

Uma visita a França

i-connect

N.º 7



Limpe 300m²
em apenas 1 minuto
do seu tempo,
com o i-walk



Melhore a sua rotina de limpeza

Maximize a eficiência da limpeza sem perder tempo. Combine a poderosa e moderna tecnologia de robótica com os resultados de limpeza inigualáveis de um i-mop XL.< 2} Em menos de um minuto, pode pôr a máquina a funcionar e continuar com outras tarefas.



Mais rápido

Demora menos de 1 minuto a pôr o i-walk a funcionar, libertando tempo para outras tarefas.



Limpador

O i-walk oferece cobotização combinada com o desempenho de limpeza do i-mop.



Mais verde

Concebido para ser ecológico com uma utilização otimizada da energia.



Mais seguro

A tecnologia avançada de aspiração deixa o chão seco, reduzindo o risco de acidentes por escorregamento.



Melhor

Ocupa-se de tarefas repetitivas, permitindo que os empregados de limpeza se concentrem noutros trabalhos.



Uma forma mais inteligente de limpeza.
Junte-se à revolução
Digitalize o código QR para obter mais informações



INTRODUÇÃO



"OS FRANCESES
ENTENDEM
A ARTE DE
SABOREAR"

O que aprecio em França é a sua combinação fascinante de tradição, intelecto e uma célebre joie de vivre. Os franceses são conhecidos mundialmente pelo seu profundo apreço pela alta cultura, desde a moda e a cozinha até à filosofia e às artes. No entanto, para além destas expressões icónicas, existe algo ainda mais atraente: um estilo de vida moldado pela história, pelos valores e pelos rituais tranquilos da vida quotidiana.

Há uma certa elegância na forma como os franceses se deslocam pelo mundo. Uma combinação de profundidade intelectual e formalidade, mas também de orgulho, expressão pessoal e uma dedicação sincera para desfrutar dos prazeres simples da vida. Quer se trate de um prato bem elaborado, de um passeio noturno pela cidade ou de um longo almoço partilhado com amigos, os franceses compreendem a arte de saborear. Não apenas refeições, mas também momentos.

Um estilo de vida tipicamente francês não é pautado pela velocidade ou pela acumulação, mas sim pela intenção. Trata-se de encontrar alegria nos pormenores, de viver no presente e de dar prioridade ao que realmente importa: qualidade acima da quantidade, experiência acima da propriedade e relações acima da rotina.

É exatamente neste ponto que os valores da equipa i-team coincidem com o modo de vida francês. Acreditamos que as parcerias com impacto estão enraizadas nas ligações humanas. Essa inovação começa por ouvir. Esse desenvolvimento, tal como uma boa refeição, requer tempo, cuidado e os ingredientes certos.

Deixo aqui o meu convite para explorar esta edição da i-connect, dedicada à i-team France. Nela, conhecerá as pessoas, as ideias e as inovações que estão a ajudar a moldar um futuro mais inteligente, mais limpo e mais ligado.

Bon voyage e bon appétit.

Ben van de Scheur

Diretor Geral - i-team Professional BV
ben@i-teamglobal.com



Colofão

a i-connect Magazine é uma publicação da i-team Global

Frequência: 2 vezes por ano

Conceito e produção:
Eveline Grin | Jaimie Teelen

Feedback: i-connect@i-teamglobal.com

Gostaria de receber a próxima edição da revista i-connect?

Digitalize o código QR



ÍNDICE

6 Boas-vindas a França

- 8 i-team France: Uma abordagem única para a inovação e o crescimento.
- 10 Conheça a equipa: i-team France

16 Em conversa com Jean Baptiste Faucher

- 20 O sector da limpeza em França

24 Um gostinho de França

- 30 Blog Frank van de Ven
Uma palavra do Frank sobre patentes
- 32 Branding, à maneira da i-team
Uma rápida recapitulação dos princípios básicos

34 Limpeza europeia notícias do sector

- 36 Explorando França
Arte, sabores e aventura
- 38 Rumo a melhores negócios
A nossa jornada B-Corp



Boas-vindas a **França** O PAÍS DA...



CROISSANT ÀS HORAS

Perfeição amanteigada e folhada. Se a sua manhã não começar com um croissant fresco, será que está em França?

VIN, VIN, VIN!

De Bordeaux à Bourgogne, França é basicamente uma grande vinha. Neste país, o vinho não é apenas uma bebida, é um modo de vida. Santé!



DAMA DE FERRO

A Torre Eiffel: de monstruosidade controversa à silhueta mais icónica do mundo.



BAGUETTE, C'EST PARFAIT

Crocante por fora, macia por dentro. A baguete francesa é tão sagrada que a UNESCO a tornou património mundial.



SAY CHEESE

Camembert, Roquefort, Brie... França tem mais de 1.600 queijos. São muito mais queijos do que dias num ano!

ORGULHO DE GALO

O símbolo nacional de França não é uma ave qualquer. É um jogo de palavras inteligente! Em latim, gallus significa “gaulês” e “galo”, razão pela qual a sua imagem aparece nas moedas gaulesas desde a antiguidade. Atualmente, representa o orgulho francês, a resiliência e um certo charme.

ESTOURE O CHAMPANHE

O único verdadeiro champanhe vem de... Champagne! A perfeição borbulhante da região que lhe deu o nome.



CULTURA DO CAFÉ

Um espresso, um cigarro (ou apenas a atitude), e uma observação interminável das pessoas. Nada de pressas. C'est la vie!



BON APPÉTIT!

A cozinha francesa não é apenas comida. É uma forma de arte. De escargots a coq au vin, cada refeição é uma obra-prima.

CASTELOS DE CONTOS DE FADAS

Camembert, Roquefort, Brie... França tem mais de 40.000 queijos. Versailles, Chambord, Chenonceau... a sua realza interior é mimada por escolhas.



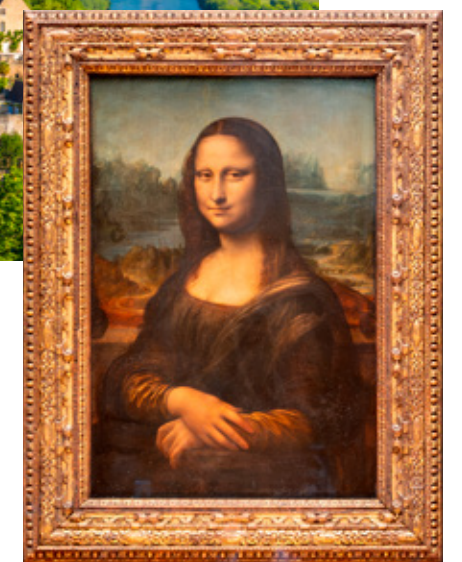
TOUR DE FRANCE

A corrida de ciclismo mais famosa do mundo. 3.500 km de suor, dor e glória. Allez, allez, allez!



CAPITAL DA MODA

Paris define as tendências e o mundo segue-as. Chanel, Dior, Louis Vuitton, precisamos de dizer mais? França é o lugar onde os sonhos da alta-costura são feitos.



OBRAS DE ARTE LENDÁRIAS

Do sorriso misterioso da Mona Lisa aos nenúfares de Monet, França é o lar de algumas das obras-primas mais lendárias do mundo.

I-TEAM FRANCE

Uma abordagem única à inovação e ao crescimento.

Na i-team Global, a colaboração é fundamental. Nos diferentes mercados, a estrutura da i-team adapta-se às necessidades locais, mantendo-se ligada a uma missão partilhada: trazer soluções de limpeza mais inteligentes e mais eficientes para o mundo. Mas nem todas as regiões funcionam da mesma forma. A i-team France desenvolveu a sua própria abordagem, aperfeiçoando a sua estrutura, estratégia e parcerias para melhor servir o mercado francês. Com um modelo de distribuição prático, uma rede de parceiros segmentada e uma forte concentração em contas-chave, França está a avançar por si própria.

Um tipo diferente de i-embassy

Enquanto muitas embaixadas i-team seguem uma estrutura normalizada, a i-team France assumiu uma abordagem mais especializada. Em vez de um i-ambassador principal, França conta com **quatro embaixadores-chave**, cada um dos quais se ocupa de um aspeto específico da atividade:

- **Embaixador regional:** Supervisão da i-team France, gestão de contas-chave nacionais e garantia do cumprimento dos contratos.
- **Embaixador de vendas:** Suporte a parceiros e facilitadores de vendas em todo o país.
- **Embaixador técnico:** Gestão de garantias, formação e assistência técnica aos utilizadores finais.
- **Embaixador de contas-chave:** Assistência a contas-chave nacionais, contribuindo simultaneamente para os esforços de vendas.

Esta estrutura permite à i-team France dividir eficazmente as responsabilidades, garantindo que tanto as grandes contas nacionais como os parceiros independentes mais pequenos recebam a atenção de que necessitam.

I-TEAM
FRANCE



REGIONAL
EMBAIXADOR



VENDAS
EMBAIXADOR



EMBAIXADOR
TÉCNICO



EMBAIXADOR
DE CONTAS--CHAVE

Uma rede multiescalonada de parceiros

Ao contrário de alguns mercados que dependem de um pequeno número de grandes distribuidores, a i-team France construiu uma rede diversificada de parceiros, agrupados em três categorias:



ESCALÃO 1
I-PARTNERS

Parceiros de grande volume com importância estratégica.



ESCALÃO 2
CONCESSIONÁRIOS PRINCIPAIS

Parceiros de média dimensão com influência regional.



ESCALÃO 3
DISTRIBUIDORES

Parceiros locais de menor dimensão que desempenham um papel vital.

Este sistema segmentado permite à i-team France manter a flexibilidade, ao mesmo tempo que assegura uma forte cobertura do mercado local. No entanto, para trabalhar com um maior número de parceiros mais pequenos são necessários mais recursos, razão pela qual as estruturas de preços variam. Os contratos escalonados incluem ajustamentos transparentes dos custos (+4% para o Escalão 2, +8% para o Escalão 3) para compensar o esforço operacional adicional.

Uma abordagem prática do controlo do mercado

A i-team France assume um papel mais direto nas operações de mercado. Em vez de depender exclusivamente de parceiros para tratar das vendas, a embaixada negocia diretamente com os principais clientes nacionais, fatura-os e depois redistribui as vendas através da sua rede de parceiros. Embora alguns parceiros prefiram a independência total, esta abordagem centralizada garante o seguinte:

- As principais contas nacionais são geridas de forma adequada.
- A consistência do mercado é mantida.
- Os parceiros podem concentrar-se nos clientes locais sem pressões adicionais.

Expansão do alcance e construção do futuro

O crescimento é uma prioridade máxima para a i-team France. Atualmente com 64 parceiros, o objetivo é chegar aos 100 parceiros até ao próximo ano. A equipa também está em expansão, com 8 vendedores (em breve 10) dedicados à criação de novas oportunidades.

Simultaneamente, os esforços de marketing e de branding estão a evoluir. Com um foco renovado na exposição mediática, no networking e nos benchmarks

do sector, a i-team France está a trabalhar para aumentar o reconhecimento da marca e estabelecer-se como líder no mercado da limpeza profissional.

E a chave para o sucesso? Demonstrações, demonstrações, demonstrações. Mais do que a sensibilidade ao preço, o maior desafio em França é conseguir demonstrações práticas suficientes para demonstrar o valor dos produtos da i-team. Quanto mais vendedores estiverem em campo, mais vendas se seguirão.

Liderança pelo exemplo

Através de um networking estratégico, de uma distribuição estruturada e de uma abordagem de vendas prática, a i-team France está a definir o seu próprio caminho. Um caminho que assegura um crescimento sustentável, um forte controlo do mercado e uma inovação constante.

Com planos ambiciosos para 2025, i-centers em expansão e uma rede crescente de parceiros, o futuro parece risonho. Uma coisa está clara: a i-team France não está apenas a seguir o modelo padrão. Está a criar um novo.



CONHEÇA A EQUIPA

MOLDANDO O FUTURO JUNTOS

Por detrás de cada história de sucesso está uma equipa de profissionais dedicados. Na i-team France, cada membro coloca em pauta a sua experiência, a sua energia e a sua visão. Desde embaixadores técnicos a estrategistas de vendas, eles trabalham em conjunto para redefinir a limpeza.

Vamos conhecer a equipa!



**Hans
van Blijenbergh**
Embaixador de
Contas-chave
& Demonstrador

Quais são as suas funções?
"Oriento os representantes de vendas dos nossos parceiros durante as apresentações e demonstrações com os utilizadores finais. Também dou formação às equipas de vendas para que possam vender soluções i-team de forma independente. E testo escovas, esfregões e novos materiais em diferentes tipos de pavimentos para garantir que nos mantemos à frente em termos de desempenho."

Como entrou na i-team France?
"Estive presente desde o início, há cinco anos. O que me atraiu foi a forma como a i-team pensa de forma diferente, faz as coisas de forma diferente e cria soluções únicas. Como o Frank gosta de dizer, é preciso "crer" para fazer parte da família i-team".



"ESTAMOS
A MUDAR A
FORMA COMO
OS FRANCESES
PENSAM SOBRE
A LIMPEZA."

O que mais lhe agrada no trabalho nesta equipa?
"Ver os sorrisos nos rostos dos utilizadores quando vivenciam como as nossas soluções são mais rápidas, mais limpas, mais ecológicas, mais seguras e melhores."

Qual é um facto engraçado sobre si?
"As minhas raízes estão em Affligem, na Bélgica, famosa pela sua cerveja. Os meus colegas são moralmente obrigados a pedir uma Affligem quando saímos. Qual é o problema? Os franceses não conseguem pronunciar o nome corretamente. Mas eles podem bebê-la!"

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
"Estamos a mudar a forma como os franceses pensam sobre a limpeza."



**Jean
Baptiste Faucher**
Embaixador na i-team France

Como descreveria o seu trabalho na i-team France?
"A minha função é liderar e fazer crescer a i-team France, gerir contas-chave nacionais e estabelecer a coordenação com os nossos parceiros. Supervisiono os contratos de distribuição e asseguro que nos mantemos fiéis à nossa estratégia de mercado."

O que é que gosta nesta equipa?
"Trabalhamos arduamente, pensamos no futuro, e estamos a construir algo que muda verdadeiramente a nossa indústria. Não se trata apenas de um negócio; é uma missão."

Qual é o seu conselho para os recém-chegados ao sector da limpeza?
"Deixar de olhar para os custos a curto prazo. Investir em inovação, e ela será compensada de formas inesperadas."



Coralie Pain
Demonstradora Comercial

Qual é a sua função na equipa?
“Dou apoio aos nossos parceiros na venda de produtos da i-team e na integração no seu ecossistema.”

O que é que a atraiu para a i-team France?
“Os valores da empresa e a sua visão inteligente.”

O que mais lhe agrada nesta equipa?
“As intenções positivas partilhadas. Estamos todos a trabalhar para o mesmo objetivo.”

Qual é o seu produto favorito da i-team?
“O i-walk e o i-mop XL. Ambos oferecem versatilidade, desempenho e simplicidade.”

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
“Prestamos atenção ao que os utilizadores realmente precisam.”

Qual é o seu conselho para alguém que está a começar no sector?
“Olhar em frente, uma nova era na limpeza está a começar.”

Laurent Ernoult
Demonstrador Comercial

Como é um dia típico para si?
“Apresento, dou formação e dou suporte aos nossos parceiros durante as demonstrações. É um trabalho prático que garante que os nossos produtos são utilizados eficazmente.”

Como entrou na i-team France?
“Trabalhei com o Lionel Vincent noutra empresa e segui-o para a i-team France. Eu queria fazer parte de algo desde o início.”

O que torna a i-team France especial?
“Trabalho sério, mas num ambiente bom, simples e eficiente.”

Qual é um facto engraçado sobre si?
“Considero o meu gato persa o meu terceiro filho. Muito a sério.”

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
“Amigos, olhando para o futuro com uma visão partilhada.”



Lionel Vincent
Embaixador de vendas

Qual é a sua principal responsabilidade na i-team France?
“Desenvolvo a nossa rede de distribuição por toda França.”

O que é que o atraiu para esta função?
“O desafio da missão.”

O que é que mais lhe agrada no seu trabalho?
“Criar um entusiasmo coletivo e fazer da i-team líder dos esfregões verticais.”

Qual é a sua inovação favorita da i-team?
“O desempenho do i-mop XL.”

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
“Estamos a criar um futuro em que a tecnologia e as pessoas trabalham em conjunto.”

O seu conselho para os recém-chegados ao sector?
“Está a entrar no momento certo. O sector da limpeza está a evoluir. Abrace a tecnologia.”

Frédéric Armand
Embaixador Técnico

Em que consiste o seu trabalho?
“Dou assistência técnica, soluciono problemas de reparação de máquinas e faço a gestão das reclamações de garantia. Também atuo como elo de ligação entre os técnicos parceiros e o nosso i-ambassador regional para garantir que os problemas são resolvidos rapidamente.”

O que o levou a juntar-se à i-team France?
“Trabalhei com Jean-Baptiste Faucher durante mais de dez anos como gestor técnico na F2MI, uma parceira da i-team. Segui-lo nesta nova aventura foi um passo natural.”

O que mais aprecia na equipa?
“A competência e o profissionalismo dos meus colegas.”

Qual é o produto da i-team mais entusiasmante para si?
“O i-mop XL. Trata-se de uma verdadeira revolução na limpeza: mais rápido, mais ecológico, mais seguro e mais eficiente.”

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
“Uma equipa profissional que ouve realmente os seus parceiros.”

O seu conselho para quem está a entrar no sector?
“Mecanizar o seu processo de limpeza. A sua saúde vai agradecer-lhe mais tarde.”

“MECANIZAR O SEU PROCESSO DE LIMPEZA. A SUA SAÚDE VAI AGRADECER-LHE MAIS TARDE.”



Stéphane Demullier

Demonstrador Comercial

Em que consiste o seu trabalho diário?
"Promover a marca i-team e apoiar os parceiros sempre que necessário."

O que o trouxe à i-team France?
"Uma parceria de longa data com o embaixador da i-team France. Vi uma oportunidade para impulsionar o negócio, especialmente na área da robótica."

O que mais lhe agrada nesta equipa?
"O nosso modelo de negócio e a minha confiança absoluta nos nossos produtos."

Qual é o produto mais entusiasmante para si?
"O i-walk / 1900B. Acredito no seu potencial em diferentes ambientes."



“VI UMA OPORTUNIDADE PARA IMPULSIONAR O NEGÓCIO, ESPECIALMENTE NA ÁREA DA COBÓTICA.”

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
"Simplesmente faça isso, pelo futuro da França."

Qual é um facto engraçado sobre si?
"Sou também professor de limpeza."

O seu conselho para os recém-chegados?
"Comece numa empresa de limpeza como utilizador, é a melhor forma de compreender o sector."



Rémy Chetail

Demonstrador Comercial

Em que consiste o seu trabalho diário?
"Dou apoio aos nossos parceiros através de demonstrações, configurações de máquinas, aconselhamento e recomendações técnicas. É uma função muito prática e não há dois dias iguais."

Como entrou na i-team France?
"O Lionel apresentou-me a oportunidade. O que mais me atraiu foi a inovação e a variedade da gama de produtos."

O que mais lhe agrada no trabalho nesta equipa?
"Apoio mútuo, reconhecimento e uma equipa centrada no ser humano."

Qual é a sua inovação favorita da i-team?
"A robótica. Ela ajuda realmente a elevar a profissão de limpeza e apoia os utilizadores de uma forma significativa."

Se tivesse de descrever a i-team France numa frase?
"Todos juntos, de bom humor, a trabalhar para um objetivo comum."

Qual é um facto engraçado sobre si?
"Sou completamente obcecado por limpeza."

Qual é o seu conselho para alguém que está a começar no sector?
"Vá em frente! Vai divertir-se e nenhum dia será igual ao outro."

A rede francesa



com Jean Baptiste Faucher

EM
CONVERSA

Liderança da i-team França **com visão, energia e uma estratégia arrojada**

De empresário a i-ambassador da i-team France, Jean Baptiste Faucher desenvolveu a sua carreira com base na inovação, na resiliência e num profundo amor pelo negócio global. Com uma estratégia única e um roteiro ambicioso, ele está a orientar a i-team France para se tornar uma potência no sector da limpeza profissional.



Jean, o seu percurso empresarial antes da i-team France foi bastante longo. Pode falar-nos um pouco do seu passado?

“Gosto de pensar em mim como um cidadão do mundo. Já vivi em vários países e viajei para mais de 85. A minha paixão é formar equipas, reunir pessoas de diferentes origens e enfrentar novos desafios. E, claro, tenho uma obsessão por boa comida de todos os cantos do mundo!”

“Criei a minha primeira empresa aos 25 anos em Dunedin, na Nova Zelândia. Desde então, trabalhei em vários sectores - marketing, imobiliário, distribuição por grosso, jogos, transporte de mercadorias. Construí ou adquiri mais de 10 empresas em 20 anos. A maioria prosperou, algumas falharam, mas o fracasso ensina-nos rapidamente. Como se diz nos Estados Unidos, ‘não se é um verdadeiro empresário até se ter ido à falência pelo menos uma vez.’ Sobrevivi à crise das hipotecas subprime enquanto trabalhava no sector imobiliário, por isso sei o que significa atravessar tempos difíceis.”

Tem também uma sólida formação no domínio da educação. Como é que isso influencia a sua abordagem aos negócios?

“Gosto muito de aprender. Passei anos a angariar diplomas em engenharia, marketing, gestão internacional e até filosofia. Ensinei marketing e empreendedorismo em universidades na Suíça e na Nova Zelândia. Mas, no final, volto sempre à criação de empresas. Os conhecimentos são valiosos, mas o que faz a diferença é pô-los em prática.”



"CRIAMOS UMA REDE DE PARCEIROS MAIS PEQUENOS E ASSUMIMOS NÓS PRÓPRIOS O TRABALHO DE BASE."

Como é que acabou por entrar na i-team France?

“Descobri os produtos da i-team como distribuidor quando geria uma empresa grossista de produtos de limpeza em Paris. Estávamos à procura de algo novo e de qualidade superior, mas, no início, não fazíamos ideia de como vender estes produtos. Tudo mudou em 2022, quando participei no i-Gathering. Esse evento abriu-me os olhos para o potencial do i-team. Voltei com um plano e, em poucos meses, as vendas dispararam. Chegámos a testar um pequeno grupo de revendedores e acho que funcionou, porque agora estou a gerir a i-team France!”

O que torna a i-team France diferente das outras regiões da i-team?

“A nossa estrutura e estratégia de distribuição. Muitas regiões da i-team dependem de alguns grandes protagonistas que tratam de tudo de forma independente. A nossa abordagem foi diferente. Criámos uma rede de parceiros mais pequenos e assumimos o trabalho de base. Isto significa uma maior equipa local i-team, uma estratégia

prática e uma rede de parceiros em rápido crescimento. 64 parceiros até agora, com o objetivo de chegar aos 100. Quando apresentei esta estratégia aos outros embaixadores, acho que choquei algumas pessoas. Eles sabiam quanto trabalho seria necessário.

Mas, a longo prazo, vai valer a pena, seremos os donos do campo.”

Como é um dia de trabalho típico para si como Embaixador Regional?

“Não há dois dias iguais. Num dia, estou numa feira comercial, no outro, estou a ajudar parceiros com demonstrações ou a gerir contas-chave nacionais. E depois, claro, há a realidade diária de gerir a i-team France como uma empresa totalmente independente.”

A i-team promove uma abordagem ‘global’, conciliando o branding global com estratégias locais.

Como se aplica isso em França?

“Seguimos o marketing e as linhas de produtos da i-team Global, mas o mercado francês é diferente, por isso adaptamo-nos. França é um país grande. Ter uma pessoa a gerir toda a rede seria impossível, por isso criámos uma equipa de vendas regional. Os clientes aqui querem comprar a alguém proveniente da sua região. Falar a mesma linguagem faz a diferença.

“Também nos concentramos no reconhecimento da marca. Neste momento, estamos a promover a família i-mop antes de introduzirmos uma gama mais vasta. E os preços também tiveram de ser ajustados. Os parceiros mais pequenos não podem trabalhar com o modelo europeu padrão, pelo que criámos uma estrutura flexível. E depois há

a linguagem. A maioria dos nossos clientes não fala inglês, pelo que traduzimos tudo - materiais de marketing, documentos técnicos, conteúdos de formação. A equipa de Eindhoven tem sido uma grande ajuda para que isso aconteça.”

Quais são os maiores desafios no sector da limpeza em França?

“A formação. Essa é a questão número um. A legislação laboral francesa dificulta o investimento das empresas na sua força de trabalho. O artigo 7º vincula o pessoal de limpeza ao seu local de trabalho e não ao seu empregador. Se uma nova empresa assumir um contrato, o pessoal mantém-se. Parece ótimo em teoria, mas, na realidade, desencoraja a formação. Por que razão investir nas pessoas se, no próximo ano, elas poderão estar a trabalhar para o seu concorrente? Este é um grande desafio para uma empresa como a i-team, onde queremos capacitar os profissionais de limpeza.”

E o que dizer das oportunidades?

“França tem uma população em rápido crescimento, uma economia forte e subsídios governamentais para a limpeza mecanizada. A demanda por produtos de qualidade superior existe. Só precisamos de ter mais demonstrações na prática.”

Qual é a sua visão para a i-team France?

“Continuar a crescer, espalhar o vírus i-team e tornar-se um modelo de sucesso. O nosso objetivo é ser o mercado número um da i-team na Europa. É um objetivo ousado, tendo em conta a força dos nossos colegas. No entanto, gostamos de um desafio.”

"O NOSSO OBJETIVO É SER O MERCADO NÚMERO UM DA I-TEAM NA EUROPA. É UM OBJETIVO ARROJADO..."

Que papel desempenha a inovação na i-team France?

“A inovação é tudo. Os clientes solicitam constantemente alterações personalizadas e nós desenvolvemos protótipos. Alguns desses ajustamentos já deram origem a novos modelos de produtos.”

O que é que o mantém motivado no seu cargo?

“A energia que me dá. Cada venda, cada novo parceiro, cada demonstração com sucesso. É tudo parte de algo maior. Antes de me juntar à i-team, estava a preparar o lançamento de um projeto de distribuição a nível nacional, mas, em vez disso, suspendi-o e juntei-me à i-team Global. Foi a melhor decisão que já tomei. É raro encontrar uma empresa onde os seus valores se alinham tão perfeitamente. A i-team não é apenas um emprego, é uma missão.”

Se tivesse de descrever a i-team France em três palavras, quais seriam?

“Inquirir. Inovar. Inspirar. É esta a filosofia da i-team e é exatamente assim que trabalhamos em França. Ou, se tivesse de o dizer de outra forma: Dedicção. Empenho. Energia. Porque, no final do dia, a nossa equipa é tudo.”

TENDÊNCIAS EM LIMPEZA

O sector da limpeza em França: visão geral e perspetivas

Quase 20 mil milhões de euros de receitas anuais geradas por 15.000 empresas espalhadas por todo o país, que empregam um total de 600.000 pessoas. Três dados que, por si só, demonstram a força do sector da limpeza em França, um sector que continua a crescer, apesar de disparidades significativas.

ESCRITO POR CHRISTIAN BOUZOLS

O número de empresas continua a aumentar, mas, paradoxalmente, estão a ficar mais pequenas: 80% delas têm menos de 20 empregados e mais de 10.000 das 15.000 empresas existentes têm menos de 9 empregados. A maioria destas microempresas opera a nível local e é frequentemente gerida por uma família, passando de geração em geração.

No outro extremo do espetro, alguns grupos muito grandes com milhares de empregados estão a registar um crescimento rápido.

O escalão superior das maiores empresas de limpeza é composto por cinco grandes grupos que excedem ou se aproximam de mil milhões de euros de receitas: Onet e GSF com 1,17 mil milhões de euros, Atalian com 1,01 mil milhões de euros, Samsic com 950,72 milhões de euros, e Elior-Derichbourg com 928,52 milhões de euros.

Tal como nos anos anteriores, os desafiantes deste “Clube dos 5”, que domina o sector da limpeza e dos serviços associados, ficam muito para trás. Em 2023, a ISS Facility Services (adquirida em 2024 pelo grupo Onet) registou receitas de 288 milhões de euros, logo à frente da ISOR, com 224 milhões de euros, da Challancin, com 180 milhões de euros, da Nicollin Sud Services, com 144 milhões de euros, e da Stem, com 112 milhões de euros. Os 50 maiores grupos do sector representam 40% das receitas totais do mercado.

Todas estas empresas, grandes e pequenas, beneficiam principalmente da terceirização das tarefas de limpeza, que tem vindo a aumentar há mais de uma década. Em 2009, 68% das empresas francesas terceirizaram os seus serviços de limpeza a empresas especializadas. Este valor aumentou para 80% em 2020.

No entanto, alguns sectores continuam a depender mais da limpeza interna, como a hotelaria, as escolas, os cuidados de saúde e os transportes, que representam apenas 10% da atividade das empresas de limpeza. Não é de surpreender que os escritórios (34%) e as áreas comuns dos edifícios (30%) constituam a maior parte da atividade do sector. A limpeza de janelas, por si só, representa 10%, e os contratos públicos com agências governamentais representam 25% das receitas totais.

O NÚMERO DE EMPRESAS
CONTINUA A AUMENTAR, MAS,
PARADOXALMENTE, ESTÃO A
FICAR MAIS PEQUENAS.

Este segmento é uma questão fundamental para o sector, que defende o aumento dos requisitos de qualidade nos concursos públicos, incentivando as instituições públicas a dar prioridade a serviços de elevada qualidade em detrimento das propostas mais baixas, que tendem a arrastar o mercado para baixo.

LIMPEZA: UM DOS MAIORES EMPREGADORES EM FRANÇA

Em termos de mão de obra, o sector da limpeza é um dos maiores empregadores em França, com números de emprego em constante crescimento, apesar do revés causado pela crise da Covid em 2020.

A mão de obra, que opera localmente e não pode ser objeto de terceirização, é composta por 90% de agentes de serviço - os “ajudantes” que fazem a limpeza nas instalações dos clientes.

As empresas procuram sobretudo reter e formar a sua mão de obra: mais de 80% dos empregados do sector têm contratos permanentes (CDIs) e 65% são mulheres.

METADE DOS TRABALHADORES
NO SECTOR SÃO
CONTRATADOS POR 24 HORAS
POR SEMANA OU MENOS

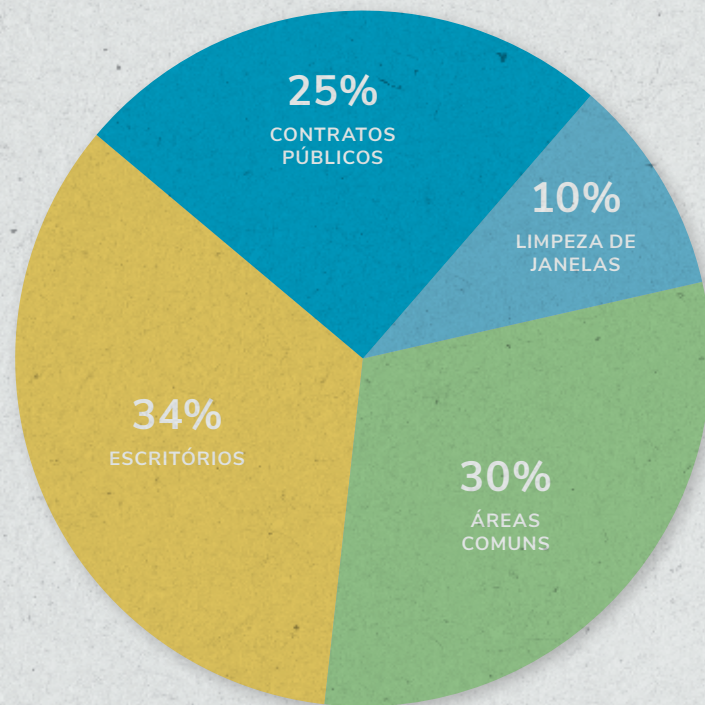
Há poucos empregos precários, mas as condições de trabalho são intrinsecamente difíceis: metade dos trabalhadores no sector são contratados por 24 horas por semana ou menos, enquanto o trabalho a tempo inteiro em França é de 35 horas. Como resultado, quase metade deles trabalha para várias empresas, muitas vezes em horários difíceis, de manhã cedo ou ao fim da tarde, quando os edifícios de escritórios estão vazios.

Desde há muito que a Federação Francesa das Empresas de Limpeza se preocupa com este horário de trabalho fora das horas de ponta, que constitui um obstáculo ao recrutamento. O objetivo é convencer os clientes de que os serviços de limpeza podem ser feitos durante o dia. Trata-se de um esforço a longo prazo, mas crucial para o bem-estar dos trabalhadores, muitos dos quais têm de interromper o seu dia de trabalho, o que dificulta a manutenção de uma vida social e familiar equilibrada. Apesar dos esforços da federação patronal para promover esta abordagem, a sua implementação generalizada continua a ser um objetivo distante.

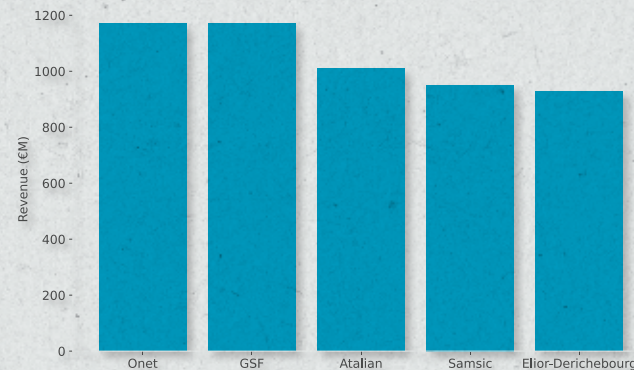
O sector francês da limpeza

Dados Principais

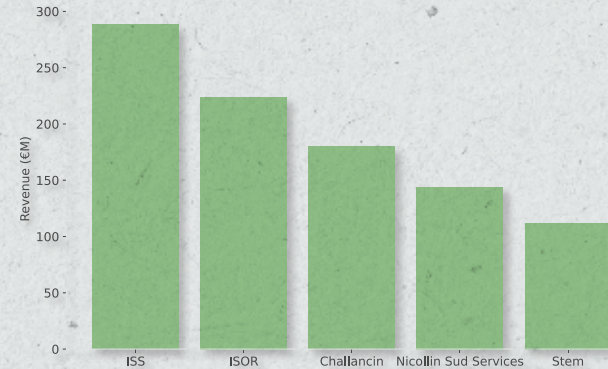
Receitas de distribuição por tipo de cliente



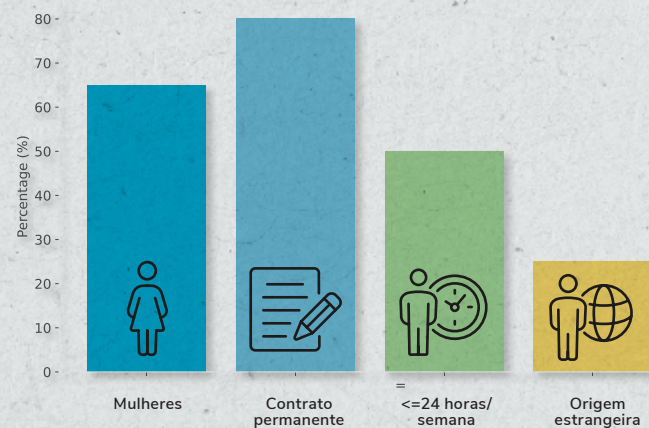
As 5 principais empresas de limpeza por receitas (em milhões de euros)



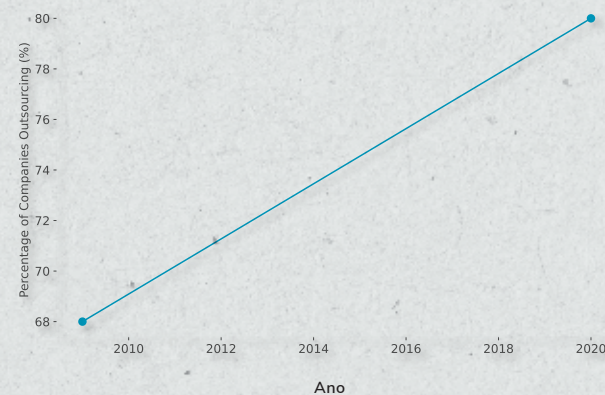
Empresas desafiantes por receitas (em milhões de euros)



Dados demográficos dos trabalhadores no sector da limpeza



Terceirização dos serviços de limpeza ao longo do tempo



No entanto, a federação prossegue os seus esforços no sentido de sensibilizar os clientes para o valor dos serviços de limpeza. Foram difundidos anúncios através da televisão e da rádio para sublinhar a importância de incluir a "limpeza" como uma rubrica orçamental prioritária, especialmente desde a pandemia.

Durante a crise sanitária, o pessoal de limpeza esteve na linha da frente e o mundo do trabalho reconheceu plenamente o seu papel essencial. Um inquérito realizado na altura revelou que 84% dos inquiridos reconheciam "que os agentes de limpeza e as empresas ajudavam a combater eficazmente a propagação do vírus." Além disso, 90% dos franceses tomaram consciência "do importante papel desempenhado por estes trabalhadores para garantir a sua saúde e segurança no local de trabalho."

Mas, à medida que a crise se foi dissipando, os velhos hábitos voltaram, assim como o esforço contínuo do sector para promover as suas profissões junto dos clientes e dos candidatos a emprego.

Como a indústria da limpeza ainda está a contratar muito, as partes interessadas estão a participar ativamente em feiras de emprego, a organizar demonstrações ao vivo, a participar em eventos de encontros de emprego e a dar ênfase à formação. Foram introduzidos oito certificados de qualificação profissional, tendo sido emitidos cerca de 40.000 até à data.

É também de salientar que o sector luta contra o analfabetismo há 20 anos, uma vez que cerca de 25% dos agentes de limpeza são de origem estrangeira, em comparação com apenas 6% em todos os sectores em França.

DESAFIOS AMBIENTAIS

O aspeto social, inerente aos postos de trabalho da indústria, continua a ser uma questão importante, a par do incentivo às empresas para adotarem estratégias de RSE (Responsabilidade Social das Empresas) para apoiar a transição ecológica.

O objetivo, como para todas as empresas francesas, é melhorar as condições de trabalho, protegendo simultaneamente o ambiente, nomeadamente através da utilização de produtos menos poluentes ou de base biológica. Foi desenvolvida uma ferramenta de apoio e lançado um programa de formação para os dirigentes das empresas. No entanto, a adesão tem sido lenta: apenas cerca de 1% das 15.000 empresas do sector aderiram até agora.

O OBJETIVO É MELHORAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO E, AO MESMO TEMPO, PROTEGER O AMBIENTE

O DESAFIO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Outro desafio futuro significativo para as empresas de limpeza é a inteligência artificial, que está a avançar rapidamente, mesmo neste sector.

A integração da IA nas operações de limpeza ativa a automatização de tarefas repetitivas e demoradas, permitindo que o pessoal se concentre em trabalho mais complexo e de alto valor. Os sistemas podem detetar áreas negligenciadas, identificar potenciais problemas e garantir que os espaços permanecem limpos para os ocupantes.

A INCORPORAÇÃO DA IA NA LIMPEZA PROFISSIONAL IMPLICA DESAFIOS

No entanto, a incorporação da IA na limpeza profissional acarreta desafios, como a necessidade de investir em equipamento e software dispendiosos, bem como a formação necessária para o pessoal.

No entanto, é essencial que as empresas de limpeza se mantenham na vanguarda da inovação e adotem estas soluções para se manterem competitivas num mercado em constante evolução. Neste domínio, os grandes grupos com forte capacidade de investimento estão a liderar o processo. Para as pequenas empresas que constituem a maior parte do sector, a adoção da IA é um passo em direção ao futuro que será muito mais difícil de dar.



Um sabor a França

França é conhecido mundialmente pela sua excelência culinária. Dos reconfortantes pratos regionais aos refinados clássicos de bistrô, a cozinha francesa traz calor, técnica e criatividade para a mesa. Na i-team, os nossos chefes são tão apaixonados pela boa comida como pela boa limpeza. É por isso que reunimos algumas das suas receitas favoritas, criadas pelos nossos chefes Bart Haans e Erik Bons, com harmonização de vinhos pelo sommelier Ruben Roosen. Bon appétit!

APERITIVO

PATO RILLETTE EM BRIOCHE TOSTADO

UMA PASTA SUAVE E SABOROSA À BASE DE COXAS DE PATO CONFITADAS, PERFEITA COMO APERITIVO.

HARMONIZAÇÃO DE VINHOS

Pinot Noir | Le Village | 2020

Um vinho tinto leve com notas de frutos vermelhos que complementa a preparação fria e a riqueza do pato.







HARMONIZAÇÃO DE VINHOS

Ribera del Duero (Tinto Fino).

Um tinto encorpado com tonalidades terrosas e taninos baixos, a condizer com a riqueza da carne e do foie gras.



PRATO PRINCIPAL

TOURNEDOS “ROSSINI”

UM PRATO FESTIVO E LUXUOSO DE LOMBO DE BOVINO, FOIE GRAS, TRUFA E MOLHO MADEIRA.



HARMONIZAÇÃO DE VINHOS

Coteaux du Layon.

Um vinho de sobremesa doce e fresco, com um final tostado de baunilha que reflete os sabores do brûlée.



SOBREMESA

CRÈME BRÛLÉE CLÁSSICO

CREME SEDOSO, COM INFUSÃO DE BAUNILHA E UMA CROSTA ESTALADIÇA DE AÇÚCAR CARAMELIZADO.

RILLETTE
DE PATO
em brioche tostado

Ingredientes para 4 pessoas:
400 g de coxa de pato confitada
150 g de gordura de ganso
25 g de alecrim
25 g de tomilho
3 dentes de alho
Sal
4 fatias grossas de brioche

Para os picles:
1 parte de vinagre
1 parte de açúcar
1 parte de água
1 minipepino de lanche • 1 cebola roxa •
Cornichons

TOURNEDOS “ROSSINI”
um prato festivo de carne
de bovino

Ingredientes para 4 pessoas:
4 tournedos de carne de bovino (cerca de 150 g cada)
100 g de feijão-verde
100 g de sugar snaps
1 maço de espargos verdes
80 g de cogumelos castanhos
2 dl de caldo de vitela
50 ml de vinho Madeira
1 colher de chá de açúcar
Bouquet garni
15 g de manteiga
200 g de batata Agria
40 g de manteiga
40 ml de leite
100 g de foie gras
4 torradas pequenas
10 g de trufa preta
Sal e pimenta

CRÈME BRÛLÉE
Creme sedoso com infusão
de baunilha

Ingredientes para 4 pessoas:
250 g de leite
250 g de natas
2 favas de baunilha
12 gemas de ovos
100 g de açúcar fino
2 colheres de sopa de açúcar fino
+ 2 colheres de sopa de açúcar mascavado para a cobertura

INSTRUÇÕES

1. Aquecer o vinagre, o açúcar e a água juntos para criar um líquido de conserva.
2. Fatiar o pepino e a cebola roxa, depois mariná-los no líquido de conserva.
3. Fatiar o alho e aquecer a gordura de gans com o alecrim, o tomilho e o alho a uma temperatura não superior a 60°C durante cerca de uma hora em infusão.
4. Desfiar as pernas de pato, retirando os ossos e a pele.
5. Puxar finamente a carne e misturar gradualmente com a gordura de ganso aromatizada até obter uma pasta para barrar.
6. Temperar com sal.
7. Tostar as fatias de brioche e decorar com a rillette, os pickles e, opcionalmente, com microvegetais ou flores comestíveis.

INSTRUÇÕES

1. Cozinhar e esmagar as batatas, depois misturar com leite morno e manteiga. Temperar com sal.
2. Limpar e branquear as verduras e legumes, depois saltear suavemente na manteiga.
3. Limpar e saltear os cogumelos.
4. Limpar e temperar o foie gras. Moldar e deixar esfriar até ficar firme, depois fatiar e colocar sobre a torrada.
5. Deixar ferverilhar o caldo de vitela com o bouquet garni, reduzir ligeiramente, juntar o Madeira e o açúcar. Coar e finalizar com um pouco de manteiga.
6. Temperar e grelhar os tournedos em manteiga até ficarem dourados.
7. Assar em forno pré-aquecido a 185°C durante 5 a 8 minutos, dependendo da espessura. Deixar repousar durante 10 minutos.
8. Aquecer tudo e servir como indicado. Raspar a trufa por cima pouco antes de servir.

INSTRUÇÕES

1. Aquecer o leite e as natas numa panela com as favas e as sementes de baunilha. Não ferver.
2. Bater as gemas de ovo com o açúcar até ficarem combinados.
3. Adicionar gradualmente o creme de baunilha quente à mistura de ovos. Remover as favas.
4. Deixar a mistura repousar durante 20 a 30 minutos para remover a espuma.
5. Preaquecer o forno a 90°C.
6. Verter o creme em ramequins e colocar num tabuleiro de ir ao forno.
7. Cozer durante, pelo menos, 1 hora, até ficar suavemente definido. Deixar esfriar.
8. Misturar os açúcares de cobertura num moedor para obter uma combinação fina.
9. Polvilhar os cremes arrefecidos com a mistura de açúcar e caramelizar com um maçarico.

OS FAVORITOS DO JEAN-
BAPTISTE FAUCHER

Na qualidade de Embaixador Regional e orgulhoso francês, o Jean-Baptiste não resistiu a partilhar três pratos muito apreciados na sua região. Simples, autênticos e plenos de sabor. Estes extras opcionais são perfeitos para qualquer chefe i-team que pretenda aprimorar o seu jogo de cozinha francesa.

PERFEITO COMO ENTRADA,
PRATO PRINCIPAL OU MESMO
PARA UM PIQUENIQUE.



QUICHE LORRAINE
TRADICIONAL

1. Misturar 200 g de farinha, 100 g de manteiga fria, 60 g de água fria, uma pitada de sal. Forrar uma forma de tarte de 30 cm com a massa.
2. Preaquecer o forno a 160°C.
3. Cozinhar 75 g de bacon, espalhar sobre a massa.
4. Bater 3 ovos com 200 ml de natas, juntar 75 g de fiambre cortado em cubos, sal e pimenta. Verter na forma de tarte.
5. Cobrir com cerca de 150 g de queijo Emmental ralado.
6. Cozer durante 35 a 45 minutos até ficar dourado.

GÂTEAU
BASQUE

1. Massa: misturar 2 ovos, 120 g de manteiga derretida, depois adicionar 200 g de farinha, 100 g de farinha de amêndoa, 10 g de fermento em pó, uma pitada de sal, 10 g de baunilha.
2. Recheio: aquecer 400 ml de leite com 80 g de açúcar, 30 g de farinha de milho, 1 gema, 10 g de baunilha, 30 g de rum escuro. Mexer até engrossar. Refrigerar.
3. Pressionar 2/3 da massa numa forma de 30 cm com bordos elevados. Adicionar o recheio. Cobrir com uma camada fina da massa restante.
4. Pincelar com leite, decorar com um garfo se quiser (mas não fazer buracos), cozer a 160°C durante cerca de 50 minutos.



UM BOLO RICO E AMENDOADO
DO SUDOESTE DE FRANÇA.

Com o carinho da
i-team France

Pense duas vezes antes de comprar O custo oculto de copiar uma inovação

UMA PALAVRA
DO FRANK

Algumas ideias mudam tudo. O i-mop fez exatamente isso. Há uma década, ele redefiniu a limpeza profissional de pavimentos. Mais rápido, mais eficiente e concebido para as pessoas que o utilizam. Uma máquina tão intuitiva que nos faz pensar como é que alguma vez passámos sem ela.

Porém, o sucesso tem um preço. Onde há inovação, há imitação. E, ultimamente, o mercado tem visto a sua quota-parte de imitações, máquinas que têm o aspeto, mas não cumprem o que prometem. Estes produtos minam exatamente aquilo que tornou o i-mop fantástico: inovação verdadeira.

Por que razão as patentes são importantes

As patentes não são apenas uma proteção jurídica. Elas constituem a base do progresso. Elas dão aos inventores a confiança necessária para assumir riscos, investir e fazer avançar os sectores. Sem elas, as ideias inovadoras não valeriam o esforço, porque qualquer pessoa poderia copiá-las sem nenhum trabalho. E, quando uma patente é publicada, a tecnologia torna-se visível. Algumas empresas encaram isso como um convite. Fazem pequenas alterações, apenas o suficiente para tentar evitar os limites legais. No entanto, uma pequena alteração não faz dela uma ideia original. A verdadeira inovação não consiste em copiar o que funciona. Trata-se de criar algo novo.

O custo real das cópias

Um semelhante mais barato pode parecer uma compra inteligente. Mas o que acontece quando o desempenho não é o esperado? Quando o desgaste é mais rápido, é necessária mais manutenção ou não há segurança jurídica? Além disso, quando um produto viola uma

patente existente, as empresas que o vendem ou utilizam podem ficar numa posição difícil. Confiscações, contratempos financeiros e complicações legais são consequências muito reais. E há algo ainda mais valioso em jogo: a confiança. Os clientes confiam nos profissionais para fornecerem as melhores soluções e não apenas a alternativa mais aproximada.

Escolher o original significa escolher a confiança

Cada i-mop é apoiado por anos de investigação, desenvolvimento e mais de 50 patentes mundiais. É isso que garante o seu desempenho, a sua fiabilidade e a segurança jurídica da sua permanência no mercado. Na i-team Global, defendemos a inovação, a qualidade e o negócio justo. Se quiser garantir a proteção do seu investimento, procure o logótipo i-team. Compre em distribuidores autorizados. E lembre-se, a verdadeira inovação não é apenas criar algo fantástico. Trata-se de garantir que se mantém ótimo.

Frank van de Ven
CEO - i-team Global



Digitalize o código QR para uma entrevista aprofundada com o conceituado advogado de propriedade intelectual Maurits Westerik (parceiro, Coupry) sobre como evitar armadilhas de patentes.

O i-mop original. A inovação lidera. As cópias seguem.

Confiável a nível mundial. Patenteado por uma razão.

- O primeiro esfregão secador vertical que mudou a indústria da limpeza há 10 anos.
- Garantido **qualidade** e **durabilidade**.
- **Apoiado pela inovação**, comprovado na prática.
- **Projetado para liderar**, protegido para durar.

**PROTEGIDO
POR MAIS DE 50
PATENTES**



JÁ
SABIA?

Uma rápida recapitulação dos princípios básicos da marca i-team

Já percebemos. No burburinho diário das revoluções da limpeza, é fácil esquecer os princípios básicos. Por isso, aqui fica um lembrete amigável dos princípios básicos que tornam a i-team, bem... a i-team.

1. É i-team, não I-Team.

Escreve-se com "i" minúsculo e hífen. Uma identidade clara e consistente para uma marca global e arrojada.

2. O nosso logótipo, as nossas regras

Utilizar o logótipo a cores sempre que possível. Versões a preto e branco apenas quando estritamente necessário. Num fundo escuro? Utilizar a versão branca. Deseja colocar alguns ícones ou texto à volta? Por favor, não o faça.



3. A fonte que fala por nós.

Utilizamos **Nunito Sans**. Ela é clara, amistosa e de utilização gratuita. Optar por um corpo de texto a preto, com acentos azuis opcionais para títulos ou destaques.

6. Apenas uma oportunidade para impressionar

Lembre-se: cada ponto de contacto, desde uma postagem social a um rótulo de envio, é um momento para mostrar a identidade i-team. A consistência não é enfadonha. **É profissional.**



4.

A nossa cor
de assinatura é
Pantone 312C.

É aquele azul brilhante,
energico que se vê nas nossas
máquinas e materiais.

Utilizar o seguinte para
imprimir:
C96 M6 Y15 K0

Utilizar o seguinte para digital:
RGB 0 167 206

Mais alguma tonalidade?
Não, obrigado.

Deixe respirar

5. O nosso logótipo precisa de espaço. Dê-lhe sempre espaço suficiente para respirar. Não apertar, esticar ou desarrumar. E sim, estamos a falar a sério: sem ruído de fundo, sem efeitos estranhos, sem sombras.

Estilo do texto = claro, nítido & útil

O nosso tom de voz é claro e confiante, com um toque de humor. Informamos, divertimos e estimulamos, mas nunca sobrecarregamos. Parágrafos curtos. Sem jargão. Um sorriso aqui e ali.

7.

A editora do European Cleaning Journal **Michelle Marshall** leva-nos numa viagem pelo continente para explorar o que está a acontecer na indústria da limpeza profissional. Desde políticas verdes a mudanças políticas e novas tendências peculiares, eis o que os primeiros meses de 2025 nos trouxeram até agora.

Limpeza europeia

NOTÍCIAS DO SECTOR



Margens de lucro em risco

EM FRANÇA

Em França, as empresas de limpeza estão a enfrentar um ano incerto. Com a inflação ainda a pairar no ar, os salários são um tema quente. Embora tenha sido introduzido um aumento de 2% do salário mínimo no final de 2024, os sindicatos estão a insistir em mais: turnos apenas diurnos, fim dos contratos a tempo parcial de curta duração e um salário global mais elevado. Por detrás destas exigências está uma preocupação crescente com as condições de trabalho no sector. Um estudo revelou que 17,3% dos empregados de limpeza ganham atualmente o salário mínimo, em comparação com 11% em 2015. Enquanto os salários aumentaram 4,1% no ano passado, a inflação subiu 4,9%. Os empregadores estão preocupados, sobretudo com o facto de poderem repercutir estes aumentos de custos junto dos clientes. Como afirma uma empresa de limpeza: “As nossas margens de lucro estão em jogo, assim como o nosso modelo de negócio, se o trabalho exclusivamente diurno se tornar obrigatório.”



Acordos salariais sectoriais

EM ALEMANHA

Alemanha entrou no novo ano com eleições e o sector da limpeza fez questão de se fazer ouvir. A Associação Federal de Empreiteiros de Limpeza (BIV) lançou uma campanha de postais (12.000 impressos!) apelando aos políticos para que reduzam a burocracia, mantenham a liberdade de negociação coletiva e abordem o aumento dos custos da segurança social. Também houve boas notícias: entraram em vigor novos acordos salariais para todo o sector. Os salários de entrada aumentaram para 14,25 euros, os dos trabalhadores qualificados para 17,65 euros e os estagiários passarão a receber até 1.300 euros no seu terceiro ano. Todos os passos em direção a um salário mais justo e a um maior reconhecimento de uma das maiores profissões especializadas em Alemanha.



Preocupações com o mercado de exportação

EM ITÁLIA

Itália depara-se com nuvens económicas no horizonte. Com as novas tarifas dos Estados Unidos anunciadas pela administração Trump, aumentam as preocupações sobre o seu impacto nas exportações, especialmente nos produtos e máquinas de limpeza profissional. Os EUA são o segundo maior mercado de exportação de Itália e, de acordo com o estudo da Svimez, estas tarifas podem ameaçar mais de 50.000 postos de trabalho por ano. Outro desafio é o surgimento de produtos com “sonoridade italiana”. Imitações que imitam os verdadeiros produtos italianos sem a qualidade ou as certificações. Com o aumento dos preços, os consumidores podem sentir-se tentados pelas imitações. Alguns fabricantes já estão a considerar a criação de joint ventures ou a produção nos EUA para enfrentar a tempestade.



Comprometimento com padrões mais elevados

EM DINAMARCA

Em Dinamarca, as empresas de limpeza foram instadas a limpar a sua própria atuação antes de esperarem uma melhor perceção pública. Numa recente conferência do sector, o consultor de comunicação Poul Madsen avisou que uma má história pode ofuscar todas as boas. Os líderes do sector parecem estar de acordo, empenhando-se em estabelecer padrões mais elevados, preços justos, acordos coletivos e sustentabilidade.

A antiga Comissária Europeia para o Clima, Connie Hedegaard, apelou às empresas para liderarem a transição ecológica, não apenas por dever, mas como uma vantagem competitiva. Entretanto, as empresas de limpeza dinamarquesas estão a preparar-se para um novo imposto sobre o carbono que poderá ter impacto nos custos de energia e de transporte.



Trabalho à distância

NO REINO UNIDO

O Reino Unido está a fazer ondas com um novo acrónimo: WFB (Working From the Beach). É isso mesmo. Com o trabalho flexível a ganhar força, algumas administrações locais estão a permitir que os funcionários trabalhem à distância a partir do estrangeiro, por vezes até um mês por ano. As histórias vão desde trabalhadores remotos em Ibiza a chamadas tropicais pelo Zoom a partir da Tailândia. Enquanto alguns o aclamam como o futuro do trabalho flexível, outros levantam as sobrancelhas perante os desafios legais e logísticos: imigração, seguro de saúde, responsabilidade e proteção de dados. Mas, goste-se ou deteste-se, o debate sobre o WFB recorda-nos que o equilíbrio entre a vida profissional e a vida privada já não é um luxo, é uma exigência.



Definição do padrão nas escolas primárias

NOS PAÍSES BAIXOS

Nos Países Baixos, a avaliação da qualidade da limpeza das escolas primárias foi aperfeiçoada pela Vereniging Schoonmaak Research (VSR). A nova abordagem é mais inteligente e mais eficiente: uma amostra representativa das salas, em vez de inspecionar todos os cantos. Um plano de 10 etapas (com um novo formulário de controlo) orienta agora os controladores através das avaliações, desde a avaliação dos resultados até à tomada de medidas.

É importante salientar que é tudo indicativo, sem penalizações. Trata-se de colaboração, não de punição, com as escolas e os prestadores de serviços de limpeza a trabalharem em conjunto em normas partilhadas.

EXPLORANDO
FRANÇA



O MUSEU DO LOUVRE,
O Louvre, que alberga mais de 35.000 obras de arte, é o museu mais visitado do mundo. Uma visita obrigatória para os amantes da arte e da história.



**HALLES DE LYON
PAUL BOCUSE**
Com o nome do chef mais célebre de França, este mercado é um templo da gastronomia, onde os sabores ganham vida.



**UM BOUCHON
TRADICIONAL**
Os bouchons de Lyon oferecem um sabor autêntico da tradição francesa, com pratos passados de geração em geração.



TARTE AUX PRALINES
Doce, estaladiça e cor-de-rosa vibrante, a tarte de bombom de Lyon é tão deliciosa como icônica.

Arte, sabores e aventura

UMA ODISSEIA CULTURAL
PARIS

Paris é mais do que uma cidade, é uma obra-prima viva. Cada rua, cada praça, cada café guarda uma história. É onde a arte, a história e a vida quotidiana se combinam na perfeição. Comece a sua viagem no Louvre, onde se encontra o sorriso mais famoso do mundo. Mas a cultura parisiense vai para além de Da Vinci. Visite o Museu d'Orsay para ver os tesouros impressionistas ou explore o Centro Pompidou, onde a arte moderna se encontra com o génio arquitetónico.

Paris é também uma cidade de contrastes. Passeie pelo Marais, onde as ruelas medievais levam a boutiques chiques, ou explore o coração artístico de Montmartre, onde Picasso e Dalí encontraram inspiração.

A cultura em Paris não se limita aos museus, espalha-se pelas ruas. A poesia de um livreiro à beira do Sena, a elegância de um ballet no Palais Garnier, os sons comoventes do jazz que se ouve num bar pouco iluminado em Saint-Germain.

E, claro, nenhuma vivência parisiense está completa sem se deixar levar pela cultura do café. Sente-se no Café de Flore, beba um espresso e veja o mundo a passar. Porque em Paris, a própria vida é arte.

CAFÉ DE FLORE, O Café de Flore, um dos cafés mais icónicos de Paris, foi durante mais de um século um ponto de encontro de intelectuais, artistas e escritores. Uma verdadeira amostra da vida parisiense.



MONTMARTRE, Outrora o coração da boémia parisiense, Montmartre continua a ser um centro de artistas, cafés e vistas deslumbrantes da cidade.



PALÁCIO GARNIER
O Palácio Garnier não é apenas uma casa de ópera. É uma maravilha arquitetónica, repleta de opulência, história e espetáculos de classe mundial.

UM PARAÍSO CULINÁRIO
LYON

Se Paris é o coração de França, Lyon é o seu estômago. Amplamente considerada a capital gastronómica, Lyon é o lugar onde a comida é mais do que sustento. É uma tradição, uma paixão, um modo de vida. Comece com um bouchon clássico, os restaurantes de assinatura de Lyon, onde os pratos substanciais e consagrados pelo tempo são o centro das atenções. Experimente as quenelles, delicados bolinhos de lúcio num molho cremoso, ou o saucisson brioché, uma salsicha rica e amanteigada cozida em brioche.

Os mercados de Lyon são uma festa para os sentidos. O Halles de Lyon Paul Bocuse, que recebeu o nome do lendário chef, é um paraíso para os amantes da gastronomia, oferecendo tudo, desde queijos artesanais aos mais frescos produtos do mar.

Acompanhe a sua refeição com um copo de vinho Côtes du Rhône e, para a sobremesa, delicie-se com a tarte aux pralines, uma tarte de amêndoa em tons de rosa que é tão bonita quanto deliciosa.

Para além da sua gastronomia, a história de Lyon está ligada à seda, ao cinema e ao artesanato. Dê um passeio pelas traboules, passagens escondidas que tecem a arquitetura renascentista da cidade, ou visite La Basilique de Fourvière para vistas de cortar a respiração.



**PASSEAR DE CAIAQUE
NO RIO DORDOGNE**
O rio Dordogne oferece uma das rotas de caiaque mais pitorescas de França, passando por castelos históricos e penhascos de calcário.

UMA AVENTURA ATIVA
DORDOGNE

Para aqueles que procuram aventura fora da cidade, a região de Dordogne é o local perfeito para explorar a natureza, a história e os grandes espaços ao ar livre. O rio Dordogne serpenteia por colinas ondulantes, aldeias medievais e penhascos de calcário. Passear de caiaque nas suas águas calmas proporciona vistas deslumbrantes de castelos antigos, cujas torres se refletem no rio abaixo.

Os ciclistas podem desfrutar de estradas rurais tranquilas, passando por vinhas e bosques de nogueiras, enquanto os praticantes de caminhadas encontrarão caminhos fantásticos no Vale do Vézère, onde se encontram algumas das mais antigas e famosas pinturas rupestres pré-históricas do mundo.

Para uma verdadeira viagem no tempo, visite Rocamadour, uma aldeia espetacular construída na encosta de um penhasco, onde os peregrinos têm vindo há séculos. A Dordogne não é apenas uma aventura, é uma viagem pela história.



ROCAMADOUR
Uma aldeia medieval construída na rocha, Rocamadour tem sido um local de peregrinação durante séculos e continua a ser uma das paisagens mais deslumbrantes de França.

GRUTAS DO VALE DO
VÉZÈRE

O Vale do Vézère é o lar de pinturas rupestres pré-históricas, oferecendo um vislumbre da história humana que remonta a mais de 17.000 anos.



Rumo a melhores negócios

A nossa B-Corp e a viagem

SUSTENTÁVEL
IMPACTO



Na i-team, a sustentabilidade não é apenas uma palavra de ordem, é algo que vivemos e construímos ativamente em conjunto. Nos últimos dois anos, temos estado a trabalhar para nos tornarmos uma B Corporation. Isso significa ir para além do lucro e procurar criar um impacto real e duradouro nas pessoas, no planeta e nas comunidades em que estamos inseridos.

A MESA VERDE: CONSTRUIR A SUSTENTABILIDADE EM CONJUNTO

Para garantir que esta jornada envolve todos, lançámos a Mesa Verde, um pequeno-almoço mensal em que representantes de todos os departamentos se sentam para discutir a sustentabilidade. Juntos, partilhamos conhecimentos, enfrentamos desafios e asseguramos que todas as partes da empresa estão representadas. Do armazém ao marketing, todas as vozes contam. Criámos também um ambiente dedicado às equipas com dois canais: um para colaborar nas questões de auditoria e outro para partilhar ideias e inspiração.

OS CINCO PILARES DA B CORP

Para obter a certificação B Corp, as empresas são avaliadas em cinco áreas-chave:



Governança. Como conduzimos a empresa com transparência, ética e responsabilidade.



Trabalhadores. A forma como cuidamos dos nossos colaboradores, desde salários justos e segurança até ao desenvolvimento e participação.



Comunidade. O nosso papel no mundo em geral: diversidade, inclusão e cadeias de abastecimento responsáveis.



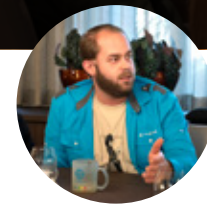
Ambiente. O nosso impacto ambiental e a forma como o reduzimos através de um design mais inteligente, energia verde e pensamento circular.



Clientes. Como servimos os nossos clientes de forma honesta, segura e responsável.

SUSTENTABILIDADE EM AÇÃO

As palavras são muito boas, mas o que realmente conta é o que fazemos. Dois colegas da i-team partilham a forma como contribuem para um futuro mais sustentável no seu trabalho quotidiano:



LEROY | COMPRAS

“Fazer o que está certo também deve fazer sentido”, diz Leroy, que analisou a estratégia de embalagem da i-team. Atualmente, em vez de utilizarmos caixas provenientes da China, utilizamos cartão certificado pelo FSC proveniente dos Países Baixos, 80% reciclado. Ele admite que a troca de materiais levantou algumas questões: “Por vezes, os clientes perguntam porque é que ainda utilizamos caixas impressas. Porém, uma boa embalagem evita danos e o branding faz parte do que somos.” A i-partners recolhe caixas usadas para reciclagem e qualquer caixa que possa ser reutilizada é reutilizada.

Não fica por isso mesmo. O Leroy procura continuamente melhores alternativas, como as nossas novas almofadas de melamina, agora inteiramente fabricadas a partir de materiais BASF na Alemanha, eliminando a necessidade de cola, e um suporte feito de até 80% de plástico PET reciclado. “Por vezes tentamos algo que não funciona”, diz ele, “como uma vedação mais fina que se revelou demasiado frágil. Mas até os testes falhados nos ensinam algo.”



HUUB | GESTOR DE INSTALAÇÕES

O Huub concentra-se em tornar os nossos espaços de trabalho mais ecológicos nos bastidores. “Considero que a minha missão é criar o ambiente mais sustentável possível,” afirma. Os sistemas de aquecimento estão a ser substituídos por bombas híbridas, foram instaladas mais estações de carregamento de veículos elétricos e toda a nova energia provém de fontes verdes locais.

Também implementou torneiras com sensores que poupam água, compra alimentos e bebidas sustentáveis e rastreia toda a utilização de energia e de água através de contadores inteligentes e dados de painéis solares. “Isto ajuda-nos a saber exatamente o que estamos a utilizar e como podemos melhorar,” explica. A separação dos resíduos é outra prioridade: “Já separamos os resíduos, mas há espaço para fazer melhor. Muitas vezes são as pequenas coisas que fazem a diferença.”

O PLANO DE MOBILIDADE ELÉTRICA

A sustentabilidade não pára no escritório. Através do Plano de

"CONSIDERO QUE A MINHA MISSÃO É CRIAR UM AMBIENTE O MAIS SUSTENTÁVEL POSSÍVEL" - HUUB

Mobilidade Elétrica (PEM), os funcionários da i-team podem alugar um carro ou uma bicicleta elétrica a uma taxa favorável. Sem verificação de crédito, sem complicações. Do pessoal do armazém aos designers, mais de metade da i-team Global está agora em movimento. De forma discreta, limpa e com um sorriso. “As escolhas ecológicas devem ser fáceis e divertidas”, afirma Gerald Bartholomeus, que lidera o projeto. “É assim que se consegue uma verdadeira mudança.”

Um passo de cada vez

Tornar-se uma B Corp não significa ser perfeito, mas sim estar a progredir. Trata-se de nos mantermos num padrão mais elevado e de avançarmos, uma decisão de cada vez. Quer se trate de embalagens, transportes, energia ou da forma como tratamos as pessoas, cada mudança que fazemos aproxima-nos do tipo de empresa que queremos ser. Juntos, estamos a construir um futuro melhor.

GUARDIANS OF THE CLEANROOM

The SAFE-T-Family



faster



cleaner



greener



safer



better

Para mais informações sobre a Família SAFE-T,
visite i-teamglobal.com ou escaneie o código QR

