



Warszawa, 30 kwietnia 2020 roku

Odbiorcą usług jest „przeciętny Kowalski”

Czyli branża czystości nie tylko dla B2B

Branża utrzymania czystości przeciętnemu „zjadaczowi chleba” kojarzy się z przemysłem i usługami skierowanymi w stronę firm. Magazyny, przestrzenie publiczne i fabryki. Nic bardziej mylnego. Jakość usług, jakie dostarcza ten sektor, bezpośrednio dotyczy osób „prywatnych”. I wpływa na ich komfort oraz bezpieczeństwo.

Szczególna sytuacja, w jakiej się obecnie znajdujemy, podyktowana jest przez pandemię koronawirusa. Dezynfekcja, czyszczenie i zabijanie zarazków to hasła, które stały się synonimem bezpieczeństwa. To bezprecedensowy czas, jednak także poza epidemią efekty działania branży czystości dotyczą nas bardziej, niż zdajemy sobie z tego sprawę.

Branża rozwija się dynamicznie. Badania przeprowadzone przez firmę Savills wykazują, że w Polsce w 2019 powstało ok. 745 tys. m² nowej powierzchni biurowej, 315 tys. m² powierzchni handlowej oraz 2,7 mln m² magazynowo-przemysłowej. Te przestrzenie wymagają sprzątnięcia. Tendencja wzrostowa utrzymuje się w całej Europie. Wartość polskiego rynku czystości szacowana jest na 17 mld zł, a zatrudnionych w niej jest ok 700 tys. osób. Tyle faktów gospodarczych. A jaka jest praktyka? Idąc do sklepu, jadąc pociągiem, czy jeżdżąc na rolkach po parku mamy bezpośrednią styczność z efektami pracy specjalistów z branży, w tym firm sprzątających. Od jakości tych efektów zależy nie tylko nasz komfort i poczucie estetyki, ale także zdrowie.

Wpływ na każdego

Firmy oferujące usługi utrzymania czystości można podzielić na dwa obszary – sektor sprzątnięcia gospodarstw domowych oraz część obejmującą przedsiębiorstwa sprzątające oraz produkujące maszyny i środki stosowane w branży. Ze statystyk wynika, że co siódma osoba zatrudniona w sektorze czystości pracuje w obszarze sprzątnięcia domowego. Ta grupa liczy ok. 100 tys. osób. Można byłoby sądzić, że efekty pracy pozostałych 600 tys. odczuwalne są jedynie przez tzw. odbiorców B2B. Nic bardziej mylnego. Konsumentami profesjonalnych usług utrzymania czystości, które stosowane są m.in. w przypadku powierzchni użyteczności publicznej, jest każdy z nas – choć nie każdy zdaje sobie z

Tel./fax. 52 322 41 15
biuro@pigc.org.pl www.pigc.org.pl
Ul. Fordońska 353

NIP 554-28-21-701
REGON 340513437
NR KONTA 14 1600 1185 0004 0802 3131 1001

ul. Wojska Polskiego 65A,
pok. 115
85 – 825 Bydgoszcz

Partner:



Wydawca:





tego sprawę. Oznacza to, że skala wpływu usług utrzymania czystości na życie „przeciętnego Jana Kowalskiego” jest o wiele większa, niż sądzimy.

I globalnie i lokalnie

Miejsca użyteczności publicznej to wszystkie te obszary, gdzie odpoczywamy, robimy zakupy lub korzystamy z komunikacji miejskiej. Mogą nimi być galerie handlowe, restauracje, uczelnie i biurowce, a także parki, ogrody i place. Proces sprzątnięcia odbywa się często w trakcie działania punktów usługowych lub w styczności z przechodniami czy pasażerami. To determinuje konieczność używania specjalnych technik i środków. Efekt sprzątnięcia oznacza komfort oraz bezpieczeństwo przechodniów, klientów lub pasażerów. Czysty park, pachnąca toaleta w pociągu, winda lub przejście podziemne. To kryteria, które pokazują społeczny i gospodarczy standard regionu, a w końcu całego kraju. To globalnie. A lokalnie – oznaczają to, jak spędzamy dzień. Zatem: jest to kwestia warta uwagi.

– *Branża utrzymania czystości łączona jest przede wszystkim biznesem. Jest to jednak błędny sposób myślenia – mówi Marek Krzemieniewski, prezes Polskiej Izby Gospodarczej Czystości. – Odbiorcą usług firm sprzątających i producentów środków czystości finalnie jesteśmy my wszyscy. Praktycznie na każdym kroku mamy styczność z efektami ich pracy, dlatego jest to obszar warty bacznej uwagi – dodaje.*

Pierwsze wrażenie to za mało

Zatem jakość usług utrzymania czystości determinuje o wiele więcej, niż mogłoby się wydawać. Pozostaje jeszcze kwestia weryfikacji tej jakości. To jasne, że w trakcie codziennych zajęć, jako przechodnie lub użytkownicy parków, rzadko skupiamy uwagę na punktowaniu szczegółów. Jesteśmy w stanie stwierdzić, czy przestrzeń jest czysta tylko w ogólnym rozumieniu. Jeśli chodzi o szczegóły – dobrze, jeśli możemy posłużyć się know-how organizacji, które weryfikację przeprowadzą za nas. Istotne są także odpowiednie dokumenty i certyfikaty, które możemy wykorzystać, takie jak Gwarant Czystości i Higieny. GCiH to program stworzony przez TÜV Rheinland Polska Sp. z o.o. i Polską Izbę Gospodarczą Czystości, który opiera się na systemie precyzyjnej punktacji, dzięki której można weryfikować jakość usług utrzymania czystości. – *Jako izba gospodarcza chcemy dawać branży i interesariuszom, w tym także klientom oraz konsumentom, narzędzia służące budowaniu i utrzymywaniu dobrych praktyk oraz stałemu podnoszeniu jakości. Ma to wpływ na rozwój gospodarki w skali makro, ale także na komfort i bezpieczeństwo każdego z nas, w rozumieniu konsumenckim – powiedział Marek Krzemieniewski.*

Tel./fax. 52 322 41 15
biuro@pigc.org.pl www.pigc.org.pl
Ul. Fordońska 353

NIP 554-28-21-701
REGON 340513437
NR KONTA 14 1600 1185 0004 0802 3131 1001

ul. Wojska Polskiego 65A,
pok. 115
85 – 825 Bydgoszcz

Partner:



Wydawca:





Kontakt dla mediów:

Aneta Wilbrandt

Dyrektor Biura Zarządu PIGC

Mail: aneta.wilbrandt@pigc.org.pl

Agnieszka Nowakowska

Senior PR Manager, Pełka 360

Tel: 600 073 558

Mail: agnieszka.nowakowska@epcreatives.pl

Tel./fax. 52 322 41 15
biuro@pigc.org.pl www.pigc.org.pl
Ul. Fordońska 353

NIP 554-28-21-701
REGON 340513437
NR KONTA 14 1600 1185 0004 0802 3131 1001

ul. Wojska Polskiego 65A ,
pok. 115
85 – 825 Bydgoszcz

Partner:



Wydawca:

