

Visiter la France

# i-connect

N° 7



# Nettoyez 300 m<sup>2</sup> en seulement 1 minute de votre temps avec l'i-walk



## Améliorez votre routine de nettoyage

Optimisez l'efficacité du nettoyage sans perdre de temps. Combinez la technologie cobotique puissante et moderne avec les résultats de nettoyage inégalés d'un i-mop XL. En moins d'une minute, vous pouvez rendre l'appareil opérationnel et vous occuper d'autres tâches.



### Plus rapide

Il faut moins d'une minute pour faire fonctionner l'i-walk, ce qui libère du temps pour d'autres tâches.



### Plus propre

L'i-walk offre la cobotisation associée à la performance de nettoyage de l'i-mop.



### Plus écologique

Conçu pour être respectueux de l'environnement grâce à une consommation d'énergie optimisée.



### Plus sûr

La technologie d'aspiration avancée laisse le sol sec, réduisant ainsi le risque d'accidents par glissade.



### Meilleur

Gère les tâches répétitives, permettant aux agents d'entretien de se focaliser sur d'autres tâches.



Une méthode de nettoyage plus intelligente.  
Participez à la révolution  
*Scannez le code QR pour plus d'informations*





# INTRODUCTION

---



« LES FRANÇAIS  
COMPRENNENT  
L'ART DE  
SAVOURER »

Ce que j'apprécie en France, c'est son mélange fascinant de tradition, d'intellect et de joie de vivre légendaire. Les Français sont connus dans le monde entier pour leur goût profond pour la culture, qu'il s'agisse de mode, de gastronomie, de philosophie ou d'arts. Mais au-delà de ces expressions emblématiques se cache quelque chose d'encore plus fascinant : un mode de vie façonné par l'histoire, les valeurs et les rituels tranquilles de la vie quotidienne.

Il y a une certaine élégance dans la façon dont les Français vivent leur vie. Un mélange de profondeur intellectuelle et de formalisme, mais aussi de fierté, d'expression personnelle et d'engagement sincère à apprécier les plaisirs simples de la vie. Qu'il s'agisse d'un plat bien préparé, d'une promenade nocturne dans la ville ou d'un long déjeuner entre amis, les Français connaissent l'art de savourer. Pas seulement des repas, mais des moments.

Le mode de vie français typique n'est pas axé sur la vitesse ou l'accumulation, mais sur l'intention. Il s'agit de trouver de la joie dans les détails, de vivre dans le présent et de donner la priorité à ce qui compte vraiment : la qualité plutôt que la quantité, l'expérience plutôt que la possession et les relations plutôt que la routine.

C'est exactement là que les valeurs d'i-team rejoignent l'art de vivre à la française. Nous croyons que les partenariats efficaces reposent sur les relations humaines. Que l'innovation commence par l'écoute. Et que le progrès, tout comme un bon repas, demande du temps, de l'attention et les bons ingrédients.

Je vous invite à découvrir cette édition d'i-connect, consacrée à i-team France. À l'intérieur, vous rencontrerez les personnes, les idées et les innovations qui contribuent à façonner un avenir plus intelligent, plus propre et plus connecté.

Bon voyage et bon appétit.

---

**Ben van de Scheur**

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





## Colophon

i-connect Magazine est une publication  
d'i-team Global

**Fréquence** : 2 fois par an  
**Conception et production** :  
Eveline Grin | Jaimie Teelen

**Commentaires** : [i-connect@i-teamglobal.com](mailto:i-connect@i-teamglobal.com)

Vous souhaitez recevoir  
la prochaine édition de  
l'i-connect Magazine ?

**Scannez le code QR**



# TABLE DES MATIÈRES

## 6 Bienvenue en France

8 i-team France : Une approche unique  
de l'innovation et de la croissance.

10 Rencontrez l'équipe :  
i-team France

## 16 En conversation avec Jean Baptiste Faucher

20 Le secteur du nettoyage en France

## 24 Un avant-goût de la France

30 Blog Frank van de Ven  
Un mot de Frank  
à propos des brevets

32 L'image de marque, à la manière d'i-team  
Un rappel rapide des principes de base

## 34 Actualités du secteur européen du nettoyage

36 Explorer la France  
Art, saveurs et aventure

38 Vers une meilleure gestion des affaires  
Notre parcours B-Corp

# Bienvenue en **France** LE PAYS DE...



## L'HEURE DU CROISSANT

La perfection de la pâte feuilletée et du beurre. Si votre matinée ne commence pas par un croissant frais, êtes-vous vraiment en France ?

## VIN, VIN, VIN !

De Bordeaux à la Bourgogne, la France est essentiellement un grand vignoble. Ici, le vin n'est pas seulement une boisson, c'est un art de vivre. Santé!



## LA DAME DE FER

La tour Eiffel : d'une construction controversée à la silhouette la plus emblématique du monde.



## BAGUETTE, C'EST PARFAIT

L'extérieur est croustillant, l'intérieur est moelleux. La baguette française est tellement sacrée que l'UNESCO l'a inscrite au patrimoine mondial.

## OUVREZ LE CHAMPAGNE

Le seul vrai Champagne vient de... la Champagne ! La perfection pétillante de la région qui lui a donné son nom.



## DITES FROMAGE

Camembert, Roquefort, Brie... La France compte plus de 1 600 fromages. C'est bien plus de fromages que de jours dans une année !

## LA FIERTÉ DU COQ

Le symbole national de la France n'est pas un oiseau comme les autres. C'est un jeu de mots astucieux ! En latin, gallus signifie à la fois « gaulois » et « coq », ce qui explique que son image figure sur les pièces de monnaie gauloises depuis l'Antiquité. Aujourd'hui, il symbolise la fierté française, la résilience et une touche d'élégance.





## LE CULTURE DES CAFÉS

Un espresso, une cigarette (ou simplement l'attitude), et observer des gens sans fin. Pas de précipitation. C'est la vie !



## BON APPÉTIT !

La cuisine française n'est pas seulement de la nourriture. C'est une forme d'art. Des escargots au coq au vin, chaque repas est un chef-d'œuvre.

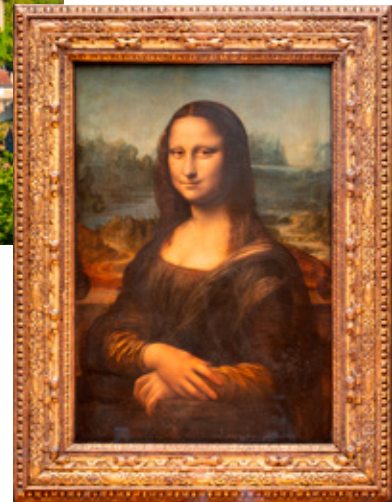
## CHÂTEAUX DE CONTES DE FÉES

La France compte plus de 40 000 châteaux. Versailles, Chambord, Chenonceau... votre royauté intérieure n'a que l'embaras du choix.



## TOUR DE FRANCE

La course cycliste la plus célèbre au monde. 3 500 km de sueur, de douleur et de gloire. Allez, allez, allez !



## DES ŒUVRES D'ART LÉGENDAIRES

Du sourire mystérieux de la Joconde aux nénuphars de Monet, la France abrite certains des chefs-d'œuvre les plus légendaires du monde.

## LA CAPITALE DE LA MODE

Paris crée les tendances, le monde suit. Chanel, Dior, Louis Vuitton, faut-il en dire plus ? C'est en France que les rêves de couture se réalisent.



## Une approche **unique** de l'innovation et de la croissance.

I-TEAM  
FRANCE

Chez i-team Global, la collaboration est essentielle. Sur différents marchés, la structure i-team s'adapte aux besoins locaux tout en restant fidèle à une mission commune : offrir au monde entier des solutions de nettoyage plus intelligentes et efficaces. Mais toutes les régions ne fonctionnent pas de la même manière. i-team France a développé sa propre approche, affinant sa structure, sa stratégie et ses partenariats pour mieux servir le marché français. Avec un modèle de distribution pratique, un réseau de partenaires segmenté et une forte concentration sur les grands comptes, la France montre la voie à suivre.

### Une i-ambassade d'un autre genre

Alors que de nombreuses ambassades i-team suivent une structure standardisée, i-team France a adopté une approche plus spécialisée. Au lieu d'un i-ambassadeur principal, la France fonctionne avec **quatre ambassadeurs clés**, chacun s'occupant d'un aspect spécifique de l'entreprise :

- **Regional ambassador** : Supervise i-team France, gère les grands comptes nationaux et veille au respect des contrats.
- **Sales ambassador** : Soutient les partenaires et les facilitateurs de vente dans tout le pays.
- **Technical ambassador** : Gère les garanties, la formation et l'assistance technique pour les utilisateurs finaux.
- **Key Account ambassador** : Aide les grands comptes nationaux tout en contribuant aux efforts de vente.

Cette structure permet à i-team France de répartir efficacement les responsabilités, en veillant à ce que les grands comptes nationaux et les petits partenaires indépendants reçoivent l'attention dont ils ont besoin.



**REGIONAL**  
AMBASSADOR



**SALES**  
AMBASSADOR



**TECHNICAL**  
AMBASSADOR



**KEY ACCOUNT**  
AMBASSADOR



## Un réseau de partenaires à plusieurs niveaux

Contrairement à certains marchés qui s'appuient sur un petit nombre de grands distributeurs, i-team France a construit un réseau diversifié de partenaires, regroupés en trois catégories :



Ce système segmenté permet à i-team France de rester flexible tout en assurant une forte couverture du marché local. Cependant, travailler avec un plus grand nombre de petits partenaires nécessite plus de ressources, ce qui explique que les structures tarifaires varient. Les contrats échelonnés comprennent des ajustements de coûts transparents (+ 4 % pour le Niveau 2, + 8 % pour le Niveau 3) pour tenir compte de l'effort opérationnel supplémentaire.



### Une approche pratique du contrôle du marché

i-team France joue un rôle plus direct dans les opérations de marché. Au lieu de s'appuyer uniquement sur des partenaires pour gérer les ventes, l'ambassade négocie directement avec les grands comptes nationaux, les facture et redistribue ensuite les ventes à travers son réseau de partenaires. Bien que certains partenaires préfèrent une indépendance totale, cette approche centralisée garantit que :

- les grands comptes nationaux sont correctement gérés.
- la cohérence du marché est maintenue.
- les partenaires peuvent se concentrer sur les clients locaux sans pression supplémentaire.

### Élargir le champ d'action et construire l'avenir

La croissance est une priorité absolue pour i-team France. Actuellement, nous gérons 64 partenaires, et notre objectif est d'atteindre les 100 partenaires d'ici l'année prochaine. L'équipe s'agrandit également, avec 8 vendeurs (bientôt 10) qui se consacrent à la création de nouvelles opportunités.

Parallèlement, les efforts en matière de marketing et d'image de marque évoluent. En mettant à nouveau l'accent sur la couverture médiatique, le réseautage et les références du secteur, i-team France s'efforce d'accroître la notoriété de sa marque et de s'imposer comme un leader sur le marché du nettoyage professionnel.

Et la clé du succès ? Démonstrations, démonstrations, démonstrations. Plus que la sensibilité au prix, le plus grand défi en France est d'obtenir suffisamment de démonstrations pratiques pour montrer la valeur des produits i-team. Plus il y a de vendeurs sur le terrain, plus il y a de ventes.

### Montrer l'exemple

Grâce à un réseau stratégique, à une distribution structurée et à une approche commerciale concrète, i-team France trace sa propre voie. Une voie qui garantit une croissance durable, un contrôle fort du marché et une innovation continue.

Avec des projets ambitieux pour 2025, l'expansion des i-centers et un réseau de partenaires en pleine croissance, l'avenir s'annonce prometteur. Une chose est sûre : i-team France ne se contente pas de suivre le modèle standard. Elle en crée un nouveau.

# RENCONTREZ L'ÉQUIPE

## FAÇONNER L'AVENIR ENSEMBLE

Derrière chaque réussite se cache une équipe de professionnels passionnés. Chez i-team France, chaque membre apporte son expertise, son énergie et sa vision. Des ambassadeurs techniques aux stratèges commerciaux, ils travaillent ensemble pour redéfinir le nettoyage.

**Rencontrons l'équipe !**





## Hans van Blijenbergh

Key Account Ambassador  
& Demonstrator

### En quoi consiste votre fonction ?

« Je guide les représentants commerciaux de nos partenaires lors des présentations et des démonstrations avec les utilisateurs finaux. Je forme également les équipes de vente, afin qu'elles puissent vendre les solutions i-team de manière autonome. Et je teste les brosses, les lingettes et les nouveaux matériaux sur différents types de sols pour m'assurer que nous restons à la pointe de la performance. »

### Comment avez-vous rejoint i-team France ?

« J'étais là dès le début, il y a cinq ans. Ce qui m'a attiré, c'est la façon dont i-team pense différemment, fait les choses différemment et crée des solutions uniques. Comme Frank aime à le dire, il faut être un « croyant » pour faire partie de la famille i-team. »



## « NOUS CHANGEONS LA FAÇON DONT LES FRANÇAIS CONÇOIVENT LE NETTOYAGE. »

### Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre travail au sein de cette équipe ?

« Voir les sourires sur les visages des utilisateurs lorsqu'ils découvrent à quel point nos solutions sont plus rapides, plus propres, plus écologiques, plus sûres et meilleures. »

### Avez-vous une anecdote amusante à raconter ?

« Mes racines sont à Affligem, en Belgique, célèbre pour sa bière. Mes collègues sont moralement obligés de commander une Affligem lorsque nous sortons. Le problème ? Les Français ne savent pas prononcer le nom correctement. Mais ils savent la boire ! »

### Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?

« Nous changeons la façon dont les Français conçoivent le nettoyage. »



## Jean Baptiste Faucher

Ambassadeur i-team France

### Comment décririez-vous votre travail chez i-team France ?

« Mon rôle consiste à diriger et développer i-team France, gérer les grands comptes nationaux et assurer la coordination avec nos partenaires. Je supervise les contrats de distribution et veille à ce que nous restions fidèles à notre stratégie de marché. »

### Qu'aimez-vous dans cette équipe ?

« Nous travaillons dur, nous anticipons et nous construisons quelque chose qui va véritablement transformer notre secteur. Ce n'est pas seulement une activité commerciale, c'est une mission. »

### Quel est votre conseil pour les nouveaux venus dans le secteur du nettoyage ?

« Cessez de vous focaliser sur les coûts à court terme. Investissez dans l'innovation et vous en tirerez des bénéfices inattendus. »



## Coralie Pain

Démonstrateur commercial

**Quel est votre rôle dans l'équipe ?**

« J'aide nos partenaires à vendre les produits i-team et à les intégrer dans leur écosystème. »

**Qu'est-ce qui vous a attiré chez i-team France ?**

« Les valeurs de l'entreprise et sa vision intelligente. »

**Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans cette équipe ?**

« L'intention positive partagée. Nous travaillons tous vers le même objectif. »

**Quel est votre produit i-team préféré ?**

« L'i-walk et l'i-mop XL. Ils offrent polyvalence, performance et simplicité. »

**Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?**

« Nous sommes attentifs aux besoins réels des utilisateurs. »

**Votre conseil pour quelqu'un qui débute dans le secteur ?**

« Regardez vers l'avenir, une nouvelle ère du nettoyage commence. »

## Laurent Ernoult

Démonstrateur commercial

**À quoi ressemble une journée typique pour vous ?**

« Je présente, forme et assiste nos partenaires lors des démonstrations. C'est un travail pratique qui garantit l'utilisation efficace de nos produits. »

**Comment avez-vous rejoint i-team France ?**

« J'ai travaillé avec Lionel Vincent dans une autre entreprise et je l'ai suivi chez i-team France. Je voulais faire partie de quelque chose dès le début. »

**Qu'est-ce qui rend i-team France unique ?**

« Un travail sérieux, mais dans une atmosphère agréable, simple et efficace. »

**Avez-vous une anecdote amusante à raconter ?**

« Je considère mon chat persan comme mon troisième enfant. Sérieusement. »

**Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?**

« Des amis qui envisagent l'avenir avec une vision commune. »

« DES AMIS QUI  
ENVISAGENT  
L'AVENIR AVEC  
UNE VISION  
COMMUNE. »







## Lionel Vincent

Sales Ambassador

**Quelle est votre principale responsabilité chez i-team France ?**

« Je développe notre réseau de distribution à travers la France. »

**Qu'est-ce qui vous a attiré dans ce poste ?**

« Le défi de la mission. »

**Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre travail ?**

« Créer un enthousiasme collectif et faire d'i-team le leader des nettoyeurs verticaux. »

**Quelle est votre innovation i-team préférée ?**

« La performance de l'i-mop XL. »

**Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?**

« Nous créons un avenir où la technologie et les gens travaillent ensemble. »

**Votre conseil pour les nouveaux venus dans le secteur ?**

« Vous arrivez au bon moment. Le secteur du nettoyage évolue. Adoptez la technologie. »

## Frédéric Armand

Ambassadeur technique

**En quoi consiste votre travail ?**

« Je participe à l'assistance technique, au dépannage des machines et à la gestion des réclamations au titre de la garantie. Je fais également le lien entre les techniciens partenaires et notre ambassadeur régional, afin de garantir une résolution rapide des problèmes. »

**Qu'est-ce qui vous a poussé à rejoindre i-team France ?**

« J'ai travaillé avec Jean-Baptiste Faucher pendant plus de dix ans en tant que responsable technique chez F2MI, un partenaire d'i-team. Le suivre dans cette nouvelle aventure était une évidence. »

**Qu'appréciez-vous le plus dans cette équipe ?**

« La compétence et le professionnalisme de mes collègues. »

**Quel est le produit i-team qui vous emballe le plus ?**

« L'i-mop XL. Il s'agit d'une véritable révolution dans le domaine du nettoyage : plus rapide, écologique, sûr et efficace. »

**Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?**

« Une équipe professionnelle à l'écoute de ses partenaires. »

**Votre conseil à ceux qui se lancent dans ce secteur ?**

« Mécanisez votre processus de nettoyage. Votre santé vous remerciera plus tard. »

« MÉCANISEZ  
VOTRE  
PROCESSUS DE  
NETTOYAGE.  
VOTRE  
SANTÉ VOUS  
REMERCIERA  
PLUS TARD. »



## Stéphane Demullier

Démonstrateur commercial

### En quoi consiste votre travail quotidien ?

« Promouvoir la marque i-team et soutenir les partenaires en cas de besoin. »

### Qu'est-ce qui vous a amené chez i-team France ?

« Un partenariat de longue date avec l'ambassadeur i-team France. J'ai vu une opportunité de stimuler l'activité, en particulier dans le domaine de la cobotique. »

### Qu'aimez-vous le plus dans cette équipe ?

« Notre modèle commercial et ma confiance absolue dans nos produits. »

### Quel est le produit qui vous emballa le plus ?

« L'i-walk / 1900B. Je crois en son potentiel dans différents environnements. »



« J'AI VU UNE OPPORTUNITÉ DE STIMULER L'ACTIVITÉ, EN PARTICULIER DANS LE DOMAINE DE LA COBOTIQUE. »

### Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?

« Faites-le, pour l'avenir de la France. »

### Avez-vous une anecdote amusante à raconter ?

« J'enseigne également le nettoyage. »

### Votre conseil pour les nouveaux venus ?

« Commencez dans une entreprise de nettoyage en tant qu'utilisateur, c'est le meilleur moyen de comprendre le secteur. »



## Rémy Chetail

Démonstrateur commercial

### En quoi consiste votre travail quotidien ?

« J'assiste nos partenaires par le biais de démonstrations, de configurations de machines, de conseils et de recommandations techniques. C'est une fonction très polyvalente, et chaque jour est différent. »

### Comment avez-vous rejoint i-team France ?

« Lionel m'a fait découvrir cette opportunité. Ce qui m'a le plus attiré, c'est l'innovation et la variété de la gamme de produits. »

### Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre travail au sein de cette équipe ?

« Le soutien mutuel, la reconnaissance et l'équipe centrée sur l'humain. »

### Quelle est votre innovation i-team préférée ?

« La cobotique. Elle contribue réellement à valoriser la profession de nettoyage et à soutenir les utilisateurs de manière significative. »

### Si vous deviez décrire i-team France en une phrase ?

« Tous ensemble, dans la bonne humeur, travaillant vers le même objectif. »

### Avez-vous une anecdote amusante à raconter ?

« Je suis un maniaque de la propreté. »

### Votre conseil pour un nouveau venu dans le secteur ?

« Allez-y ! Vous vous amusez, et chaque jour sera différent. »



# Le réseau français

AMBASSADE FRANCE



avec Jean Baptiste Faucher

UNE  
CONVER-  
SATION

# Diriger i-team France avec vision, énergie et une stratégie audacieuse

*D'entrepreneur à ambassadeur i-team France, Jean Baptiste Faucher a bâti sa carrière sur l'innovation, la résilience et un amour profond pour le commerce international. Avec une stratégie unique et un plan d'action ambitieux, il conduit i-team France vers une position de leader dans le secteur du nettoyage professionnel.*





**Jean, vous avez eu un beau parcours entrepreneurial avant de rejoindre i-team France. Pouvez-vous nous parler un peu de votre parcours ?**

« J'aime me considérer comme un citoyen du monde. J'ai vécu dans plusieurs pays et voyagé dans plus de 85 pays. Ma passion, c'est de créer des équipes, de rassembler des gens d'horizons différents et de relever de nouveaux défis. Et bien sûr, j'ai une obsession pour la bonne cuisine des quatre coins du monde ! »

« J'ai créé ma première entreprise à 25 ans à Dunedin, en Nouvelle-Zélande. Depuis, j'ai travaillé dans différents secteurs : marketing, immobilier, distribution en gros, jeux vidéo et fret. J'ai créé ou acquis plus de 10 entreprises en 20 ans. La plupart ont prospéré, d'autres ont échoué, mais l'échec permet d'apprendre rapidement. Comme on dit en Amérique, « On n'est pas un vrai entrepreneur tant qu'on n'a pas fait faillite au moins une fois. » J'ai survécu à la crise des subprimes tout en travaillant dans l'immobilier, je sais donc ce que cela signifie de traverser des périodes difficiles. »

**Vous avez également une solide expérience dans le domaine de l'éducation. Comment cela influence-t-il votre approche des affaires ?**

« J'aime apprendre. J'ai passé des années à obtenir des diplômes en ingénierie, en marketing, en gestion internationale et même en philosophie. J'ai enseigné le marketing et l'entrepreneuriat dans des universités en Suisse et en Nouvelle-Zélande. Mais en fin de compte, je reviens toujours à la création d'entreprises. La connaissance est précieuse, mais c'est la mise en pratique qui fait la différence. »



**Comment êtes-vous arrivé chez i-team France ?**

« J'ai découvert les produits i-team en tant que distributeur alors que je dirigeais une société de vente en gros de produits de nettoyage à Paris. Nous recherchions quelque chose de nouveau et haut de gamme, mais au début, nous n'avions aucune idée de la manière de vendre ces produits. Tout a changé en 2022, lorsque j'ai participé au i-Gathering. Cet événement m'a ouvert les yeux sur le potentiel d'i-team. Je suis revenu avec un projet, et en quelques mois, les ventes ont explosé. Nous avons même testé un petit groupe de revendeurs, et cela a fonctionné, puisque je dirige aujourd'hui i-team France ! »

**Qu'est-ce qui différencie i-team France des autres régions i-team ?**

« Notre structure et notre stratégie

**« NOUS AVONS MIS EN PLACE UN RÉSEAU DE PARTENAIRES PLUS PETITS ET NOUS NOUS SOMMES CHARGÉS NOUS-MÊMES DU TRAVAIL PRÉLIMINAIRE. »**

de distribution. De nombreuses régions i-team s'appuient sur quelques grands acteurs qui gèrent tout de manière indépendante. Nous avons adopté une approche différente. Nous avons mis en place un réseau de partenaires plus petits et nous nous sommes chargés nous-mêmes du travail préliminaire. Cela se traduit par une équipe i-team locale plus importante, une stratégie pratique et un réseau de partenaires en pleine expansion. 64 partenaires jusqu'à présent, avec un objectif de 100. Lorsque j'ai présenté cette stratégie aux autres ambassadeurs, je pense que j'en ai choqué plus d'un. Ils savaient combien cela

demanderait de travail. Mais à long terme, cela portera ses fruits, nous maîtriserons le terrain. »

#### **À quoi ressemble une journée de travail typique pour vous en tant que Regional Ambassador ?**

« Chaque jour est différent. Un jour, je suis à un salon professionnel, le lendemain, j'aide des partenaires à faire des démonstrations ou je gère des grands comptes nationaux. Et puis, bien sûr, il y a la réalité quotidienne de la gestion d'i-team France en tant qu'entreprise totalement indépendante. »

#### **i-team promeut une approche**

**« globale », équilibrant l'image de marque mondiale avec des stratégies locales.**

#### **Comment cela s'applique-t-il en France ?**

« Nous suivons le marketing et les gammes de produits d'i-team Global, mais le marché français est différent, donc nous nous adaptons. La France est un grand pays. Il aurait été impossible de confier la gestion de l'ensemble du réseau à une seule personne, c'est pourquoi nous avons mis en place une équipe de vente régionale. Les clients veulent acheter à quelqu'un du cru de leur région. Parler le même jargon fait la différence.

« Nous nous concentrons également sur la notoriété de la marque. » Pour l'instant, nous mettons l'accent sur la famille i-mop avant de lancer une gamme plus large. Les prix ont également dû être ajustés. Les petits partenaires ne peuvent pas travailler avec le modèle européen standard, c'est pourquoi nous avons créé une structure flexible. Et puis il y a la langue. La plupart de nos clients ne parlent pas anglais, nous traduisons donc tout : supports marketing, documents techniques, contenus

de formation. L'équipe d'Eindhoven nous a beaucoup aidés à y parvenir. »

#### **Quels sont les plus grands défis du secteur du nettoyage en France ?**

« La formation. C'est le principal problème. Le droit du travail français empêche les entreprises d'investir dans leur main-d'œuvre. L'article 7 lie les agents de nettoyage à leur lieu de travail plutôt qu'à leur employeur. Si une nouvelle entreprise reprend un contrat, le personnel reste. En théorie, c'est une bonne chose, mais en réalité, cela décourage la formation. Pourquoi investir dans des personnes si elles risquent de travailler pour votre concurrent l'année prochaine ? C'est un défi de taille pour une entreprise comme i-team, qui souhaite donner plus de pouvoir aux professionnels du nettoyage. »

#### **Et qu'en est-il des opportunités ?**

« La France a une population qui croît rapidement, une économie forte et des subventions gouvernementales pour le nettoyage mécanisé. Il y a une demande pour des produits haut de gamme. Nous devons simplement faire plus de démonstrations sur le terrain. »

#### **Quelle est votre vision pour i-team France ?**

« Continuer à se développer, propager le virus i-team et devenir un modèle de réussite. Notre objectif est de devenir le premier marché i-team en Europe. C'est un objectif audacieux, compte tenu de la force de nos collègues. Mais nous aimons les défis. »

#### **Quel est le rôle de l'innovation dans i-team France ?**

« L'innovation est essentielle. Les clients demandent constamment des modifications personnalisées et nous développons des prototypes.

## **« NOTRE OBJECTIF EST DE DEVENIR LE PREMIER MARCHÉ I-TEAM EN EUROPE. C'EST UN OBJECTIF AUDACIEUX... »**

Certains de ces ajustements ont déjà débouché sur de nouveaux modèles de produits. »

#### **Qu'est-ce qui vous motive dans votre fonction ?**

« L'énergie qu'elle me donne. Chaque vente, chaque nouveau partenaire, chaque démonstration réussie. Tout cela fait partie d'un ensemble plus vaste. Avant de rejoindre i-team, je me préparais à lancer un projet de distribution à l'échelle nationale, mais je l'ai mis en attente et j'ai rejoint i-team Global. La meilleure décision que j'aie jamais prise. Il est rare de trouver une entreprise où vos valeurs s'alignent aussi parfaitement. i-team n'est pas seulement un travail, c'est une mission. »

Si vous deviez décrire i-team France en trois mots, quels seraient-ils ?

« S'informer. Innover. Inspirer. C'est la philosophie d'i-team, et c'est exactement comme cela que nous fonctionnons en France. Ou, si je devais le dire autrement : Dévouement. Engagement. Énergie. Parce qu'au fond, notre équipe est tout ce qui compte. »





# Le secteur du nettoyage en France : état des lieux et perspectives

Près de 20 milliards € de recettes annuelles générées par 15 000 entreprises réparties dans tout le pays, employant au total 600 000 personnes. Trois chiffres qui démontrent à eux seuls la force du secteur du nettoyage en France, un secteur qui ne cesse de se développer, malgré des disparités importantes.

RÉDIGÉ PAR CHRISTIAN BOUZOLS

Le nombre d'entreprises ne cesse d'augmenter, mais paradoxalement, elles sont de plus en plus petites : 80 % d'entre elles comptent moins de 20 employés, et plus de 10 000 des 15 000 entreprises existantes ont moins de 9 employés. La plupart de ces micro-entreprises opèrent au niveau local et sont souvent familiales, transmises de génération en génération. A l'autre bout du spectre, quelques très grands groupes avec des milliers d'employés connaissent une croissance rapide.

Le peloton de tête des plus grandes entreprises de nettoyage se compose de cinq grands groupes dont le chiffre d'affaires dépasse ou avoisine le milliard d'euros : Onet et GSF à 1,17 milliard €, Atalian à 1,01 milliard €, Samsic à 950,72 millions € et Elior-Derichbourg à 928,52 millions €.

Comme les années précédentes, les challengers de ce « Club des 5 », qui domine le secteur du nettoyage et des services associés, sont loin derrière. En 2023, ISS Facility Services (rachetée en 2024 par le groupe Onet) affichait un chiffre d'affaires de 288 millions €, juste devant ISOR à 224 millions €, Challancin à 180 millions €, Nicollin Sud Services à 144 millions € et Stem à 112 millions €. Les 50 premiers groupes du secteur représentent 40 % du chiffre d'affaires total du marché.

Toutes ces entreprises, grandes ou petites, bénéficient principalement de l'externalisation des tâches de nettoyage, qui est en augmentation depuis plus d'une décennie. En 2009, 68 % des entreprises françaises ont confié leurs services de nettoyage à des entreprises spécialisées. Ce chiffre est passé à 80 % en 2020.

Toutefois, certains secteurs continuent de faire davantage appel au nettoyage en interne, comme l'hôtellerie, les écoles, les soins de santé et les transports, qui ne représentent que 10 % de l'activité des entreprises de nettoyage. Sans surprise, les bureaux (34 %) et les parties communes des immeubles (30 %) constituent l'essentiel de l'activité du secteur. Le nettoyage de vitres représente à lui seul 10 %, et les contrats publics avec les agences gouvernementales représentent 25 % du chiffre d'affaires total.

**LE NOMBRE  
D'ENTREPRISES NE CESSE  
D'AUGMENTER, MAIS  
PARADOXALEMENT, ELLES  
SONT DE PLUS EN PLUS  
PETITES.**

Ce segment est un enjeu majeur pour le secteur, qui plaide en faveur d'un renforcement des exigences de qualité dans les appels d'offres publics, afin d'encourager les institutions publiques à privilégier des services de qualité plutôt que les offres les moins chères, qui ont tendance à tirer le marché vers le bas.

## **NETTOYAGE : L'UN DES PLUS GRANDS FOURNISSEURS D'EMPLOIS EN FRANCE**

En termes d'effectifs, le secteur du nettoyage est l'un des plus gros fournisseurs d'emplois en France, avec des effectifs en constante progression, malgré le recul causé par la crise sanitaire en 2020.

La main-d'œuvre, qui opère localement et ne peut être externalisée, est composée à 90 % d'agents de service, cette main-d'œuvre qui effectue le nettoyage sur les sites des clients.

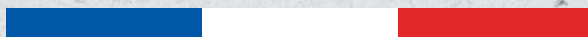
Les entreprises cherchent avant tout à fidéliser et à former leur personnel : plus de 80 % des employés du secteur ont un contrat à durée indéterminée (CDI) et 65 % sont des femmes.

**LA MOITIÉ DES  
TRAVAILLEURS DU  
SECTEUR SONT  
EMBAUCHÉS POUR 24  
HEURES PAR SEMAINE  
OU MOINS**

Il y a peu d'emplois précaires, mais les conditions de travail sont intrinsèquement difficiles : la moitié des travailleurs du secteur sont embauchés pour 24 heures par semaine ou moins, alors que le travail à temps plein en France est de 35 heures. En conséquence, près de la moitié d'entre eux travaillent pour plusieurs entreprises, souvent à des heures difficiles - tôt le matin ou tard le soir, lorsque les immeubles de bureaux sont vides.

Ces horaires décalés, qui constituent un obstacle au recrutement, sont depuis longtemps au centre des préoccupations de la Fédération française des entreprises de propreté. L'objectif est de convaincre les clients que les services de nettoyage peuvent être effectués pendant la journée. Il s'agit d'un effort de longue haleine, mais crucial pour le bien-être des travailleurs, dont beaucoup doivent fractionner leur journée de travail, ce qui rend difficile le maintien d'une vie sociale et familiale équilibrée. Malgré les efforts de la fédération des employeurs pour promouvoir

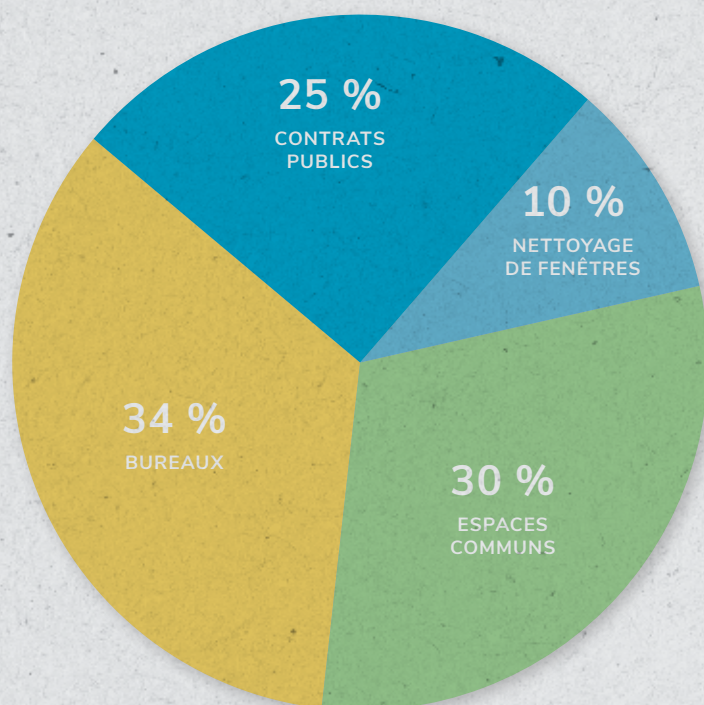




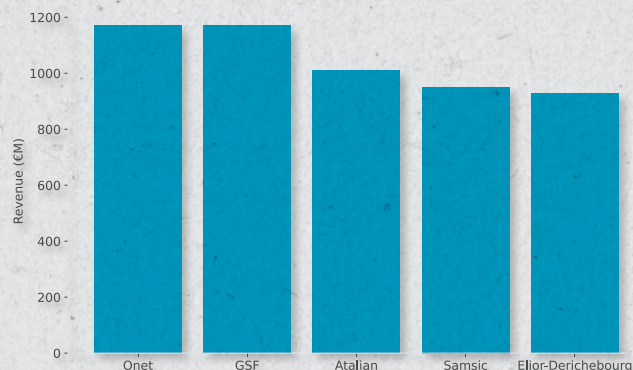
# Le secteur français du nettoyage

## Chiffres clés

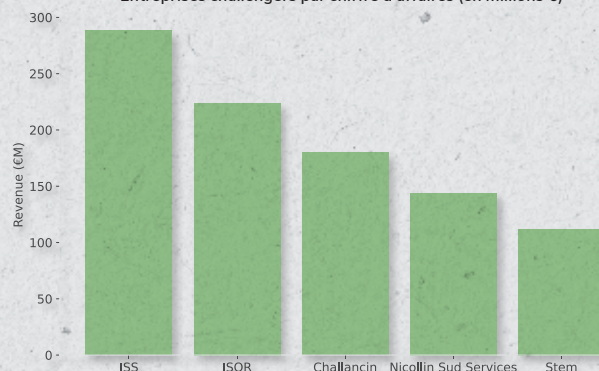
Répartition du chiffre d'affaires par type de client



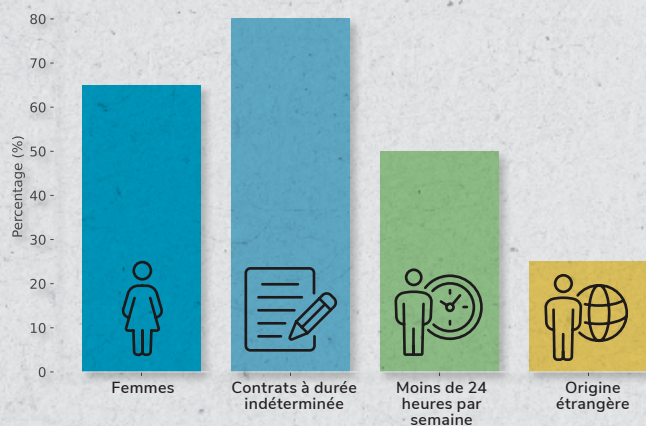
Top 5 des entreprises de nettoyage par chiffre d'affaires (en millions €)



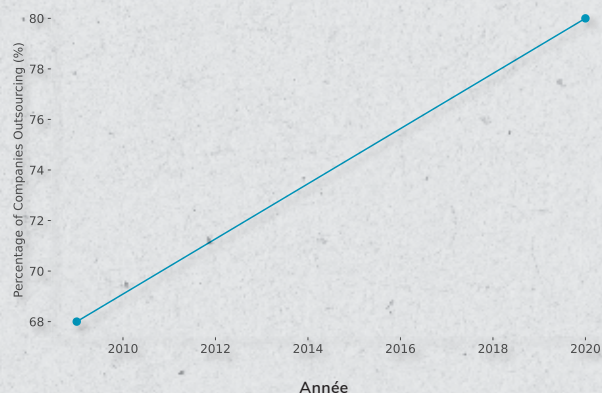
Entreprises challengers par chiffre d'affaires (en millions €)



Données démographiques des employés du secteur du nettoyage



L'externalisation des services de nettoyage au fil du temps





cette approche, la mise en œuvre généralisée reste un objectif lointain.

Néanmoins, la fédération poursuit ses efforts pour sensibiliser les clients à la valeur des services de nettoyage. Des publicités télévisées et radiophoniques ont été diffusées pour souligner l'importance d'inclure le « nettoyage » parmi les priorités budgétaires, en particulier depuis la pandémie.

Lors de la crise sanitaire, les agents de nettoyage étaient en première ligne et le monde du travail a pleinement reconnu leur rôle essentiel. Selon une enquête réalisée à l'époque, 84 % des personnes interrogées ont reconnu « que les agents de nettoyage et les entreprises ont contribué à lutter efficacement contre la propagation du virus. » Par ailleurs, 90 % des Français ont pris conscience « du rôle important joué par ces travailleurs pour assurer leur santé et leur sécurité sur le lieu de travail. »

Mais la crise s'est estompée et les vieilles habitudes ont repris le dessus, tout comme les efforts continus du secteur pour promouvoir ses professions auprès des clients et des demandeurs d'emploi.

Comme le secteur du nettoyage recrute encore beaucoup, les parties prenantes participent activement à des salons de l'emploi, organisent des démonstrations en direct, assistent à des rencontres pour l'emploi et mettent l'accent sur la formation. Huit certificats de qualification professionnelle ont été introduits, et près de 40 000 ont été délivrés à ce jour.

Il est également à noter que le secteur lutte contre l'illettrisme depuis 20 ans, puisqu'environ 25 % des agents de nettoyage sont d'origine étrangère, contre seulement 6 % pour l'ensemble des secteurs en France.

## DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX

L'aspect social, inhérent aux métiers du secteur, reste un enjeu majeur, de même que l'encouragement des entreprises à adopter des stratégies de RSE (Responsabilité sociale des entreprises) pour soutenir la transition écologique.

L'objectif, comme pour toutes les entreprises françaises, est d'améliorer les conditions de travail tout en protégeant l'environnement, notamment en utilisant des produits moins polluants ou biosourcés. Un outil de soutien a été développé et un programme de formation a été lancé pour les chefs d'entreprise. Toutefois, l'adoption est lente : à ce jour, seul 1 % environ des 15 000 entreprises du secteur s'y sont inscrites.

# L'OBJECTIF EST D'AMÉLIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL TOUT EN PROTÉGEANT L'ENVIRONNEMENT

## LE DÉFI DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Un autre défi important pour les entreprises de nettoyage est l'intelligence artificielle, qui progresse rapidement, même dans ce secteur.

L'intégration de l'IA dans les opérations de nettoyage permet d'automatiser les tâches répétitives et chronophages, permettant ainsi au personnel de se concentrer sur des tâches plus complexes et à forte valeur ajoutée. Les systèmes peuvent détecter les zones négligées, identifier les problèmes potentiels et veiller à ce que les espaces restent propres pour les occupants.

# L'INTÉGRATION DE L'IA DANS LE NETTOYAGE PROFESSIONNEL S'ACCOMPAGNE DE DÉFIS

Cependant, l'intégration de l'IA dans le nettoyage professionnel s'accompagne de défis, tels que la nécessité d'investir dans des équipements et des logiciels coûteux, ainsi que la formation requise pour le personnel.

Néanmoins, il est essentiel pour les entreprises de nettoyage de rester à la pointe de l'innovation et d'adopter ces solutions pour rester compétitives sur un marché en constante évolution. Dans ce domaine, les grands groupes à forte capacité d'investissement sont en tête. Pour les petites entreprises qui constituent la majeure partie du secteur, l'adoption de l'IA est un pas vers l'avenir qui sera beaucoup plus difficile à franchir.



# Un goût de France

La France est connue dans le monde entier pour son excellence culinaire. Des plats régionaux réconfortants aux classiques raffinés des bistrots, la cuisine française apporte chaleur, technique et créativité à table.

Chez i-team, nos chefs sont tout aussi passionnés par la bonne cuisine que par le nettoyage impeccable. C'est pourquoi nous avons rassemblé quelques-unes de leurs recettes préférées, créées par nos chefs Bart Haans et Erik Bons, et accompagnées des vins du sommelier Ruben Roosen.

Bon appétit !



ENTRÉE

# RILLETTES DE CANARD SUR BRIOCHE GRILLÉE

UNE TARTINADE ONCTUEUSE ET SAVOUREUSE  
À BASE DE CUISSSES DE CANARD CONFITES,  
PARFAITE POUR L'APÉRITIF.

## ACCORDS METS-VINS

Pinot Noir | Le Village | 2020

Un vin rouge léger aux notes de fruits rouges qui s'accorde parfaitement avec la préparation froide et la richesse du canard.







## ACCORDS METS-VINS

### Ribera del Duero (Tinto Fino).

Un vin rouge corsé aux notes terreuses et aux tanins doux, qui s'accorde parfaitement avec la richesse de la viande et du foie gras.



PLAT PRINCIPAL

## TOURNEDOS « ROSSINI »

UN PLAT FESTIF ET LUXUEUX COMPOSÉ DE FILET DE BŒUF, DE FOIE GRAS, DE TRUFFE ET D'UNE SAUCE MADÈRE.



## ACCORDS METS-VINS

Coteaux du Layon.

Un vin de dessert frais et doux, avec une finale vanillée grillée qui rappelle les saveurs de la crème brûlée.



DESSERT

# CRÈME BRÛLÉE CLASSIQUE

UNE CRÈME PÂTISSIÈRE ONCTUEUSE À LA VANILLE,  
RECOUVERTE D'UNE CROÛTE CARAMELISÉE CROUSTILLANTE.

## RILLETTES DE CANARD

sur brioche grillée

**Ingrédients pour 4 personnes :**  
400 g de cuisse de canard confite  
150 g de graisse d'oie  
25 g de romarin  
25 g de thym  
3 gousses d'ail  
Sel  
4 tranches épaisses de brioche

**Pour les cornichons :**  
1 volume de vinaigre  
1 volume de sucre  
1 volume d'eau  
1 mini concombre • 1 oignon rouge • Cornichons

## TOURNEDOS « ROSSINI »

un plat festif à base de bœuf

**Ingrédients pour 4 personnes :**  
4 tournedos de bœuf (environ 150 g chacun)  
100 g de haricots verts  
100 g de pois mange-tout  
1 botte d'asperges vertes  
80 g de champignons  
2 dl de jus de veau  
50 ml de vin de Madère  
1 cc de sucre  
Bouquet garni  
15 g de beurre  
200 g de pommes de terre Agria  
40 g de beurre  
40 ml de lait  
100 g de foie gras  
4 petits toasts  
10 g de truffe noire  
Sel et poivre

## CRÈME BRÛLÉE

Crème pâtissière  
onctueuse à la vanille

**Ingrédients pour 4 personnes :**  
250 g de lait  
250 g de crème fraîche  
2 gousses de vanille  
12 jaunes d'œufs  
100 g de sucre en poudre  
2 cs de sucre en poudre  
+ 2 cs de sucre brun pour garnir

### INSTRUCTIONS

1. **Faites chauffer le vinaigre, le sucre et l'eau ensemble** pour créer une marinade.
2. **Coupez le concombre et l'oignon rouge en tranches**, puis faites-les faire mariner dans la marinade.
3. **Émincez l'ail et faites chauffer la graisse d'oie** avec le romarin, le thym et l'ail à une température maximale de 60 °C pendant environ une heure pour les faire infuser.
4. **Déchiquez les cuisses de canard**, en retirant les os et la peau.
5. **Effilochez finement la viande** et mélangez-la progressivement avec la graisse d'oie aromatisée jusqu'à obtenir une pâte tartinable.
6. **Assaisonnez avec du sel.**
7. **Faites griller les tranches de brioche** et garnissez-les de rillettes, de cornichons et, si vous le souhaitez, de micro-pousses ou de fleurs comestibles.

### INSTRUCTIONS

1. **Faites bouillir et écrasez les pommes de terre**, puis mélangez-les avec du lait chaud et du beurre. Assaisonnez avec du sel.
2. **Nettoyez et blanchissez les légumes verts**, puis faites-les revenir doucement dans du beurre.
3. **Nettoyez et faites revenir les champignons.**
4. **Nettoyez et assaisonnez le foie gras.** Moulez et laissez refroidir jusqu'à ce que le mélange soit ferme, puis coupez en tranches et disposez sur des toasts.
5. **Faites mijoter le jus de veau avec le bouquet garni**, réduisez légèrement, ajoutez le Madère et le sucre. Égouttez et terminez la cuisson avec une noix de beurre.
6. **Assaisonnez et faites revenir les tournedos dans du beurre** jusqu'à ce qu'ils soient dorés.
7. **Faites cuire dans un four préchauffé** à 185 °C pendant 5 à 8 minutes, selon l'épaisseur. Laissez reposer pendant 10 minutes.
8. **Réchauffez le tout et dressez les assiettes comme indiqué.** Râpez la truffe sur le dessus juste avant de servir.

### INSTRUCTIONS

1. **Faites chauffer le lait et la crème** dans une casserole avec les graines et les gousses de vanille. Ne faites pas bouillir.
2. **Battez les jaunes d'œufs avec le sucre** jusqu'à ce qu'ils soient bien mélangés.
3. **Ajoutez progressivement la crème vanillée chaude au mélange d'œufs.** Retirez les gousses.
4. **Laissez reposer le mélange pendant 20 à 30 minutes** pour éliminer la mousse.
5. **Préchauffez le four à 90 °C.**
6. **Versez la crème dans des ramequins** et placez-les sur une plaque de cuisson.
7. **Faites cuire au four pendant au moins 1 heure jusqu'à ce que le mélange soit pris.** Laissez refroidir.
8. **Mélangez les sucres pour la garniture** dans un moulin afin d'obtenir un mélange fin.
9. **Saupoudrez les crèmes refroidies avec le mélange de sucre** et caramélisez à l'aide d'un chalumeau.



## LES COUPS DE CŒUR DE JEAN-BAPTISTE FAUCHER

En tant qu'ambassadeur régional et fier d'être français, Jean-Baptiste n'a pas pu résister à l'envie de partager trois plats bien-aimés de son pays. Simples, authentiques et pleins de saveurs. Ces options supplémentaires sont parfaites pour tous les chefs i-team qui souhaitent améliorer leurs compétences en cuisine française.

PARFAIT POUR UNE  
ENTRÉE, UN PLAT  
PRINCIPAL OU MÊME UN  
PIQUE-NIQUE.



### QUICHE LORRAINE TRADITIONNELLE

1. Mélangez 200 g de farine, 100 g de beurre froid, 60 g d'eau froide et une pincée de sel. Garnissez un moule à tarte de 30 cm avec la pâte.
2. Préchauffez le four à 160 °C.
3. Faites cuire 75 g de bacon, puis répartissez sur la pâte.
4. Battez 3 œufs avec 200 ml de crème, ajoutez 75 g de jambon coupé en dés, salez et poivrez. Versez dans le fond de tarte.
5. Recouvrez avec environ 150 g d'emmental râpé.
6. Faites cuire au four pendant 35 à 45 minutes jusqu'à ce qu'elle soit dorée.

### GÂTEAU BASQUE

1. Pâte : mélangez 2 œufs, 120 g de beurre fondu, puis ajoutez 200 g de farine, 100 g de poudre d'amandes, 10 g de levure chimique, une pincée de sel et 10 g de vanille.
2. Garniture : faites chauffer 400 ml de lait avec 80 g de sucre, 30 g de farine de maïs, 1 jaune d'œuf, 10 g de vanille et 30 g de rhum brun. Remuez jusqu'à ce que le mélange épaississe. Laissez refroidir.
3. Versez les 2/3 de la pâte dans un moule de 30 cm à bords relevés. Ajoutez la garniture. Recouvrez d'une fine couche de pâte restante.
4. Badigeonnez de lait, décorez avec une fourchette si vous le souhaitez (mais ne faites pas de trous), enfournez à 160 °C pendant environ 50 minutes.

*Avec amour de  
i-team France*

UN GÂTEAU RICHE EN AMANDES  
DU SUD-OUEST DE LA FRANCE.





# Pensez-y à deux fois avant d'acheter ! **Le coût caché de la copie de l'innovation.**

UN MOT DE  
FRANK

**Certaines idées changent tout. C'est exactement ce qu'a fait l'i-mop. Il y a dix ans, il a redéfini le nettoyage professionnel des sols. Plus rapide, plus efficace et conçu pour les personnes qui l'utilisent. Une machine si intuitive qu'on se demande comment on a pu s'en passer.**

Mais le succès a un prix. Là où il y a innovation, il y a imitation. Et ces derniers temps, le marché a vu apparaître son lot de copies, des machines qui ont l'air de faire le travail, mais qui ne le font pas. Elles savent ce qui a fait le succès de l'i-mop : la véritable innovation.

## **Pourquoi les brevets sont importants**

Les brevets ne sont pas seulement une protection juridique. Ils sont à la base du progrès. Ils donnent aux inventeurs la confiance nécessaire pour prendre des risques, investir et faire progresser les secteurs. Sans eux, les idées révolutionnaires ne vaudraient pas la peine d'être mises en œuvre, car n'importe qui pourrait les copier sans avoir à fournir le moindre effort. Une fois le brevet publié, la technologie devient visible. Certaines entreprises y voient une invitation. Elles apportent de légères modifications, juste assez pour essayer de contourner les limites légales. Pourtant, une petite modification n'en fait pas une idée originale. La véritable innovation ne consiste pas à copier ce qui fonctionne. Il s'agit de créer quelque chose de nouveau.

## **Le coût réel des copies**

Une imitation moins chère peut sembler être un achat judicieux. Mais que se passe-t-il lorsqu'elle ne fonctionne pas comme prévu ? Lorsqu'elle s'use plus vite, qu'elle nécessite plus d'entretien ou qu'elle vous laisse sans

sécurité juridique ? En outre, lorsqu'un produit viole un brevet existant, les entreprises qui le vendent ou l'utilisent peuvent se retrouver dans une situation difficile. Les confiscations, les revers financiers et les complications juridiques sont des conséquences bien réelles. Et il y a quelque chose d'encore plus précieux en jeu : la confiance. Les clients comptent sur les professionnels pour leur fournir les meilleures solutions, et pas seulement l'alternative la plus proche.

## **Choisir l'original, c'est choisir la confiance**

Chaque i-mop est soutenu par des années de recherche, de développement et plus de 50 brevets mondiaux. C'est ce qui garantit ses performances, sa fiabilité et la sécurité juridique de son maintien sur le marché. Chez i-team Global, nous sommes attachés à l'innovation, à la qualité et à la concurrence loyale. Si vous voulez vous assurer que votre investissement est protégé, recherchez le logo i-team. Achetez auprès de distributeurs agréés. Et n'oubliez pas que la véritable innovation ne consiste pas seulement à créer quelque chose d'exceptionnel. Il s'agit aussi de s'assurer que cela reste exceptionnel.

Frank van de Ven  
CEO - i-team Global



Scannez le code QR pour lire un entretien approfondi avec Maurits Westerik (associé chez Coupéry), avocat spécialisé en propriété intellectuelle, sur les pièges à éviter en matière de brevets.

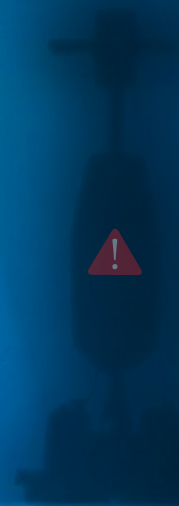




# L'i-mop original. L'innovation ouvre la voie. Les copies suivent.

Une confiance à  
l'échelle mondiale.  
Brevetée pour une  
bonne raison.

- Le premier nettoyeur vertical qui a révolutionné le secteur du nettoyage il y a 10 ans.
- Garantie de **qualité** et de durabilité .
- **Soutenu par l'innovation**, éprouvé sur le terrain.
- **Construit pour mener**, protégé pour durer.



LE SAVIEZ-  
VOUS ?

# Petit rappel sur les fondamentaux de la marque i-team

Nous comprenons. Dans l'effervescence quotidienne des révolutions en matière de nettoyage, il est facile d'oublier les principes fondamentaux. Voici donc un petit rappel des principes fondamentaux qui font d'i-team... i-team.



# 1. C'est i-team, et pas I-Team.

Nous l'écrivons avec un « i » minuscule et un trait d'union. Une identité claire et cohérente pour une marque mondiale audacieuse.

# 3. La police qui parle pour nous.

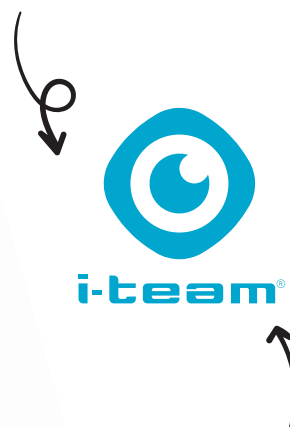
Nous utilisons **Nunito Sans**. Elle est claire, conviviale et gratuite. Optez pour un corps de texte noir avec, en option, des accents bleus pour les titres ou les points forts.

# 6. Une seule chance de faire bonne impression

N'oubliez pas : chaque point de contact, d'une publication sur les réseaux sociaux à une étiquette d'expédition, est une occasion de mettre en avant l'identité d'i-team. La cohérence n'est pas ennuyeuse. **Elle est professionnelle.**

# 2. Notre logo, nos règles

Utilisez le logo en couleur dans la mesure du possible. Les versions en noir et blanc ne sont utilisées qu'en cas de nécessité absolue. Sur un fond sombre ? Utilisez la version blanche. Vous souhaitez ajouter des icônes ou du texte autour ? Veuillez ne pas le faire.



# Laissez-le respirer

Notre logo a besoin d'espace. Laissez-lui toujours suffisamment d'espace pour respirer. Pas de compression, d'étiement ou d'encombrement. Et oui, nous sommes sérieux : pas de bruit de fond, pas d'effets bizarres, pas d'ombres.

# Style du texte = léger, pointu et utile

Notre ton est clair et assuré, avec une pointe d'humour. Nous informons, divertissons et motivons, mais sans jamais submerger. Des paragraphes courts. Pas de jargon. Un sourire ici et là.



# 4. Notre couleur signature est Pantone 312C.

C'est ce bleu vif et énergique que l'on retrouve sur nos machines et nos matériaux.

Pour l'impression, utilisez : C96 M6 Y15 K0

Utilisez ceci pour le numérique : RGB 0 167 206

Une autre nuance ? Non merci.

# 7.

La rédactrice en chef du European Cleaning Journal **Michelle Marshall** nous emmène en voyage à travers le continent pour explorer ce qui se passe dans le secteur du nettoyage professionnel. Des politiques écologiques aux changements politiques, en passant par les nouvelles tendances insolites, voici ce que nous ont réservé les premiers mois de 2025 jusqu'à présent.

# Actualités du secteur EUROPÉEN DU NETTOYAGE



## Les marges bénéficiaires en jeu EN FRANCE

En France, les entreprises de nettoyage sont confrontées à une année incertaine. Avec l'inflation qui menace toujours, les salaires sont un sujet brûlant. Bien qu'une augmentation minimale de 2 % du salaire minimum ait été mise en place fin 2024, les syndicats réclament davantage : des quarts de travail uniquement pendant la journée, la fin des contrats à temps partiel de courte durée et une augmentation générale des salaires. Derrière ces demandes se cachent des préoccupations croissantes concernant les conditions de travail du secteur. Une étude a montré que 17,3 % des agents d'entretien gagnent aujourd'hui le salaire minimum, contre 11 % en 2015. Alors que les salaires ont augmenté de 4,1 % l'année dernière, l'inflation a grimpé de 4,9 %. Les employeurs sont préoccupés, notamment par la possibilité de répercuter ces augmentations de coûts sur leurs clients. Comme l'a dit une entreprise de nettoyage : « Nos marges bénéficiaires sont en jeu, de même que notre modèle d'entreprise, si le travail de jour devient obligatoire. »



## Des conventions salariales sectorielles EN ALLEMAGNE

L'Allemagne a commencé la nouvelle année avec des élections, et le secteur du nettoyage s'est fait entendre. L'association fédérale des entreprises de nettoyage sous contrat (BIV) a lancé une campagne de cartes postales (12 000 exemplaires imprimés !) demandant aux politiciens de réduire la bureaucratie, de maintenir la libre négociation collective et de s'attaquer à l'augmentation des coûts de la sécurité sociale. Il y a également eu de bonnes nouvelles : de nouveaux accords salariaux sectoriels sont entrés en vigueur. Les salaires d'entrée sont passés à 14,25 €, ceux des travailleurs qualifiés à 17,65 €, et les stagiaires recevront désormais jusqu'à 1 300 € au cours de leur troisième année. Toutes ces mesures vont dans le sens d'une rémunération plus équitable et d'une plus grande reconnaissance de l'un des plus grands métiers qualifiés d'Allemagne.





## Préoccupations relatives aux marchés d'exportation

### EN ITALIE

L'Italie est confrontée à des nuages économiques à l'horizon. Avec les nouveaux droits de douane américains annoncés par l'administration Trump, les inquiétudes grandissent quant à leur impact sur les exportations, en particulier les produits et machines de nettoyage professionnel. Les États-Unis sont le deuxième marché d'exportation de l'Italie et, selon l'étude de Svimez, ces droits de douane pourraient menacer plus de 50 000 emplois par an. Un autre défi est la montée en puissance des produits « à consonance italienne ». Il s'agit d'imitations de produits italiens authentiques sans en avoir la qualité ni les certifications. Avec l'augmentation des prix, les consommateurs peuvent être tentés par des contrefaçons. Certains fabricants envisagent déjà des joint-ventures ou une production basée aux États-Unis pour faire face à la tempête.



## S'engager à respecter des normes plus strictes

### AU DANEMARK

Au Danemark, les entreprises de nettoyage ont été invitées à mettre de l'ordre dans leurs activités avant d'espérer une meilleure perception de la part du public. Lors d'une récente conférence sectorielle, le conseiller en communication Poul Madsen a averti qu'une mauvaise nouvelle pouvait éclipser toutes les bonnes. Les leaders du secteur semblent d'accord, s'engageant à respecter des normes plus strictes, des prix équitables, des conventions collectives et le développement durable.

Connie Hedegaard, ancienne commissaire européenne chargée du climat, a exhorté les entreprises à prendre la tête de la transition écologique, non seulement par devoir, mais aussi pour en tirer un avantage concurrentiel. Entre-temps, les entreprises de nettoyage danoises se préparent à une nouvelle taxe sur le carbone qui pourrait avoir une incidence sur les coûts de l'énergie et du transport.



## Travail à distance

### AU ROYAUME-UNI

Le Royaume-Uni fait des vagues avec un nouvel acronyme : WFB (Working From the Beach). Eh oui. Avec l'essor du travail flexible, certaines collectivités locales autorisent leurs employés à travailler à distance depuis l'étranger, parfois jusqu'à un mois par an. Les histoires vont des travailleurs à distance à Ibiza aux appels Zoom tropicaux depuis la Thaïlande. Si certains y voient l'avenir du travail flexible, d'autres sourcilent devant les défis juridiques et logistiques : immigration, assurance maladie, responsabilité et protection des données. Mais qu'on l'aime ou qu'on le déteste, le débat sur le WFB nous rappelle que l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée n'est plus un luxe, c'est une exigence.



## Définir la norme dans les écoles primaires

### AUX PAYS-BAS

Aux Pays-Bas, l'évaluation de la qualité du nettoyage des écoles primaires a été améliorée par Vereniging Schoonmaak Research (VSR). La nouvelle approche est plus intelligente et efficace : un échantillon représentatif de salles, au lieu d'inspecter chaque coin. Un plan en 10 étapes (avec un nouveau formulaire de contrôle) guide désormais les inspecteurs tout au long des évaluations, de l'évaluation des résultats à la prise de mesures.

Il est important de noter qu'il s'agit d'une mesure indicative, sans aucune pénalité. Il s'agit de collaborer, et non de punir, les écoles et les prestataires de services de nettoyage travaillant ensemble sur des normes communes.

## EXPLORER LA FRANCE



**LE MUSÉE DU LOUVRE,**  
Le Louvre, qui abrite plus de 35 000 œuvres d'art, est le musée le plus visité au monde. Une visite incontournable pour les amateurs d'art et les passionnés d'histoire.



# Art, saveurs et aventure

## UNE ODYSSEE CULTURELLE PARIS

Paris est plus qu'une ville, c'est un chef-d'œuvre vivant. Chaque rue, chaque place, chaque café raconte une histoire. C'est là que l'art, l'histoire et la vie quotidienne se mêlent harmonieusement. Commencez votre voyage par le Louvre, qui abrite le sourire le plus célèbre du monde. Mais la culture parisienne ne se limite pas à Léonard de Vinci. Visitez le musée d'Orsay pour découvrir les trésors impressionnistes ou explorez le Centre Pompidou, où l'art moderne rencontre le génie architectural.

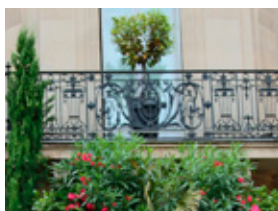
Paris est aussi une ville de contrastes. Promenez-vous dans le Marais, où les ruelles médiévales débouchent sur des boutiques chics, ou explorez le cœur artistique de Montmartre, où Picasso et Dalí ont trouvé l'inspiration.

La culture à Paris ne se limite pas aux musées, elle déborde dans les rues. La poésie d'un libraire des bords de Seine, l'élégance d'un ballet au Palais Garnier, le son mélodieux du jazz qui s'échappe d'un bar peu éclairé de Saint-Germain.

Et bien sûr, aucune expérience parisienne n'est complète sans s'adonner à la culture des cafés. Prenez place au Café de Flore, sirotez un espresso et regardez le monde passer. Parce qu'à Paris, la vie elle-même est un art.

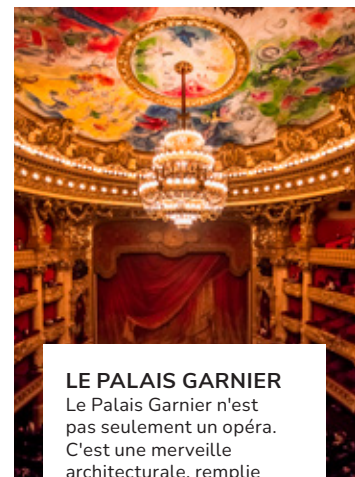
### CAFÉ DE FLORE,

Le Café de Flore, l'un des cafés les plus emblématiques de Paris, est un lieu de rencontre pour les intellectuels, les artistes et les écrivains depuis plus d'un siècle. Une véritable tranche de vie parisienne.



### MONTMARTRE,

Autrefois cœur de la bohème parisienne, Montmartre reste un lieu incontournable pour les artistes, les cafés et les vues imprenables sur la ville.



### LE PALAIS GARNIER

Le Palais Garnier n'est pas seulement un opéra. C'est une merveille architecturale, remplie d'opulence, d'histoire et de spectacles de classe mondiale.





### HALLES DE LYON PAUL BOCUSE

Du nom du chef le plus célèbre de France, ce marché est un temple de la gastronomie, où les saveurs prennent vie.

### UN BOUCHON TRADITIONNEL

Les bouchons lyonnais offrent un goût authentique de la tradition française, avec des plats transmis de génération en génération.



### TARTE AUX PRALINES

Sucrée, croquante et d'un rose éclatant, la tarte aux pralines de Lyon est aussi délicieuse qu'emblématique.

## UN PARADIS CULINAIRE LYON

Si Paris est le cœur de la France, Lyon en est l'estomac. Largement considérée comme la capitale de la gastronomie, Lyon est une ville où la nourriture est plus qu'un simple moyen de subsistance. C'est une tradition, une passion, un art de vivre. Commencez par un bouchon classique, ces restaurants lyonnais où des plats traditionnels copieux sont à l'honneur. Essayez les quenelles, délicates boulettes de brochet dans une sauce crémeuse, ou le saucisson brioché, une saucisse riche et onctueuse cuite dans une brioche.

Les marchés de Lyon sont une véritable fête des sens. Les Halles de Lyon Paul Bocuse, nommées en l'honneur du légendaire chef cuisinier, sont un paradis pour les amateurs de cuisine, offrant de tout, des fromages artisanaux aux fruits de mer frais.

Accompagnez votre repas d'un verre de Côtes du Rhône et, pour le dessert, laissez-vous tenter par une tarte aux pralines, une tarte aux amandes rose aussi belle que délicieuse.

Au-delà de la gastronomie, l'histoire de Lyon est liée à la soie, au cinéma et à l'artisanat. Promenez-vous dans les traboules, des passages cachés qui se fauflent dans l'architecture Renaissance de la ville, ou visitez la Basilique de Fourvière pour des vues à couper le souffle.

## UNE AVENTURE ACTIVE LA DORDOGNE

Pour ceux qui recherchent l'aventure en dehors de la ville, la Dordogne est l'endroit idéal pour explorer la nature, l'histoire et les grands espaces. La rivière Dordogne serpente à travers les collines, les villages médiévaux et les falaises de calcaire. En faisant du kayak sur ses eaux calmes, vous aurez une vue imprenable sur d'anciens châteaux dont les tours se reflètent dans la rivière en contrebas.

Les cyclistes peuvent profiter de routes de campagne tranquilles, traversant des vignobles et des noyeraies, tandis que les randonneurs trouveront des sentiers étonnants dans la vallée de la Vézère, qui abrite certaines des peintures rupestres préhistoriques les plus anciennes et les plus célèbres du monde.

Pour un véritable voyage dans le temps, visitez Rocamadour, un village spectaculaire construit à flanc de falaise, où les pèlerins viennent depuis des siècles. La Dordogne n'est pas seulement une aventure, c'est un voyage dans l'histoire.

### LES GROTTES DE LA VALLÉE DE LA VÈZÈRE

La vallée de la Vézère abrite des peintures rupestres préhistoriques qui offrent un aperçu de l'histoire humaine remontant à plus de 17 000 ans.



### FAIRE DU KAYAK SUR LA DORDOGNE

La Dordogne offre l'un des plus beaux itinéraires de kayak de France, passant sous des châteaux historiques et des falaises calcaires.



### ROCAMADOUR

Village médiéval construit à flanc de rocher, Rocamadour est un lieu de pèlerinage depuis des siècles et reste l'un des sites les plus spectaculaires de France.



# Vers une meilleure gestion des affaires

## Notre parcours B-Corp

Chez i-team, la durabilité n'est pas seulement un mot à la mode, c'est quelque chose que nous vivons activement et que nous construisons ensemble. Au cours des deux dernières années, nous nous sommes efforcés de devenir une entreprise certifiée B Corporation. Cela signifie qu'il faut aller au-delà du profit et viser à créer un impact réel et durable sur les personnes, la planète et les communautés dont nous faisons partie.



### THE GREEN TABLE : CONSTRUIRE ENSEMBLE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour nous assurer que tout le monde participe à cette aventure, nous avons lancé « The Green Table », un petit-déjeuner mensuel où des représentants de tous les services se réunissent pour discuter de développement durable. Ensemble, nous partageons nos connaissances, nous relevons des défis et nous veillons à ce que toutes les composantes de l'entreprise soient représentées. De l'entrepôt au marketing, chaque voix compte. Nous avons également créé un environnement dédié aux équipes avec deux canaux : l'un pour collaborer sur les questions d'audit et l'autre pour partager des idées et de l'inspiration. Il s'agit d'un effort collectif, et cela se voit.

### LES CINQ PILIERS DE B CORP

Pour obtenir la certification B Corp, les entreprises sont évaluées dans cinq domaines clés :



**Gouvernance.** Comment nous dirigeons l'entreprise avec transparence, éthique et responsabilité.



**Travailleurs.** Comment nous prenons soin de nos employés, des salaires équitables et de la sécurité au développement et à la participation.



**Communauté.** Notre rôle dans le monde : diversité, inclusion et chaînes d'approvisionnement responsables.



**Environnement.** Notre impact environnemental et comment nous le réduisons grâce à une conception plus intelligente, à l'énergie verte et à une réflexion circulaire.

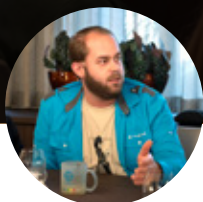


**Clients.** La manière dont nous servons nos clients de manière honnête, sûre et responsable.



# LA DURABILITÉ EN ACTION

Les mots sont importants, mais c'est ce que nous faisons qui compte vraiment. Deux collègues d'i-team expliquent comment ils contribuent à un avenir plus durable dans leur travail quotidien :



## LEROY | ACHATS

« Faire ce qui est juste doit aussi avoir un sens », déclare Leroy, qui a examiné la stratégie d'emballage d'i-team. Aujourd'hui, au lieu d'utiliser des cartons en provenance de Chine, nous utilisons du carton certifié FSC des Pays-Bas, recyclé à 80 %. Il admet que le changement de matériaux a soulevé quelques questions : « Les clients nous demandent parfois pourquoi nous utilisons encore des cartons imprimés. Mais un bon emballage permet d'éviter les dommages, et l'image de marque fait partie de notre identité. » i-partners collecte les cartons usagés pour les recycler, et tous les cartons qui peuvent être réutilisés le sont.

Cela ne s'arrête pas là. Leroy recherche continuellement de meilleures alternatives, comme nos nouveaux tampons en mélamine, désormais entièrement fabriqués à partir de matériaux BASF en Allemagne, ce qui élimine le besoin de colle, et un support fabriqué à partir de 80 % de plastique PET recyclé. « Parfois, nous essayons quelque chose qui ne fonctionne pas », dit-il, "comme un scellement plus fin qui s'est avéré trop fragile. Mais même les essais ratés nous apprennent quelque chose. »



## HUUB | FACILITY MANAGER

Huub s'attache à rendre nos espaces de travail plus écologiques en coulisses. « Je considère que ma mission est de créer l'environnement le plus durable possible », déclare-t-il. Les systèmes de chauffage sont remplacés par des pompes hybrides, davantage de bornes de recharge pour véhicules électriques ont été installées et toute l'énergie provient désormais de sources locales renouvelables.

Il a également mis en place des robinets à capteur permettant d'économiser l'eau, s'approvisionne en aliments et boissons durables et suit toute la consommation d'énergie et d'eau grâce à des compteurs intelligents et aux données des panneaux solaires. « Cela nous permet de savoir exactement ce que nous utilisons et comment nous pouvons nous améliorer », explique-t-il. Le tri des déchets est une autre priorité : « Nous trions déjà les déchets, mais il est possible de faire mieux. Ce sont souvent les petites choses qui font la différence. »

## LE PLAN MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

La durabilité ne s'arrête pas au bureau. Grâce au Plan Mobilité électrique

« JE CONSIDÈRE QUE MA MISSION EST DE CRÉER L'ENVIRONNEMENT LE PLUS DURABLE POSSIBLE » - HUUB

(PME), les employés d'i-team peuvent louer une voiture ou un vélo électrique à un tarif avantageux. Pas de vérification de solvabilité, pas de tracas. Du personnel d'entrepôt aux concepteurs, plus de la moitié des membres d'i-team Global sont aujourd'hui en déplacement. Tranquillement, proprement et avec le sourire. « Les choix écologiques doivent être faciles et amusants », déclare Gerald Bartholomeus, qui dirige le projet. « C'est ainsi que l'on obtient un véritable changement. »

## Un pas à la fois

Devenir une entreprise certifiée B Corp ne signifie pas être parfait, c'est une question de progrès. Il s'agit de s'imposer des normes plus élevées et d'aller de l'avant, une décision à la fois. Qu'il s'agisse de l'emballage, du transport, de l'énergie ou de la manière dont nous traitons les gens, chaque changement que nous apportons nous rapproche du type d'entreprise que nous voulons être. Ensemble, nous construisons un avenir meilleur.

# GUARDIANS OF THE CLEANROOM

## The SAFE-T-Family



faster



cleaner



greener



safer



better

Pour plus d'informations sur la gamme de produits  
SAFE-T, visitez : [i-teamglobal.com](http://i-teamglobal.com) ou scannez :

