



Visitiamo la Francia

i-connect

N. 7

**Pulisci 300 metri²
in un solo
minuto con
l'i-walk**



Potenzia la tua routine di pulizia

Ottimizza l'efficienza di pulizia senza perdere tempo. Combina la potente e moderna tecnologia co-botica con gli ineguagliabili livelli di pulizia di un i-mop XL. Puoi rendere la macchina operativa in meno di un minuto e dedicarti ad altre attività.



Più veloce

Mettere l'i-walk in funzione richiede meno di un minuto, lasciando più tempo per altre attività.



Più pulito

L'i-walk offre co-botizzazione abbinata alle prestazioni di pulizia dell'i-mop.



Più ecologico

Progettato per rispettare l'ambiente con un consumo energetico ridotto.



Più sicuro

L'avanzata tecnologia di aspirazione lascia il pavimento asciutto, riducendo il rischio di scivolare.



Più efficiente

Gestisce compiti ripetitivi, consentendo agli addetti alle pulizie di dedicarsi ad altre attività.



Un modo più intelligente di pulire.
Unisciti alla rivoluzione
Per ulteriori informazioni, scansiona il codice QR



INTRODUZIONE



**“I FRANCESI
CONOSCONO
L'ARTE DI
ASSAPORARE”**

Quello che più apprezzo della Francia è il suo affascinante connubio tra tradizione, intelletto e la celebre joie de vivre. I francesi sono noti in tutto il mondo per il loro profondo apprezzamento per l'alta cultura, dalla moda alla cucina, dalla filosofia alle arti. Ma al di là di queste iconiche caratteristiche c'è qualcosa di ancora più interessante: uno stile di vita plasmato dalla storia, dai valori e dai tranquilli rituali della vita quotidiana.

C'è una certa eleganza nel modo in cui i francesi percorrono il mondo. Una miscela di spessore intellettuale e formalità, ma anche di orgoglio, espressione personale e sincera passione per i piccoli piaceri della vita. Che si tratti di un piatto ben fatto, di una passeggiata serale in città o di un lungo pranzo con gli amici, i francesi conoscono l'arte di assaporare. Non solo i pasti, ma anche i momenti.

Il tipico stile di vita francese non è dettato dalla velocità o dall'accumulo, ma dall'intenzione. Consiste nel trovare la gioia nei dettagli, nel vivere il presente e nel dare priorità a ciò che conta davvero: la qualità rispetto alla quantità, l'esperienza rispetto alla proprietà e le relazioni rispetto alla routine.

È proprio qui che i valori di i-team incontrano lo stile di vita francese. Crediamo che le partnership di successo si basino sui legami umani. Che l'innovazione nasca dall'ascolto. E che il progresso, come un buon pasto, richieda tempo, attenzione e gli ingredienti giusti.

Vi invito a scoprire questa edizione di i-connect, dedicata a i-team Francia. All'interno conoscerete le persone, le idee e le innovazioni che stanno contribuendo a plasmare un futuro più intelligente, pulito e connesso.

Bon voyage e bon appétit.

Ben van de Scheur

Managing Director - i-team Professional BV
ben@i-teamglobal.com



Colophon

i-connect Magazine è una pubblicazione di i-team Global

Cadenza: 2 volte l'anno
Ideazione e produzione:
Eveline Grin | Jaimie Teelen

Feedback: i-connect@i-teamglobal.com

Desideri ricevere
la prossima edizione di
i-connect Magazine?
Scansiona il codice QR



CONTENUTI

6 Ti diamo il benvenuto in Francia

- 8 i-team Francia: un approccio unico all'innovazione e alla crescita.
- 10 Incontra il team: i-team Francia

16 Una conversazione con Jean Baptiste Faucher

- 20 Il settore delle pulizie in Francia

24 Un assaggio di Francia

- 30 Blog Frank van de Ven
Un messaggio da Frank sui brevetti
- 32 Branding: il metodo i-team
Un ripasso veloce delle basi

34 Novità sul settore delle pulizie in Europa

- 36 Alla scoperta della Francia
Arte, sapori e avventura
- 38 Verso affari migliori
Il nostro percorso B Corp



Ti diamo il benvenuto in **Francia**
IL PAESE DI...



L'ORA DEL CROISSANT

Bontà croccante e burrosa. Se la tua mattina non inizia con un croissant appena sfornato, allora non ti trovi in Francia.

STAPPIAMO LO CHAMPAGNE

L'unico vero champagne proviene da... Champagne! L'eccellenza spumeggiante della regione che le ha dato il nome.



FAI CHEESE

Camembert, Roquefort, Brie... La Francia conta oltre 1.600 formaggi. Ci sono molti più formaggi che giorni in un anno!



L'ORGOGGIO DEL GALLETTO

Il simbolo nazionale della Francia non è un uccello qualsiasi. È un ingegnoso gioco di parole! In latino, gallus significa sia "gallico" che "gallo", motivo per cui la sua immagine compare sulle monete galliche fin dall'antichità. Oggi è sinonimo di orgoglio francese, resilienza e un pizzico di estro.



BAGUETTE, C'EST PARFAIT

Croccante fuori, soffice dentro. La baguette francese è talmente sacrosanta che l'UNESCO l'ha resa patrimonio dell'umanità.



CULTURA DEL CAFFÈ

Un espresso, una sigaretta (vera o immaginaria) e trascorrere ore a osservare la gente. Non c'è fretta. C'est la vie!



BON APPÉTIT!

La cucina francese non è solo cibo. È una forma d'arte. Dalle escargot al coq au vin, ogni pasto è un capolavoro.



CASTELLI DA FAVOLA

La Francia vanta oltre 40.000 castelli. Versailles, Chambord, Chenonceau... il sangue blu che è in te non ha che l'imbarazzo della scelta.



TOUR DE FRANCE

La gara ciclistica più famosa del mondo. 3.500 km di sudore, dolore e gloria. Allez, allez, allez!



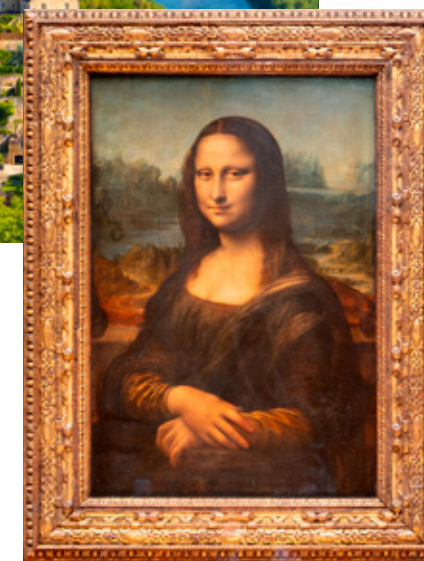
CAPITALE DELLA MODA

Parigi detta le tendenze, il mondo la segue. Chanel, Dior, Louis Vuitton, c'è bisogno di dire altro? È in Francia che i sogni d'alta moda diventano realtà.



OPERE D'ARTE LEGGENDARIE

Dal misterioso sorriso della Gioconda alle ninfee di Monet, la Francia ospita alcuni dei capolavori più leggendari del mondo.



I-TEAM FRANCIA

Un approccio unico all'innovazione e alla crescita.

Da i-team Global, la collaborazione è essenziale. Nei diversi mercati, la struttura di i-team si adatta alle esigenze locali nel rispetto di una missione condivisa: introdurre soluzioni di pulizia più intelligenti ed efficienti. Ma non tutte le regioni operano allo stesso modo. i-team Francia ha sviluppato un proprio approccio, perfezionando la struttura, la strategia e le partnership per rispondere meglio al mercato francese. Grazie a un modello di distribuzione pratico, a una rete di partner segmentati e a una spiccata attenzione per i clienti chiave, la Francia sta percorrendo la propria strada.

Un tipo diverso di i-embassy

Mentre molte i-team embassy seguono una struttura uniforme, l'i-team Francia ha adottato un approccio più mirato. Invece di un i-ambassador principale, in Francia sono presenti **quattro ambassador chiave**, ognuno dei quali si occupa di un ambito specifico dell'attività:

- **Ambassador regionale:** supervisione di i-team Francia, gestione dei clienti chiave nazionali e garanzia della conformità dei contratti.
- **Ambassador vendite:** supporto ai partner e ai facilitatori delle vendite in tutto il Paese.
- **Ambassador tecnico:** gestione delle garanzie, della formazione e del supporto tecnico per gli utenti finali.
- **Ambassador clienti chiave:** assistenza ai clienti chiave nazionali e partecipazione alle attività di vendita.

Questa struttura consente a i-team Francia di suddividere le responsabilità in modo efficace, assicurando che sia i grandi clienti nazionali sia i piccoli partner indipendenti ricevano l'attenzione che meritano.

I-TEAM
FRANCIA



**AMBASSADOR
REGIONALE**



**AMBASSADOR
VENDITE**



**AMBASSADOR
TECNICO**



**AMBASSADOR
CLIENTI PRINCIPALI**

Una rete di partner a più livelli

A differenza di alcuni mercati che si affidano a un piccolo numero di grandi distributori, i-team Francia ha costruito una rete diversificata di partner, raggruppati in tre categorie:



**LIVELLO 1
I-PARTNER**

Partner ad alto volume e di importanza strategica.



**LIVELLO 2
RIVENDITORI
PRINCIPALI**

Partner di medie dimensioni con influenza regionale.



**LIVELLO 3
DISTRIBUTORI**

Partner locali più piccoli che svolgono un ruolo fondamentale.

questo sistema segmentato consente a i-team Francia di mantenere la flessibilità, garantendo al contempo una forte copertura del mercato locale. Tuttavia, lavorare con un maggior numero di piccoli partner richiede più risorse, motivo per cui le strutture tariffarie variano. I contratti a più livelli prevedono adeguamenti trasparenti dei costi (+4% per il livello 2, +8% per il livello 3) per tenere conto degli sforzi operativi supplementari.

Un approccio pratico al controllo del mercato

i-team Francia svolge un ruolo più diretto nelle operazioni di mercato. Aniché affidarsi esclusivamente ai partner per gestire le vendite, l'embassy negozia direttamente con i clienti chiave nazionali, li fattura e poi ridistribuisce le vendite attraverso la sua rete di partner. Anche se alcuni partner preferiscono essere completamente indipendenti, questo approccio centralizzato offre i seguenti vantaggi:

- I clienti chiave nazionali sono gestiti in modo adeguato.
- Viene mantenuta la coerenza del mercato.
- I partner possono dedicarsi ai clienti locali senza ulteriori pressioni.

Ampliare la portata e costruire il futuro

La crescita è una priorità assoluta per i-team Francia. Attualmente gestisce 64 partner, ma l'obiettivo è di raggiungerne 100 entro il prossimo anno. Anche il team si sta espandendo, con 8 venditori (che presto diventeranno 10) che si dedicano a creare nuove opportunità.

Allo stesso tempo, le iniziative di marketing e di branding si stanno evolvendo. Con una rinnovata attenzione all'esposizione mediatica, al networking e agli indici di

riferimento del settore, i-team Francia sta lavorando per rafforzare la consapevolezza del marchio e affermarsi come leader nel mercato della pulizia professionale.

E la chiave del successo? Dimostrazioni, dimostrazioni, dimostrazioni. Più che la sensibilità ai prezzi, la sfida maggiore in Francia è svolgere un numero sufficiente di dimostrazioni pratiche per illustrare le potenzialità dei prodotti i-team. Più venditori operano sul campo, più le vendite aumentano.

Dare il buon esempio

Grazie a networking strategico, distribuzione strutturata e approccio pratico alle vendite, i-team Francia sta tracciando la propria strada all'insegna di crescita sostenibile, forte controllo del mercato e innovazione costante.

Con piani ambiziosi per il 2025, l'espansione degli i-center e una rete di partner in crescita, le prospettive future sono ottime. Una cosa è certa: i-team Francia non si limita a seguire gli schemi convenzionali. Ne sta creando uno nuovo.



INCONTRA IL TEAM

DIAMO FORMA AL FUTURO INSIEME

Dietro ogni storia di successo c'è un team di professionisti appassionati. Da i-team Francia, ogni membro apporta la propria esperienza, energia e visione. Da ambassador tecnici a strateghi delle vendite, lavorano insieme per ridefinire la pulizia.

Incontra il team!



Hans van Blijenbergh

Ambassador clienti chiave
e dimostratore

In cosa consiste il tuo ruolo?

"Accompagno i rappresentanti di vendita dei nostri partner durante le presentazioni e le dimostrazioni con gli utenti finali. Mi occupo anche della formazione dei team di vendita in modo che possano vendere autonomamente le soluzioni i-team. Collaudo spazzole, cuscinetti e nuovi materiali su diversi tipi di pavimento per garantire prestazioni sempre ottimali".

Come sei entrato a far parte di i-team Francia?

"Ero presente fin dall'inizio, cinque anni fa. Ciò che mi ha attirato è il modo in cui i-team ragiona e fa le cose in modo diverso, creando soluzioni uniche. Come ama dire Frank, per far parte della famiglia i-team bisogna crederci."



"STIAMO
CAMBIANDO IL
MODO IN CUI
I FRANCESI
CONCEPISCONO
LA PULIZIA".

Cosa ti piace particolarmente del lavoro in questo team?

"Vedere i sorrisi sui volti degli utenti quando scoprono quanto più veloci, pulite, ecologiche, sicure e migliori siano le nostre soluzioni".

Qual è un fatto divertente su di te?

"Sono originario di Affligem, in Belgio, famosa per la sua birra. I miei colleghi hanno l'obbligo morale di ordinare una Affligem quando usciamo. L'unico problema? I francesi non sanno pronunciarla correttamente. Ma la bevono senza problemi!"

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

"Stiamo cambiando il modo in cui i francesi concepiscono la pulizia".



Jean Baptiste Faucher Ambassador i-team Francia

Come descriveresti il tuo lavoro presso i-team Francia?

"Il mio ruolo è di guidare e far crescere i-team Francia, gestire i clienti chiave nazionali e coordinare i nostri partner. Supervisiono i contratti di distribuzione e garantisco la fedeltà alla nostra strategia di mercato".

Cosa ti piace di questo team?

"Lavoriamo sodo, guardiamo al futuro e stiamo costruendo qualcosa che rivoluzionerà davvero il nostro settore. Non si tratta solo di affari, ma di una missione".

Quale consiglio daresti ai nuovi arrivati nel settore delle pulizie?

"Smettete di guardare ai costi a breve termine. Investite nell'innovazione, e vi ripagherà in modi inaspettati".



Coralie Pain

Dimostratore commerciale

Qual è il tuo ruolo nel team?

“Supporto i nostri partner nella vendita dei prodotti i-team e nell'integrazione nel loro ecosistema”.

Cosa ti ha spinto a scegliere i-team Francia?

“I valori dell'azienda e la sua visione intelligente”.

Cosa ti piace in particolare di questo team?

“L'intento positivo che ci accomuna. Lavoriamo tutti per lo stesso obiettivo”.

Qual è il tuo prodotto i-team preferito?

“L'i-walk e l'i-mop XL. Offrono versatilità, prestazioni e semplicità”.

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

“Prestiamo attenzione a ciò di cui gli utenti hanno realmente bisogno”.

Il tuo consiglio per chi è nuovo nel settore?

“Guardate avanti, sta per iniziare una nuova era nel settore delle pulizie”.

Laurent Ernoult

Dimostratore commerciale

Come si svolge una tua giornata tipo?

“Presento, formo e supporto i nostri partner durante le dimostrazioni. È un lavoro diretto volto a garantire che i nostri prodotti vengano utilizzati efficacemente”.

Come sei entrato a far parte di i-team Francia?

“Ho lavorato con Lionel Vincent in un'altra azienda e l'ho seguito in i-team Francia. Volevo far parte di qualcosa fin dall'inizio”.

Cosa rende speciale i-team Francia?

“Si lavora seriamente, ma in un'atmosfera positiva, semplice ed efficiente”.

Qual è un fatto divertente su di te?

“Considero il mio gatto persiano come un terzo figlio. Sul serio”.

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

“Amici che guardano al futuro con una visione condivisa”.



“AMICI CHE
GUARDANO AL
FUTURO CON
UNA VISIONE
CONDIVISA”.



Lionel Vincent

Ambassador vendite

Qual è il tuo compito principale in i-team Francia?

“Sviluppo la nostra rete di distribuzione in tutta la Francia”.

Cosa ti ha spinto a ricoprire questo ruolo?

“La sfida della missione”.

Cosa ti piace in particolare del tuo lavoro?

“Creare entusiasmo collettivo e rendere i-team il leader dei lavapavimenti verticali”.

Qual è la tua innovazione i-team preferita?

“Le prestazioni dell'i-mop XL”.

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

“Stiamo creando un futuro in cui tecnologia e persone lavorano insieme”.

Il tuo consiglio per i nuovi arrivati nel settore?

“State arrivando al momento giusto. Il settore delle pulizie si sta evolvendo. Adottate la tecnologia”.

Frédéric Armand

Ambassador tecnico

In cosa consiste il tuo lavoro?

“Fornisco assistenza tecnica, risolvo i problemi di riparazione delle macchine e gestisco le richieste di garanzia. Faccio anche da tramite tra i tecnici dei partner e il nostro ambassador regionale per far sì che i problemi vengano risolti rapidamente”.

Cosa ti ha spinto a unirti a i-team Francia?

“Ho lavorato con Jean-Baptiste Faucher per oltre dieci anni come responsabile tecnico presso F2MI, un partner i-team. Seguirlo in questa nuova avventura è stato un passaggio naturale”.

Cosa apprezzi particolarmente del team?

“La competenza e la professionalità dei miei colleghi”.

Qual è il prodotto i-team più interessante per te?

“L'i-mop XL. Si tratta di una vera e propria rivoluzione nel campo della pulizia: più veloce, ecologico, sicuro ed efficiente”.

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

“Un team professionale che ascolta veramente i suoi partner”.

Il tuo consiglio per chi si affaccia al settore?

“Meccanizzate i vostri processi di pulizia. Poi la salute vi ringrazierà”.

“MECCANIZZATE
I VOSTRI
PROCESSI DI
PULIZIA. POI
LA SALUTE VI
RINGRAZIERÀ”.



Stéphane Demullier

Dimostratore commerciale

In cosa consiste il tuo lavoro quotidiano?

"Promuovere il marchio i-team e supportare i partner in caso di necessità".

Cosa ti ha spinto a scegliere i-team Francia?

"Una collaborazione di lunga data con l'ambassador di i-team Francia. Ho intravisto l'opportunità di potenziare l'attività, soprattutto nel settore della cobotica".

Cosa ti piace in particolare di questo team?

"Il nostro modello di business e la mia assoluta fiducia nei nostri prodotti".

“HO INTRAVISTO
L'OPPORTUNITÀ
DI POTENZIARE
L'ATTIVITÀ,
SOPRATTUTTO
NEL SETTORE
DELLA
COBOTICA”.

Qual è il prodotto più interessante per te?

"L'i-walk / 1900B. Ho fiducia nelle sue potenzialità in diversi ambienti".

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

"Fallo e basta, per il futuro della Francia".

Qual è un fatto divertente su di te?

"Sono anche un insegnante di pulizie".

Il tuo consiglio per i principianti?

"Cominciate contattando un'impresa di pulizie come utente, è il modo migliore per conoscere il settore".



Rémy Chetail

Dimostratore commerciale

In cosa consiste il tuo lavoro quotidiano?

"Assisto i nostri partner con dimostrazioni, configurazioni di macchine, consigli e raccomandazioni tecniche. È un ruolo molto dinamico e non ci sono due giornate uguali".

Come sei entrato a far parte di i-team Francia?

"Lionel mi ha presentato questa opportunità. Ciò che mi ha attratto maggiormente è stata l'innovazione e la varietà della gamma di prodotti".

Cosa ti piace particolarmente del lavoro in questo team?

"Sostegno reciproco, riconoscimento e un team incentrato sulle persone".

Qual è la tua innovazione i-team preferita?

"Cobotica. Contribuisce davvero a valorizzare la professione di addetto alle pulizie e supporta gli utenti in modo efficace".

Se dovessi descrivere i-team Francia in una frase?

"Tutti insieme, con spirito positivo, lavorando per un obiettivo comune".

Qual è un fatto divertente su di te?

"Sono un maniaco della pulizia".

Il tuo consiglio per chi è nuovo nel settore?

"Buttatevi! Vi divertirete e non ci sarà mai un giorno uguale all'altro".



La rete francese



con Jean Baptiste Faucher

UNA
CONVER-
SAZIONE

Alla guida di i-team Francia **con** **visione, energia** **e una strategia** **ambiziosa**

Da imprenditore ad ambassador di i-team Francia, Jean Baptiste Faucher ha costruito la sua carriera sull'innovazione, la resilienza e un profondo amore per il business globale. Grazie a una strategia unica e a una tabella di marcia ambiziosa, sta aiutando i-team Francia a diventare leader nel settore delle pulizie professionali.



Jean, tu hai alle spalle un bel percorso imprenditoriale prima di i-team Francia. Puoi parlarci un po' delle tue esperienze pregresse?

“Mi piace considerarmi un cittadino del mondo. Ho vissuto in diversi Paesi e ho viaggiato in oltre 85. La mia passione è costruire team, mettere insieme persone di diversa provenienza e affrontare nuove sfide. E, naturalmente, nutro una profonda passione per il buon cibo proveniente da ogni angolo del mondo!”

“Ho fondato la mia prima azienda a 25 anni a Dunedin, in Nuova Zelanda. Da allora ho lavorato in diversi settori: marketing, immobiliare, distribuzione all'ingrosso, gaming, trasporto merci. In 20 anni ho fondato o acquisito più di 10 aziende. La maggior parte ha prosperato, altre sono fallite, ma si impara in fretta dagli insuccessi. Come si dice in America, 'non sei un vero imprenditore finché non sei fallito almeno una volta'. Sono sopravvissuto alla crisi dei mutui subprime mentre lavoravo nel settore immobiliare, quindi so cosa significa attraversare momenti difficili”.

Hai anche un solido background nel settore educativo. In che modo questo influenza il tuo approccio agli affari?

“Amo imparare. Ho passato anni a collezionare lauree in ingegneria, marketing, gestione internazionale e persino filosofia. Ho insegnato marketing e gestione aziendale in università svizzere e neozelandesi. Ma alla fine torno sempre a creare imprese. Le conoscenze sono preziose, ma ciò che conta è metterle in pratica”.

E come sei entrato a far parte di i-team Francia?

“Ho scoperto per la prima volta i prodotti i-team come distributore mentre gestivo un'azienda di prodotti per la pulizia all'ingrosso a Parigi. Stavamo cercando qualcosa di innovativo e di qualità, ma all'inizio non avevamo idea di come vendere questi prodotti. Tutto è cambiato nel 2022, quando ho partecipato all'i-Gathering. Quell'evento mi ha aperto gli occhi sul potenziale di i-team. Sono tornato con un piano e nel giro di pochi mesi le vendite sono salite alle stelle. Abbiamo anche testato un piccolo gruppo di rivenditori e credo che abbia funzionato, perché ora dirigo i-team Francia!”

Cosa rende i-team Francia diverso dalle altre regioni i-team?

“La nostra struttura e la nostra strategia di distribuzione. Molte

“ABBIAMO CREATO UNA RETE DI PARTNER PIÙ PICCOLI E CI SIAMO OCCUPATI PERSONALMENTE DEL LAVORO DI BASE”.

regioni i-team si affidano a pochi grandi operatori che gestiscono tutto in modo indipendente. Noi abbiamo adottato un approccio diverso. Abbiamo creato una rete di partner più piccoli e ci siamo occupati personalmente del lavoro di base. Quindi un team i-team locale più numeroso, una strategia pratica e una rete di partner in rapida crescita. A oggi abbiamo 64 partner, con l'obiettivo di arrivare a 100. Quando ho presentato questa strategia agli altri ambassador, credo di aver

scioccato qualcuno. Sapevano quanto lavoro sarebbe servito. Ma a lungo termine, gli sforzi daranno i loro frutti. Diventeremo leader del settore”.

Come si svolge la tipica giornata di lavoro di un Ambassador regionale?

“Le mie mansioni sono molto varie. Un giorno sono a una fiera, il giorno dopo aiuto i partner con le dimostrazioni o gestisco i clienti chiave nazionali. E poi, naturalmente, c'è la realtà quotidiana di gestire i-team Francia come azienda completamente indipendente”.

i-team promuove un approccio “glocal”, bilanciando il branding globale con strategie locali. Come si applica in Francia?

“Seguiamo le strategie di marketing e le linee di prodotto di i-team Global, ma il mercato francese è diverso, quindi ci adattiamo. La Francia è un Paese molto grande. Avere una sola persona a gestire l'intera rete sarebbe impossibile, quindi abbiamo creato un team di vendita regionale. I clienti qui vogliono acquistare da qualcuno del loro territorio, della loro regione. È importante che si parli lo stesso gergo”.

“Ci dedichiamo anche alla conoscenza del brand. In questo momento, stiamo promuovendo la famiglia i-mop prima di introdurre una gamma più ampia. Anche i prezzi hanno dovuto essere adeguati. I partner più piccoli non possono lavorare con il modello europeo standard, quindi abbiamo creato una struttura flessibile. E poi c'è la lingua. La maggior parte dei nostri clienti non parla inglese,

perciò traduciamo tutto: materiali di marketing, documenti tecnici, contenuti formativi. Il team di Eindhoven è stato di grande aiuto per rendere possibile tutto questo”.

Quali sono le maggiori sfide del settore francese delle pulizie?

“La formazione. È questo il problema principale. Le norme francesi sull'occupazione rendono difficile per le aziende investire nella propria forza lavoro. L'articolo 7 lega gli addetti alle pulizie ai loro luoghi di lavoro e non ai datori di lavoro. Se una nuova azienda rileva un contratto, il personale rimane. In teoria suona bene, ma in realtà disincentiva la formazione. Perché investire nelle persone se l'anno prossimo potrebbero lavorare per il tuo concorrente? Si tratta di una grande sfida per un'azienda come i-team, che punta a valorizzare i professionisti delle pulizie”.

E quali sono le opportunità?

“La Francia ha una popolazione in rapida crescita, un'economia forte e sussidi governativi per la pulizia meccanizzata. La domanda di prodotti di alta qualità c'è. Dobbiamo solo svolgere più dimostrazioni sul campo”.

Qual è la tua visione per i-team Francia?

“Continuare a crescere, diffondere il virus i-team e trasformarci in un modello di successo. Vogliamo diventare il primo mercato i-team in Europa. È un obiettivo ambizioso, considerando le capacità dei nostri colleghi. Ma ci piacciono le sfide”.

“IL NOSTRO OBIETTIVO È DIVENTARE IL MERCATO I-TEAM NUMERO UNO IN EUROPA. È UN OBIETTIVO ARDITO...”

Che ruolo gioca l'innovazione in i-team Francia?

“L'innovazione è tutto. I clienti richiedono costantemente modifiche personalizzate e noi sviluppiamo prototipi. Alcune di queste modifiche hanno già portato a nuovi modelli di prodotto”.

Cosa ti motiva a svolgere il tuo lavoro?

“L'energia che mi trasmette. Ogni vendita, ogni nuovo partner, ogni dimostrazione di successo. Fa tutto parte di qualcosa di più grande. Prima di entrare in i-team mi stavo preparando a lanciare un progetto di distribuzione a livello nazionale, ma ho accantonato l'idea e sono passato a i-team Global. La migliore decisione che abbia mai preso. È raro trovare un'azienda così in sintonia con i propri valori. i-team non è solo un lavoro, è una missione”.

Se dovessi descrivere i-team Francia in tre parole, quali sarebbero?

“Informarsi. Innovare. Ispirare. È questa la filosofia di i-team ed è esattamente così che lavoriamo in Francia. O se dovessi dirlo in altre parole: Dedizione. Impegno. Energia. Perché alla fine la cosa più importante è il nostro team”.

TENDENZE NEL SETTORE DELLA PULIZIA

Il settore delle pulizie in Francia: panoramica e prospettive

Quasi 20 miliardi di euro di fatturato annuo generato da 15.000 imprese distribuite in tutto il Paese, per un totale di 600.000 dipendenti. Tre cifre che da sole dimostrano il peso del settore delle pulizie in Francia, un segmento che continua a crescere, nonostante le importanti disparità.

REDATTO DA CHRISTIAN BOUZOLS

Il numero di aziende continua ad aumentare, ma paradossalmente sono sempre più piccole: l'80% ha meno di 20 dipendenti e oltre 10.000 delle 15.000 aziende esistenti contano meno di 9 dipendenti. La maggior parte di queste microimprese opera a livello locale e spesso è a conduzione familiare, tramandata di generazione in generazione.

All'altro estremo dello spettro, alcuni grandi gruppi con migliaia di dipendenti stanno registrando una rapida crescita.

La fascia alta delle maggiori imprese di pulizia è composta da cinque grandi gruppi che superano o sfiorano il miliardo di euro di fatturato: Onet e GSF con 1,17 miliardi di euro, Atalian con 1,01 miliardi di euro, Samsic con 950,72 milioni di euro ed Elior-Derichbourg con 928,52 milioni di euro.

Come negli anni precedenti, gli sfidanti di questo "Club dei 5", che domina il settore dei servizi di pulizia e associati, restano nettamente in coda. Nel 2023, ISS Facility Services (acquisita nel 2024 dal gruppo Onet) ha registrato un fatturato di 288 milioni di euro, precedendo ISOR con 224 milioni di euro, Challancin con 180 milioni di euro, Nicollin Sud Services con 144 milioni di euro e Stem con 112 milioni di euro. I primi 50 gruppi del settore rappresentano il 40% del fatturato totale del mercato.

Tutte queste aziende, grandi e piccole, traggono vantaggio principalmente dall'esternalizzazione delle attività di pulizia, in crescita da oltre un decennio. Nel 2009, il 68% delle aziende francesi ha esternalizzato i propri servizi di pulizia a imprese specializzate. Questa cifra è salita all'80% nel 2020.

Tuttavia, alcuni settori continuano ad affidarsi maggiormente alle pulizie interne, come l'ospitalità, le scuole, la sanità e i trasporti, che rappresentano solo il 10% dell'attività delle imprese di pulizia. Non sorprende che gli uffici (34%) e le aree comuni degli edifici (30%) costituiscano la maggior parte dell'attività del settore. La pulizia dei vetri rappresenta da sola il 10%, mentre i contratti pubblici con le agenzie governative ammontano al 25% del fatturato totale.

IL NUMERO DI
AZIENDE CONTINUA
AD AUMENTARE, MA
PARADOSSALMENTE SONO
SEMPRE PIÙ PICCOLE.

Questo segmento è un punto critico per il settore, che si batte per innalzare i criteri qualitativi nelle gare d'appalto pubbliche, incoraggiando le istituzioni pubbliche a privilegiare i servizi di alta qualità rispetto alle offerte più basse, che tendono a deprimere il mercato.

PULIZIA: UNO DEI MAGGIORI FORNITORI DI POSTI DI LAVORO DELLA FRANCIA

In termini di forza lavoro, il settore delle pulizie è uno dei maggiori fornitori di posti di lavoro della Francia, con un numero di dipendenti in costante crescita, nonostante la battuta d'arresto causata dalla crisi da Covid nel 2020.

La manodopera, che opera a livello locale e non può essere esternalizzata, si compone per il 90% di agenti di servizio, ovvero di quella "manovalanza" che effettua le pulizie presso le sedi dei clienti.

Le imprese puntano soprattutto a mantenere e formare la propria forza lavoro: oltre l'80% dei dipendenti del settore ha un contratto a tempo indeterminato (CDI) e il 65% è costituito da donne.

LA METÀ DEI LAVORATORI
DEL SETTORE È
ASSUNTA PER 24 ORE O
MENO ALLA SETTIMANA

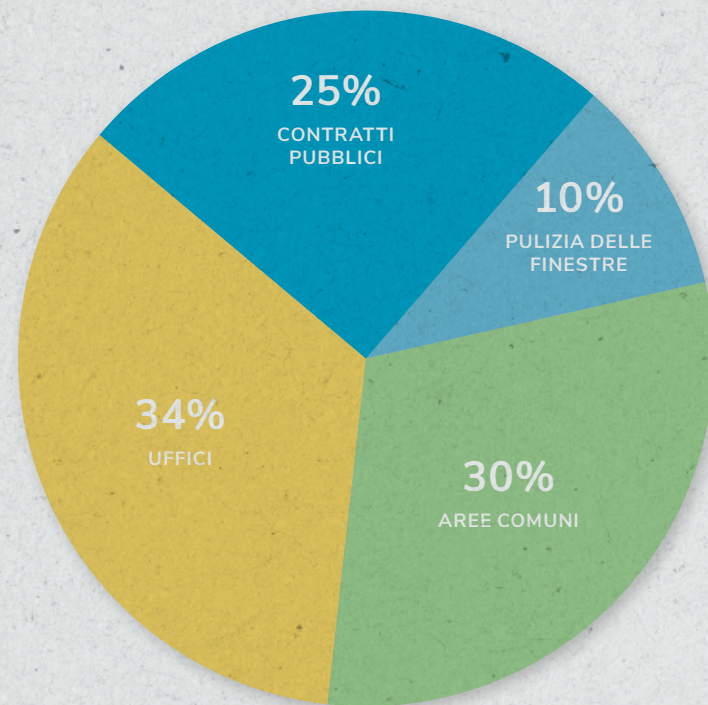
I posti di lavoro precari sono pochi, ma le condizioni lavorative sono intrinsecamente disagiate: la metà dei lavoratori del settore è assunta per 24 ore o meno alla settimana, mentre in Francia il lavoro a tempo pieno è di 35 ore. Di conseguenza, quasi la metà di loro lavora per più imprese, spesso in orari scomodi: la mattina presto o la sera tardi, quando gli uffici sono vuoti.

Questo orario di lavoro al di fuori delle fasce ordinarie, che rappresenta un ostacolo alle assunzioni, è da tempo al centro dell'attenzione della Federazione francese delle imprese di pulizia. L'obiettivo è convincere i clienti che i servizi di pulizia possono essere svolti durante il giorno. Si tratta di un'iniziativa a lungo termine, ma cruciale per il benessere dei lavoratori, molti dei quali devono spezzare la loro giornata lavorativa, rendendo difficile mantenere una vita sociale e familiare equilibrata. Malgrado gli sforzi della federazione dei datori di lavoro per promuovere questo approccio, l'implementazione su larga scala rimane un traguardo lontano.

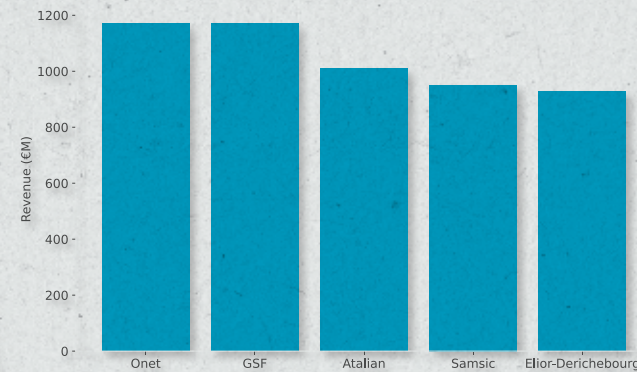
Il settore francese delle pulizie

Cifre principali

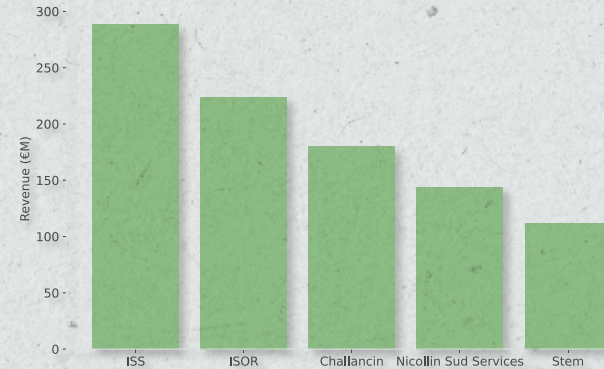
Distribuzione dei ricavi per tipologia di cliente



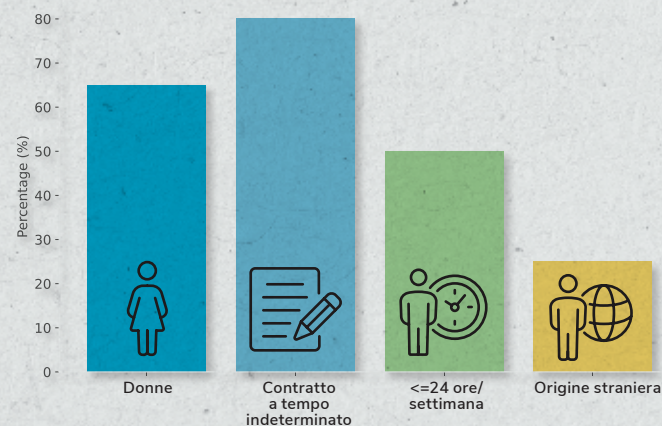
Le 5 principali imprese di pulizia per fatturato (in milioni di euro)



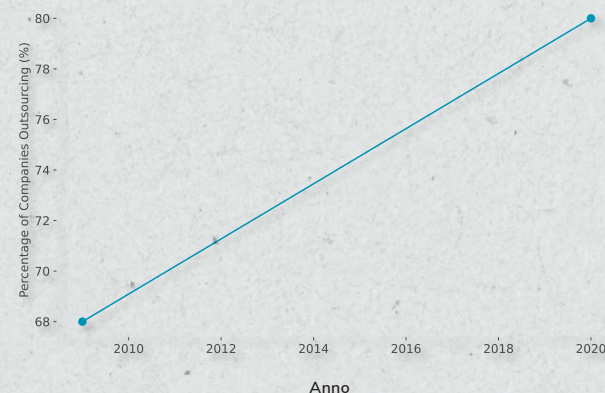
Imprese concorrenti per fatturato (in milioni di euro)



Dati demografici dei dipendenti del settore delle pulizie



Esternalizzazione dei servizi di pulizia nel tempo



Ciononostante, la federazione continua a impegnarsi per sensibilizzare i clienti sull'importanza dei servizi di pulizia. Sono stati mandati in onda spot televisivi e radiofonici per sottolineare la necessità di includere le "pulizie" tra le voci di bilancio prioritarie, soprattutto dopo la pandemia.

Durante la crisi sanitaria, gli addetti alle pulizie erano in prima linea e il mondo del lavoro ha pienamente riconosciuto il loro ruolo chiave. Un sondaggio condotto all'epoca ha rilevato che l'84% degli intervistati ha riconosciuto "che gli addetti e le imprese di pulizia hanno contribuito efficacemente a combattere la diffusione del virus". Inoltre, il 90% dei francesi si è reso conto "dell'importante ruolo svolto da questi lavoratori nel garantire la loro salute e sicurezza sul posto di lavoro".

Ma con l'affievolirsi della crisi, le vecchie abitudini sono tornate, così come i continui sforzi del settore per promuovere la propria professione presso i clienti e le persone in cerca di lavoro.

Dato che il settore delle pulizie continua ad assumere molto personale, gli stakeholder partecipano attivamente alle fiere del lavoro, organizzano dimostrazioni dal vivo, partecipano a eventi di incontri lavorativi e insistono sulla formazione. Sono stati introdotti otto certificati di qualifica professionale, di cui finora ne sono stati rilasciati circa 40.000.

È bene ricordare che il settore lotta da 20 anni contro l'analfabetismo, dato che circa il 25% degli addetti alle pulizie è di origine straniera, rispetto ad appena il 6% di tutti i settori in Francia.

SFIDE AMBIENTALI

L'aspetto sociale, inerente ai posti di lavoro nel settore, rimane una questione di primaria importanza, insieme alla promozione presso le aziende di strategie di RSI (responsabilità sociale d'impresa) per sostenere la transizione ecologica.

L'obiettivo, come per tutte le aziende francesi, è quello di migliorare le condizioni di lavoro tutelando l'ambiente, in particolare utilizzando prodotti meno inquinanti o a base biologica. È stato sviluppato uno strumento di supporto e lanciato un programma di formazione per i dirigenti aziendali. Tuttavia, il coinvolgimento è stato scarso: finora ha aderito solo l'1% delle 15.000 aziende del settore.

L'OBIETTIVO È QUELLO DI MIGLIORARE LE CONDIZIONI DI LAVORO TUTELANDO L'AMBIENTE

LA SFIDA DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Un'altra importante sfida futura per le imprese di pulizia è l'intelligenza artificiale, che sta avanzando rapidamente anche in questo settore.

L'integrazione IA nelle operazioni di pulizia consente di automatizzare le attività ripetitive e dispendiose in termini di tempo, permettendo al personale di concentrarsi su lavori più complessi e di alto valore. I sistemi sono in grado di rilevare aree trascurate, individuare potenziali problemi e garantire che gli spazi rimangano puliti per gli occupanti.

L'INTEGRAZIONE DELL'IA NELLA PULIZIA PROFESSIONALE COMPORTA DELLE SFIDE

Tuttavia, l'integrazione dell'IA nella pulizia professionale comporta delle sfide, come la necessità di investire in attrezzature e software costosi e la formazione necessaria per il personale.

Ciononostante, è fondamentale che le imprese di pulizia siano all'avanguardia nell'innovazione e adottino queste soluzioni per rimanere competitive in un mercato in continua evoluzione. In questo settore, sono i grandi gruppi con forti capacità di investimento a fare da apripista. Per le imprese più piccole, che costituiscono la maggior parte del settore, l'adozione dell'IA è un passo verso il futuro che sarà molto più difficile da compiere.



Un assaggio di Francia

La Francia è conosciuta in tutto il mondo per la sua eccellenza culinaria. Da gustosi piatti regionali a raffinati classici da bistrot, la cucina francese porta in tavola calore, competenza e creatività. Da i-team, i nostri chef sono altrettanto appassionati di buon cibo quanto di pulizia impeccabile. Ecco perché abbiamo selezionato alcune delle loro ricette preferite, ideate da Bart Haans ed Erik Bons, i nostri chef della sede centrale, con abbinamenti di vini a cura del sommelier Ruben Roosen. Bon appétit!

ANTIPASTO

RILLETTE D'ANATRA SU BRIOCHE TOSTATA

UNA CREMA MORBIDA E SAPORITA A BASE DI COSCE D'ANATRA CONFIT, PERFETTA COME ANTIPASTO.

VINO CONSIGLIATO

Pinot Noir | Le Village | 2020

Un vino rosso leggero con note di frutta rossa che si abbina alla preparazione fredda e alla consistenza dell'anatra.



VINO CONSIGLIATO

Ribera del Duero (Tinto Fino).

Un rosso corposo con toni terrosi e tannini bassi, che si sposa con la corposità della carne e del foie gras.



PIATTO PRINCIPALE

TOURNEDOS “ROSSINI”

UN FESTOSO E LUSSUOSO PIATTO DI FILETTO DI MANZO, FOIE GRAS, TARTUFO E SALSA MADEIRA.

VINO CONSIGLIATO

Coteaux du Layon.

Un vino da dessert dolce e fresco con un finale di vaniglia tostata che riprende gli aromi della brûlée.



DESSERT

CRÈME BRÛLÉE CLASSICA

CREMA PASTICCERA VELLUTATA E AROMATIZZATA ALLA VANIGLIA CON UNA CROCCANTE CROSTA DI ZUCCHERO CARAMELLATO.

RILLETTE
D'ANATRA
su brioche tostata

Ingredienti per 4 persone:
400 g di coscia d'anatra confit
150 g di grasso d'oca
25 g di rosmarino
25 g di timo
3 spicchi d'aglio
Sale
4 fette spesse di brioche

Per i sottaceti:
1 parte di aceto
1 parte di zucchero
1 parte di acqua
1 cetriolo snack • 1 cipolla rossa • Cornichons

- ISTRUZIONI
1. Scaldare insieme aceto, zucchero e acqua per creare un liquido di decapaggio.
 2. Affettare il cetriolo e la cipolla rossa, quindi metterli a marinare nel liquido di decapaggio.
 3. Affettare l'aglio e scaldare il grasso d'oca con il rosmarino, il timo e l'aglio a non più di 60 °C per circa un'ora per metterlo in infusione.
 4. Sminuzzare le cosce d'anatra, rimuovendo ossa e pelle.
 5. Tagliuzzare finemente la carne e mescolarla gradualmente con il grasso d'oca aromatizzato fino a ottenere una pasta spalmabile.
 6. Salare.
 7. Tostare le fette di brioche e guarnire con la rillette, i sottaceti e, facoltativamente, micro ortaggi o fiori commestibili.

TOURNEDOS
“ROSSINI”
un piatto festivo di
carne di manzo

Ingredienti per 4 persone:
4 tournedos di manzo (circa 150 g ciascuno)
100 g di fagiolini
100 g di taccole
1 mazzo di asparagi verdi
80 g di funghi champignon
2 dl di jus di vitello
50 ml di vino Madeira
1 cucchiaino di zucchero
Mazzetto aromatico
15 g di burro
200 g di patate Agria
40 g di burro
40 ml di latte
100 g di foie gras
4 piccoli toast
10 g di tartufo nero
Sale e pepe

- ISTRUZIONI
1. Lessare e schiacciare le patate, quindi mescolarle con latte caldo e burro. Salare.
 2. Pulire e sbollentare le verdure verdi, quindi rosolarle delicatamente nel burro.
 3. Pulire e rosolare i funghi.
 4. Pulire e condire il foie gras. Modellare e raffreddare finché non si rassoda, quindi tagliare a fette e disporre su pane tostato.
 5. Cuocere a fuoco lento il jus di vitello con il mazzetto aromatico, fare stringere leggermente, aggiungere il Madeira e lo zucchero. Filtrare e completare con una noce di burro.
 6. Condire e scottare i tournedos nel burro fino a doratura.
 7. Arrostitire in forno preriscaldato a 185 °C per 5-8 minuti, a seconda dello spessore. Lasciare riposare per 10 minuti.
 8. Scaldare il tutto e impiattare come mostrato. Tritarvi sopra il tartufo appena prima di servire.

CRÈME BRÛLÉE
Crema pasticcera
vellutata e aromatizzata
alla vaniglia

Ingredienti per 4 persone:
250 g di latte
250 g di crema
2 baccelli di vaniglia
12 tuorli d'uovo
100 g di zucchero semolato
2 cucchiai di zucchero semolato
+ 2 cucchiai di zucchero di canna per la guarnizione

- ISTRUZIONI
1. Scaldare il latte e la crema in un pentolino con i semi e i baccelli di vaniglia. Non far bollire.
 2. Sbattere i tuorli d'uovo con lo zucchero fino a ottenere un composto omogeneo.
 3. Aggiungere gradualmente la crema calda alla vaniglia al composto di uova. Rimuovere i baccelli.
 4. Lasciare riposare il composto per 20-30 minuti per eliminare la schiuma.
 5. Preriscaldare il forno a 90 °C.
 6. Versare la crema pasticcera nei pirottini e disporli su una teglia da forno.
 7. Cuocere in forno per almeno 1 ora, finché non si sarà delicatamente rappresa. Lasciare raffreddare.
 8. Mescolare gli zuccheri della guarnizione in un tritatutto per ottenere una miscela fine.
 9. Spolverare la crema pasticcera raffreddata con il mix di zuccheri e caramellare con un cannello.

I PIATTI PREFERITI DI JEAN-
BAPTISTE FAUCHER

In qualità di Ambassador regionale e di orgoglioso francese, Jean-Baptiste non poteva esimersi dal condividere tre amati piatti della sua terra. Semplici, autentici e ricchi di sapore. Questi piatti opzionali sono perfetti per tutti gli chef i-team che vogliono perfezionare la loro cucina francese.

PERFETTO COME ANTIPASTO,
PIATTO PRINCIPALE O ANCHE
PER UN PICNIC.



QUICHE LORRAINE
TRADIZIONALE

1. Mescolare 200 g di farina, 100 g di burro freddo, 60 g di acqua fredda e un pizzico di sale. Foderare con la pasta una teglia da crostata di 30 cm.
2. Preriscaldare il forno a 160 °C.
3. Cuocere 75 g di pancetta, distribuirla sulla pasta.
4. Sbattere 3 uova con 200 ml di panna, aggiungere 75 g di prosciutto a dadini, sale e pepe. Versare nel guscio della crostata.
5. Ricoprire con circa 150 g di formaggio Emmental grattugiato.
6. Cuocere in forno per 35-45 minuti, fino a doratura.

GÂTEAU
BASQUE

1. Impasto: mescolare 2 uova, 120 g di burro fuso, quindi aggiungere 200 g di farina, 100 g di farina di mandorle, 10 g di lievito in polvere, un pizzico di sale e 10 g di vaniglia.
2. Ripieno: scaldare 400 ml di latte con 80 g di zucchero, 30 g di farina di mais, 1 tuorlo, 10 g di vaniglia e 30 g di rum scuro. Mescolare fino a ottenere un composto denso. Far raffreddare.
3. Premere 2/3 dell'impasto in una teglia di 30 cm con bordi rialzati. Aggiungere il ripieno. Coprire con uno strato sottile di pasta rimanente.
4. Spennellare con latte, decorare con una forchetta se si vuole (ma non fare buchi), infornare a 160 °C per circa 50 minuti.

UNA TORTA RICCA E MANDORLATA
PROVENIENTE DAL SUD-OVEST DELLA FRANCIA.



Pensaci due volte prima di acquistare Il costo nascosto di copiare l'innovazione

UN MESSAGGIO
DA FRANK

Alcune idee cambiano tutto. Ed è proprio ciò che ha fatto l'i-mop. Una decina d'anni fa ha ridefinito la pulizia professionale dei pavimenti. Più veloce, più efficiente e pensato per le persone che lo usano. Una macchina così intuitiva da domandarsi come si potesse farne a meno.

Ma il successo ha un prezzo. All'innovazione si accompagna l'imitazione. E di recente, il mercato ha visto un gran numero di copie: macchine che assomigliano all'originale ma non ne sono all'altezza. Queste imitazioni minano proprio il segreto che ha reso celebre l'i-mop: l'autentica innovazione.

L'importanza dei brevetti

I brevetti non si limitano a fornire protezione legale. Sono il fondamento del progresso. Danno agli inventori la fiducia necessaria per correre rischi, investire e far progredire il settore. Senza di essi, perseguire idee innovative non varrebbe la pena, perché chiunque potrebbe copiarle senza fare alcuno sforzo. Inoltre, una volta pubblicato un brevetto, la tecnologia diventa pubblica. Per alcune aziende questo è un invito. Apportano lievi modifiche, quanto basta per aggirare i limiti legali. Tuttavia, una piccola modifica non basta a renderla un'idea originale. La vera innovazione non consiste nel copiare ciò che funziona, bensì nel creare qualcosa di nuovo.

Il vero costo delle copie

Si potrebbe pensare che acquistare un prodotto simile più economico sia una scelta intelligente. Ma cosa succede se non funziona come previsto? Se si usura più rapidamente, richiede una maggiore manutenzione o non offre alcuna garanzia legale? Inoltre, quando un prodotto

viola un brevetto esistente, le aziende che lo vendono o lo utilizzano possono trovarsi in una posizione precaria. Confische, contraccolpi finanziari e complicazioni legali sono tutte conseguenze assai concrete. Ma c'è in gioco qualcosa di ancora più prezioso: la fiducia. I clienti si affidano a professionisti in grado di fornire le soluzioni migliori, non solo le alternative più convenienti.

Scegliere l'originale significa scegliere la fiducia

Ogni i-mop si avvale di anni di ricerca e sviluppo e di oltre 50 brevetti mondiali. Questo ne garantisce le prestazioni, l'affidabilità e la sicurezza legale di rimanere sul mercato. Noi di i-team Global crediamo nell'innovazione, nella qualità e nella correttezza commerciale. Se vuoi avere la certezza che il tuo investimento sia protetto, cerca il logo i-team. Acquista da distributori autorizzati. E ricorda che la vera innovazione non si limita a creare qualcosa di eccezionale. Bisogna anche fare in modo che rimanga tale.

Frank van de Ven
CEO - i-team Global



Scansiona il codice QR per un'intervista approfondita con Maurits Westerik, celebre avvocato PI, (partner di Coupry) su come affrontare le insidie dei brevetti.

L'i-mop originale. L'innovazione spiana la strada. Le copie seguono.

Riconosciuto in tutto il mondo. Brevettato per un buon motivo.

- Il primo lavapavimenti verticale che 10 anni fa ha rivoluzionato il settore delle pulizie.
- **Qualità e durata garantite.**
- **Supportato dall'innovazione,** provato sul campo.
- **Progettato per eccellere,** protetto per durare nel tempo.



LO
SAPEVI?

Un ripasso veloce delle basi del brand i-team

Lo sappiamo. Nella frenesia quotidiana delle rivoluzioni nel settore delle pulizie, è facile dimenticare i principi fondamentali. Ecco quindi un amichevole promemoria delle basi che rendono i-team, beh... i-team.

1. È i-team, non I-Team.

Si scrive con la "i" minuscola e il trattino. Un'identità chiara e coerente per un brand globale e dinamico.

2. Il nostro logo, le nostre regole

Utilizza il logo a colori ove possibile. Le versioni in bianco e nero solo se strettamente necessario. Su uno sfondo scuro? Usa la versione bianca. Vuoi mettervi delle icone o del testo attorno? Non farlo, per favore.



3.

Il carattere che parla per noi.

Usiamo **Nunito Sans**. È chiaro, simpatico e gratuito. Scegli il nero per il corpo del testo, con accenti blu opzionali per le intestazioni o i punti salienti.

4.

Il nostro colore ufficiale è Pantone 312C.

È il blu brillante ed energico che si vede sulle nostre macchine e sui nostri materiali.

Per i materiali stampati:
C96 M6 Y15 K0

Per i materiali digitali:
RGB 0 167 206

Altre tonalità?
No, grazie.

Lascialo respirare

5.

Il nostro logo ha bisogno di spazio. Dagli sempre spazio sufficiente per respirare. Evita di comprimerlo, allungarlo o appesantirlo. E sì, diciamo sul serio: niente rumori di fondo, niente effetti strani, niente ombre.

6.

C'è una sola possibilità di fare colpo

Ricorda: ogni punto di contatto, da un post sui social media a un'etichetta di spedizione, è un'occasione per esibire l'identità di i-team. La coerenza non è noiosa. **È professionale.**

7.

Stile del testo = leggero, nitido e utile

Il nostro tono di voce è chiaro e convinto, con un pizzico di ironia. Informiamo, divertiamo e coinvolgiamo, ma senza mai travolgere il lettore. Paragrafi brevi. Nessuna espressione gergale. Un sorriso qua e là.

Michelle Marshall, redattrice dell'European Cleaning Journal, ci accompagna in un viaggio attraverso il continente per esplorare ciò che sta accadendo nel settore delle pulizie professionali. Dalle politiche ecologiche ai cambiamenti politici fino alle nuove tendenze, ecco cosa è emerso nei primi mesi del 2025.

NOVITÀ DEL SETTORE delle pulizie in Europa



Margini di profitto a rischio IN FRANCIA

In Francia, le imprese di pulizia si trovano alle prese con un anno incerto. Con l'inflazione ancora in agguato, i salari sono un tema scottante. Sebbene alla fine del 2024 sia stato introdotto un aumento del 2% del salario minimo, i sindacati chiedono di più: turni solo diurni, fine dei contratti part-time brevi e aumento della retribuzione complessiva. Dietro queste richieste c'è una crescente preoccupazione per le condizioni lavorative del settore. Uno studio ha dimostrato che il 17,3% degli addetti alle pulizie percepisce oggi il salario minimo, rispetto all'11% del 2015. Mentre i salari sono aumentati del 4,1% lo scorso anno, l'inflazione è salita del 4,9%. I datori di lavoro sono preoccupati, soprattutto per la possibilità di trasferire questi aumenti dei costi ai clienti. Come ha dichiarato un'impresa di pulizie: "I nostri margini di profitto sono a rischio e lo è anche il nostro modello aziendale, se il lavoro solo diurno diventa obbligatorio".



Accordi salariali a livello settoriale IN GERMANIA

La Germania ha inaugurato il nuovo anno con le elezioni e il settore delle pulizie ne ha approfittato per farsi sentire. L'Associazione federale degli addetti alle pulizie a contratto (BIV) ha lanciato una campagna di cartoline (ne sono state stampate 12.000!) per sollecitare i politici a ridurre la burocrazia, mantenere la libera contrattazione collettiva e affrontare l'aumento dei costi della sicurezza sociale. Non sono mancate le buone notizie: sono entrati in vigore nuovi accordi salariali a livello settoriale. I salari di ingresso sono aumentati a 14,25 euro, quelli dei lavoratori qualificati a 17,65 euro e gli apprendisti riceveranno fino a 1.300 euro al terzo anno. Tutti passi avanti verso una retribuzione più equa e un maggiore riconoscimento per uno dei maggiori mestieri specializzati della Germania.



Preoccupazioni per il mercato delle esportazioni IN ITALIA

Per l'Italia si profilano nubi economiche all'orizzonte. Con i nuovi dazi statunitensi annunciati dall'amministrazione Trump, crescono le preoccupazioni per il loro impatto sulle esportazioni, soprattutto di prodotti e macchinari per la pulizia professionale. Gli Stati Uniti sono il secondo mercato di esportazione dell'Italia e, secondo lo studio Svimez, i dazi potrebbero mettere a rischio oltre 50.000 posti di lavoro l'anno. Un'altra sfida è rappresentata dall'aumento dei prodotti "Italian sounding". Copie che scimmiettano i veri prodotti italiani senza averne la qualità o le certificazioni. Con l'aumento dei prezzi, i consumatori potrebbero essere tentati dalle imitazioni. Alcuni produttori stanno già pensando a joint venture o a produrre negli Stati Uniti per attraversare la tempesta.



Promozione di standard più elevati IN DANIMARCA

In Danimarca, alle imprese di pulizia è stato intimato di garantire una maggiore trasparenza prima di attendersi una migliore percezione da parte dell'opinione pubblica. In una recente conferenza di settore, il consulente per le comunicazioni Poul Madsen ha avvertito che una storia negativa è sufficiente a oscurare tutte quelle positive. I leader del settore sembrano essere d'accordo, impegnandosi a rispettare standard più elevati, prezzi equi, accordi collettivi e sostenibilità.

Connie Hedegaard, ex commissario europeo per il clima, ha esortato le imprese a promuovere la transizione verde: non solo per dovere, ma come vantaggio competitivo. Nel frattempo, le imprese di pulizia danesi si stanno preparando a una nuova tassa sul carbonio che potrebbe incidere sui costi energetici e di trasporto.



Lavoro da remoto NEL REGNO UNITO

Il Regno Unito sta facendo scalpore con un nuovo acronimo: WFB (Working From the Beach, ovvero lavorare dalla spiaggia). Proprio così. Con l'affermarsi del lavoro flessibile, alcune amministrazioni locali consentono ai dipendenti di lavorare a distanza dall'estero, a volte anche per un mese all'anno. Le testimonianze spaziano da lavoratori da remoto a Ibiza fino a chiamate tropicali su Zoom dalla Thailandia. Mentre alcuni lo osannano come il futuro del lavoro flessibile, altri esprimono critiche per le difficoltà legali e logistiche: immigrazione, assicurazione sanitaria, responsabilità e protezione dei dati. Ma che lo si ami o lo si detesti, il dibattito su WFB ci ricorda che l'equilibrio tra lavoro e vita privata non è più un lusso, ma una necessità.



Definizione degli standard nelle scuole primarie NEI PAESI BASSI

Nei Paesi Bassi, il Vereniging Schoonmaak Research (VSR) ha aggiornato la valutazione della qualità della pulizia nelle scuole primarie. Il nuovo approccio è più intelligente ed efficiente: prevede un campione indicativo di stanze e non più l'ispezione di ogni angolo. Adesso un piano in 10 fasi (con un nuovo modulo di controllo) guida gli ispettori attraverso le verifiche, dalla valutazione dei risultati all'adozione di provvedimenti.

È importante notare che l'iniziativa è puramente orientativa: non sono previste sanzioni. Si tratta di sforzi collaborativi, non punitivi, con le scuole e i fornitori di servizi di pulizia che lavorano insieme su standard condivisi.

ALLA SCOPERTA DELLA FRANCIA



IL MUSEO DEL LOUVRE,
Il Louvre, che ospita oltre 35.000 opere d'arte, è il museo più visitato al mondo. Una visita obbligata per gli amanti dell'arte e della storia.



**HALLES DE LYON
PAUL BOCUSE**
Chiamato così in onore del più celebre chef francese, questo mercato è un tempio della gastronomia, dove i sapori prendono vita.



**UN BOUCHON
TRADIZIONALE**
I bouchon di Lione offrono un assaggio autentico della tradizione francese, con piatti tramandati da generazioni.



TARTE AUX PRALINES
Dolce, croccante e dal colore rosa acceso, la crostata pralinata di Lione è tanto deliziosa quanto iconica.

Arte, sapori e avventura

UN'ODISSEA CULTURALE PARIGI

Parigi è più di una città: è un capolavoro vivente. Ogni strada, ogni piazza, ogni caffè racchiude una storia. È un luogo in cui arte, storia e vita quotidiana si fondono senza soluzione di continuità. Inizia il tuo viaggio al Louvre, che ospita il sorriso più famoso del mondo. Ma la cultura parigina non si limita a da Vinci. Visita il Museo d'Orsay per scoprire i tesori dell'Impressionismo o esplora il Centre Pompidou, dove l'arte moderna incontra il genio dell'architettura.

Parigi è anche una città di contrasti. Passeggia per il Marais, dove i vicoli medievali portano a boutique chic, o esplora il cuore artistico di Montmartre, in cui Picasso e Dalí hanno trovato ispirazione.

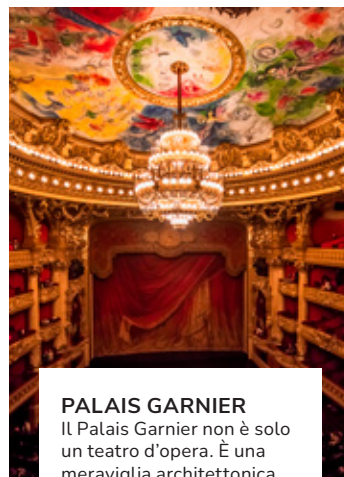
La cultura a Parigi non si limita ai musei, ma si riversa nelle strade. La poesia di un libraio sulla Senna, l'eleganza di un balletto al Palais Garnier, le espressive sonorità del jazz che si diffondono da un bar con luci soffuse a Saint-Germain.

E naturalmente, nessuna esperienza parigina è completa senza godersi la cultura del caffè. Accomodati al Café de Flore, sorseggia un espresso e osserva il mondo che passa. Perché a Parigi la vita stessa è arte.

CAFÉ DE FLORE. Il Café de Flore, uno dei caffè più iconici di Parigi, è stato per oltre un secolo un luogo di incontro per intellettuali, artisti e scrittori. Un vero spaccato di vita parigina.



MONTMARTRE,
Un tempo cuore della bohème parigina, Montmartre rimane un centro di artisti, caffè e viste mozzafiato sulla città.



PALAIS GARNIER
Il Palais Garnier non è solo un teatro d'opera. È una meraviglia architettonica, ricca di opulenza, storia e spettacoli di livello mondiale.

UN PARADISO GASTRONOMICO LIONE

Se Parigi è il cuore della Francia, Lione è il suo stomaco. Comunemente considerata la capitale della gastronomia, Lione è un luogo in cui il cibo è ben più che nutrimento. È una tradizione, una passione, uno stile di vita. Inizia con un classico bouchon, i ristoranti tipici di Lione dove piatti sostanziosi e tradizionali la fanno da padrone. Prova le quenelles, delicati fagottini di luccio in salsa cremosa, o il saucisson brioché, una salsiccia ricca e burrosa cotta nella brioche.

I mercati di Lione sono una festa per i sensi. Le Halles de Lyon Paul Bocuse, che prendono il nome dal leggendario chef, sono un paradiso per gli amanti della cucina e offrono di tutto, dai formaggi artigianali ai frutti di mare più freschi.

Accompagna il tuo pasto con un bicchiere di vino Côtes du Rhône e, per dessert, concediti una tarte aux pralines, una crostata di mandorle color rosa tanto bella quanto deliziosa.

Oltre al cibo, la storia di Lione si intreccia con la seta, il cinema e l'artigianato. Fai una passeggiata nei traboules, passaggi nascosti che si snodano attraverso l'architettura rinascimentale della città, o visita La Basilique de Fourvière per una vista mozzafiato.



**IN KAYAK SUL FIUME
DORDOGNA**
Il fiume Dordogna offre uno dei percorsi di kayak più scenografici della Francia, passando sotto castelli storici e scopliere calcaree.



ROCAMADOUR
Un villaggio medievale scavato nella roccia, Rocamadour è stato un luogo di pellegrinaggio per secoli e rimane una delle attrazioni più suggestive della Francia.

UNA DINAMICA AVVENTURA DORDOGNA

Per chi cerca l'avventura fuori città, la regione della Dordogna è il luogo perfetto per esplorare la natura, la storia e i grandi spazi aperti. Il fiume Dordogna si snoda tra dolci colline, villaggi medievali e scopliere calcaree. Percorrendo le sue acque calme in kayak si possono ammirare le vedute mozzafiato di antichi castelli, le cui torri si riflettono nel fiume sottostante.

I ciclisti possono godersi le tranquille strade di campagna, attraversando vigneti e noceti, mentre gli escursionisti troveranno fantastici sentieri nella Valle della Vézère, che ospita alcune delle pitture rupestri preistoriche più antiche e famose al mondo.

Per un vero e proprio viaggio nel tempo, visita Rocamadour, uno spettacolare villaggio ricavato nel fianco di una scogliera, dove i pellegrini si recano da secoli. La Dordogna non è solo un'avventura, è un viaggio nella storia.

**GROTTE DELLA VALLE
DELLA VÉZÈRE**
La Valle della Vézère ospita pitture rupestri preistoriche, che offrono uno scorcio di storia umana risalente a oltre 17.000 anni fa.



Verso un business migliore Il nostro viaggio B Corp

IMPATTO
SOSTENIBILE



Da i-team, la sostenibilità non è solo uno slogan alla moda, ma qualcosa che viviamo e costruiamo attivamente insieme. Negli ultimi due anni ci siamo adoperati per diventare una B Corporation certificata. Questo vuol dire andare oltre il profitto e cercare di produrre un impatto reale e duraturo per le persone, il pianeta e le comunità di cui facciamo parte.

THE GREEN TABLE: COSTRUIRE INSIEME LA SOSTENIBILITÀ

Per assicurarci che questo percorso coinvolga tutti, abbiamo lanciato The Green Table, una colazione mensile in cui i rappresentanti di ogni reparto si riuniscono per discutere di sostenibilità. Insieme, condividiamo informazioni, affrontiamo le sfide e ci assicuriamo che ogni parte dell'azienda sia rappresentata. Dal magazzino al marketing, ogni voce conta. Abbiamo anche creato un ambiente Teams dedicato con due canali: uno per collaborare alle domande di audit e l'altro per condividere idee e spunti.

I CINQUE PILASTRI B CORP

Per ottenere la certificazione B Corp, le aziende vengono valutate in cinque aree chiave:



Governance. Come dirigiamo l'azienda con trasparenza, etica e responsabilità.



Dipendenti. Come ci prendiamo cura del nostro personale, da salari equi e sicurezza a sviluppo e coinvolgimento.



Comunità. Il nostro ruolo nel mondo: diversità, inclusione e catene di fornitura responsabili.



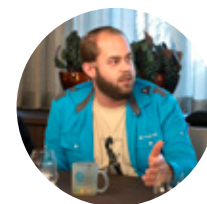
Ambiente. Il nostro impatto ambientale e il modo in cui lo riduciamo attraverso una progettazione più intelligente, l'energia rinnovabile e la circolarità.



Clienti. Come serviamo i nostri clienti in modo onesto, sicuro e responsabile.

SOSTENIBILITÀ IN AZIONE

Le parole sono belle, ma sono le azioni che contano davvero. Due colleghi di i-team raccontano come contribuiscono a un futuro più sostenibile nel loro lavoro quotidiano:



LEROY | ACQUISTI

“Fare la cosa giusta deve anche essere una scelta sensata”, afferma Leroy, che ha rivisto la strategia di imballaggio di i-team. Oggi, invece di usare scatole prodotte in Cina, usiamo cartone certificato FSC proveniente dai Paesi Bassi, riciclato all'80%. Ammette che il cambio di materiale ha suscitato qualche domanda: “I clienti a volte ci chiedono perché usiamo ancora scatole stampate. Ma un buon imballaggio previene i danni e il marchio fa parte di ciò che siamo”. Gli i-partner raccolgono le scatole usate per riciclarle e ogni scatola recuperabile viene riutilizzata.

Ma non finisce qui. Leroy è alla continua ricerca di alternative migliori, come i nostri nuovi cuscinetti in melamina, ora prodotti interamente con materiali BASF in Germania, che non richiedono colla, e un supporto realizzato fino all'80% con plastica PET riciclata. “A volte proviamo qualcosa che non funziona”, dice, “come una guarnizione più sottile che si è rivelata troppo fragile. Ma anche i test falliti possono insegnarci qualcosa”.



HUUB | RESPONSABILE DI STABILIMENTO

Huub si occupa di rendere più ecologici i nostri spazi di lavoro dietro le quinte. “La mia missione è creare un ambiente il più possibile sostenibile”, afferma. Gli impianti di riscaldamento sono stati sostituiti da pompe ibride, sono state installate ulteriori stazioni di ricarica per veicoli elettrici e tutta la nuova energia proviene da fonti verdi locali.

Huub ha anche implementato rubinetti con sensori per il risparmio dell'acqua, si rifornisce di cibi e bevande sostenibili e tiene traccia di tutti i consumi energetici e idrici grazie a contatori intelligenti e ai dati dei pannelli solari. “Questo ci permette di sapere esattamente cosa stiamo usando e come possiamo migliorare”, spiega. La raccolta differenziata è un'altra priorità: “Facciamo già la raccolta differenziata, ma possiamo fare di meglio. Spesso sono le piccole cose che fanno la differenza”.

“LA MIA MISSIONE È
CREARE UN AMBIENTE
IL PIÙ POSSIBILE
SOSTENIBILE” - HUUB

IL PIANO DI MOBILITÀ ELETTRICA

La sostenibilità non si ferma all'ufficio. Grazie al piano di mobilità elettrica (EMP), i dipendenti i-team possono noleggiare un'auto o una bicicletta elettrica a un prezzo vantaggioso. Senza controlli del credito, senza seccature. Dal personale di magazzino ai progettisti, più della metà di i-team Global oggi si sposta in modo silenzioso, pulito e con un sorriso. “Le scelte ecologiche dovrebbero essere facili e divertenti”, afferma Gerald Bartholomeus, responsabile del progetto. “È così che si ottiene un vero cambiamento”.

Un passo alla volta

Diventare una B Corp non significa essere perfetti, ma progredire. Significa rispettare standard più elevati e fare passi avanti, una decisione alla volta. Che si tratti di imballaggi, trasporti, energia o di come trattiamo le persone, ogni cambiamento che facciamo ci avvicina al tipo di azienda che vogliamo essere. Insieme, stiamo costruendo un futuro migliore.

GUARDIANS OF THE CLEANROOM

The SAFE-T-Family



faster



cleaner



greener



safer



better

Per maggiori informazioni sulla famiglia SAFE-T,
visita i-teamglobal.com o scansiona il codice QR

