu'il a encore diminué.

Dans l'industrie du nettoyage, le manque de formation met la main-d'œuvre en danger à plus d'un titre.

Tout d'abord, les agents de nettoyage travaillent souvent avec des équipements lourds et des produits chimiques toxiques. Sans une formation adéquate, ils peuvent être exposés à des risques. Le risque supplémentaire du COVID-19 rend la formation sur la protection individuelle encore plus importante.

L'autre façon dont le manque de formation menace la main-d'œuvre est l'augmentation de la rotation des employés. Dans une enquête menée auprès de travailleurs au Royaume-Uni, plus de la moitié (56 %) ont déclaré qu'ils quitteraient leur emploi si les employeurs ne leur offraient pas de formation. Près d'un tiers (31 %) avaient déjà quitté un emploi pour cette raison.



En fin de compte, la formation est l'une des choses les plus importantes que les employeurs puissent faire pour protéger la santé et la sécurité des travailleurs et les empêcher de quitter leur emploi.

Voici quelques-uns des sujets sur lesquels tous les agents de nettoyage devraient être formés :

- Comment effectuer les travaux de nettoyage et de désinfection en toute sécurité, y compris la désinfection des machines de nettoyage elles-mêmes
- Quand et comment changer les sacs filtrants
- Comment gérer, déverser et éliminer les eaux usées

Fournir un équipement de protection individuelle (EPI) adéquat

Il va sans dire qu'à l'époque du COVID-19, les agents de nettoyage doivent être munis d'un EPI adéquat. Un masque seul ne suffira pas, et les employeurs devraient prendre la responsabilité de connaître les exigences et de respecter ou de dépasser toutes les recommandations nationales, régionales, étatiques et/ou locales.

Ressources sur les recommandations et les exigences en matière d'EPI :

- Organisation mondiale de la santé : Utilisation rationnelle d'équipements de protection individuelle (EPI) pour les maladies à coronavirus (COVID-19) : Orientations provisoires
- Centres américains de contrôle et de prévention des maladies : Contrôle et prévention COVID-19
- Centre européen de prévention et de contrôle des maladies : Tutoriel sur l'utilisation en toute sécurité des équipements de protection individuelle

06

S'associer pour un succès certain dans un monde incertain

S'il y a un thème général qui résume la nouvelle réalité du nettoyage, c'est bien celui-ci : les agents de nettoyage devront faire plus –

- nettoyer plus fréquemment,
- respecter des normes plus strictes
- recevoir plus de formation
- fournir plus de documentation.

Dans le passé, les entreprises avaient peut-être le budget nécessaire pour acheter plus d'équipements afin de répondre à la demande croissante, mais la réalité financière actuelle est qu'elles seront probablement appelées à le faire davantage avec moins - moins de budget, moins de temps, moins de personnel.

Nous pensons que les nouveaux modèles de partenariat avec les fournisseurs, en particulier les programmes de location et de leasing d'équipements, gagneront en popularité comme moyen pour les entreprises de nettoyage d'obtenir des résultats de manière économiquement durable. Ces types de programmes peuvent prendre de nombreuses formes différentes. Voici les caractéristiques des programmes qui seront probablement les plus importantes dans les mois et les années à venir :

- Une solution de bout en bout - une formule de location ou de leasing qui comprend l'installation, ainsi que le service et la maintenance
- Des conditions flexibles - la possibilité de louerdes équipements, quelle que soit la durée
- Formation - assistance aux opérateurs et aux administrateurs

Faites l'expérience d'une norme plus élevée

Nilfisk France
26 avenue de la Baltique
CS 10246
91978 Courtaboeuf Cedex
Tél : 01.69.59.87.00
Info.fr@nilfisk.com