

i-connect

Visiting the Netherlands



No. 1 | May 2022

Nr. 1 | Mai 2022

**Aiming for the
CLEANEST HOSPITAL
with a focus on people**

*Aspirer à être l'hôpital le plus propre
en se concentrant sur les personnes*

Gerard Wollerich

**TASTE
SENSATION
IS THE TREND**
**cleanliness
the essence**

Gerard Wollerich

*Le sens du goût est
la tendance
La propreté est
l'essence*

**CLEANING TRENDS
THE NETHERLANDS**

*Les tendances dans
le secteur de la propreté
aux Pays-Bas*

Co-botic™ 65

My sense of direction
is awesome

Mon sens de la direction est génial

The **Co-botic 65** is an autonomous cleaning machine that'll soon become your favorite colleague. It's capable of automatically navigating complex, real-world environments, adapting its path to any obstacles that it encounters and safely responding to encounters with people or animals.

La **Co-botic 65** est une machine de nettoyage autonome, qui deviendra bientôt votre collègue préférée. Elle est capable de manœuvres complexes des environnements du quotidien en toute autonomie, en adaptant sa trajectoire selon les obstacles et de réagir en toute sécurité face à des personnes ou des animaux.



Co-botic
App

The key feature of the **Co-botic 65** is its smart design to carry an **i-mop Lite** on its back, allowing the operator to exit the vehicle and clean more detailed areas. With two sets of batteries this smooth drive is ready to serve you 24/7. The turning radius of just 2.5 meters makes the device extremely flexible, offering excellent maneuverability.

La spécificité principale de la **Co-botic 65** est l'ingéniosité de sa conception; pour transporter une **i-mop Lite** à l'arrière de la machine, permettant à l'opérateur de quitter son autoportée et d'effectuer le nettoyage des zones difficiles d'accès. Avec ses deux jeux de batteries, cette conduite souple est prête à vous servir 24h/24 et 7 jours/7. Le rayon de braquage de seulement 2,5 mètres rend l'appareil extrêmement flexible et offre une excellente maniabilité.



A smarter way of cleaning. Join the revolution.
Une façon plus ingénieuse de nettoyer.
Rejoignez la révolution.





INTRODUCTION

Introduction

I am a typical product of Dutch upbringing; focused on working together and getting a little better each day. As i-team we are on a mission: change the way you think

about cleaning. Our solutions are packed with cutting edge technology and innovation.

Coming from a densely populated country like the Netherlands, you just know that in the end we'll have to do it together. Because there is a considerable chance you'll meet again someday. So, it pays to invest in each other. The strength of one is also the strength of another.

A perfect example of 'stronger together' is cleaning an airport like Schiphol. In this edition of i-connect you'll find an interesting case study with Chantal van Amerongen. Our focus lies on collaborating with our partners worldwide. The logic behind this: partners will have more power and impact when they can rely on a strong brand. Vice versa, a strong brand gains its momentum when they are backed by strong partnerships. We look upon our network as a global impact ecosystem.

Do you also wish to make an impact and be part of our ecosystem, we would be happy to discuss it with you.

Ben van de Scheur

Managing Director - i-team Professional B.V.
ben@i-teamglobal.com

Je suis un produit typique de l'éducation Dutch; axée sur la collaboration et évoluer quotidiennement. En tant que i-team, nous avons une mission : changer votre façon de penser du nettoyage. Nos solutions sont dotées de technologie de pointes et d'innovations.

Originaire d'un pays densément peuplé tel que les Pays-Bas, on sait qu'au bout du compte, nous devons le faire ensemble. Car il y a de fortes chances que l'on se retrouve un jour. Ainsi, cela paie d'investir les uns dans les autres. La force de l'un c'est aussi la force de l'autre.

Le nettoyage d'un aéroport comme Schiphol est un parfait exemple pour le « plus fort ensemble ». Dans cette édition de i-connect, vous trouverez une étude de cas intéressante avec Chantal van Amerongen. Nos objectifs sont basés sur la collaboration avec nos partenaires dans le monde entier. La logique de cette démarche est la suivante : les partenaires auront plus de puissance et d'impact lorsqu'ils peuvent compter sur une marque forte. Et vice versa, une marque forte prend du dynamisme lorsqu'elle est soutenue par des partenariats solides. Nous considérons notre réseau comme un écosystème d'impact mondial.

Souhaitez-vous également avoir un impact et faire partie de notre écosystème ? Nous serions heureux d'échanger avec vous.



Colophon

i-connect Magazine is published
by i-team Global

Appears: 2 x a year

Circulation: 4.000 copies

Concept & realization: New Brand Activators

Comments: hello@i-teamglobal.com

WOULD YOU LIKE TO RECEIVE
THE NEXT EDITION OF
I-CONNECT MAGAZINE?
JUST SCAN DE QR-CODE

Souhaitez-vous recevoir
la prochaine édition
du magazine i-connect ?
Scannez le QR-code



CONTENTS

Contenu

07 Schiphol Airport 100,000 m² clean in a second
100 000 m² nettoyés en un rien de temps

**10 CLEANING TRENDS
THE NETHERLANDS**
**Tendances dans le nettoyage
aux Pays-Bas**

**12 Taste sensation is the trend,
cleanliness the essence**
Le sens du goût est la tendance, nettoyez l'essence

20 Clean water for all
De l'eau potable pour tous

22 NEWSFLASH EUROPE
Flash infos europe

**26 From Blue to Green. Results of
the i-gathering**
Du bleu au vert. Les aboutissants de la i-gathering

**28 HOW TO APPROACH
A TENDER?**
Comment aborder un appel d'offres?

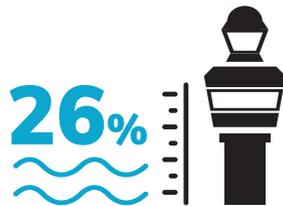
**30 Aiming for the cleanest hospital,
with a focus on people**
Aspirer à être l'hôpital le plus propre,
en se concentrant sur les personnes

4 fun facts about the Netherlands

Country/Pays:
**The Netherlands/
les Pays-Bas**
Area/Surface:
41.543 km²
Inhabitants/Habitants:
17.600.000

4 faits à savoir sur les Pays-Bas

26% of the Netherlands is below sea level.
26% des Pays-Bas se situent en dessous du niveau de la mer.



37.000 km 

There are more than 37,000 km of bicycle paths in the Netherlands.
Il existe pas moins de 37.000km de pistes cyclables aux Pays-Bas.


1.200

The entire city of Amsterdam was built on Stilts with over 1200 bridges.
La ville d'Amsterdam est entièrement construit sur pilotis et compte 1 200 ponts.

The average Dutch person consumes 14.3 kilos of cheese per year.
Les Hollandais consomment en moyenne 14,3kilos de fromage par personne et par an.


14,3 kg

Source/Source:
www.holland.com





CHANTAL VAN AMERONGEN

Commercial Director

Directrice commerciale

Schoonmaakbedrijf G. Riggers & Zn. BV

Chantal has been working at Riggers for over 22 years. Her career in Riggers began in cleaning, while attending her studies. During which time, her father Peter was the company's Financial Director. Over the course of years, the "Riggers Vibe" was well embedded in Chantal, especially having worked in just about all facets of the company. In January 2020, right at the start of the corona pandemic, she accepted the position of Commercial Director.

Chantal travaille chez Riggers depuis plus de 22 ans. Durant ses études, elle a commencé à nettoyer quand son père Peter était encore directeur financier de l'entreprise. Au fil des ans, «l'esprit Riggers» s'est ancré en Chantal, surtout après avoir travaillé dans toutes les branches de l'entreprise. En janvier 2020, juste avant la pandémie de coronavirus, elle a pris la relève en tant que directrice commerciale, et son frère Peter Jr. en tant que directeur financier.



Riggers cleans

100,000

square meters at Schiphol
as part of a consortium

A LOOK INSIDE

Un coup d'œil
à l'intérieur

Riggers nettoie **100.000 m²**
à Schiphol dans le cadre
d'un consortium



cleaner



“Raggers is a medium-sized cleaning company with 375 employees and five branches, two in Uithoorn, one at Schiphol, one in Utrecht and one in Almere. “The involvement is high, we know our people and our customers”, says Chantal. “We work as a team and help each other, the solidarity is enormous. This turned out to be a blessing especially during and post-Covid, while many assignments were lost or at a standstill, such as Schiphol. 80 of our full-timers without work, but bidding farewell to them was not an option to even consider. After all, together we built each other up. Very fortunate at last, as the demand for personnel in our industry has grown tremendously. Projects are offered to companies with the workforce to support it”.

SERVICE CONVENIENCE

Chantal: “As a company, we do not distinguish ourselves in the basic skills, any company can deliver a clean building. Instead, we choose to go the extra mile. Our core value remains in Service Convenience. In addition to high quality, Raggers focuses on convenience, reliability, and personal involvement that builds on long-term relationships. We look beyond the cleaning aspects by delivering quality and direct communication with our customers. Our customers go for a 8+ company.”

A UNIQUE CONSORTIUM

A major client of Raggers is Schiphol. “In a consortium with four companies, we are cleaning the baggage systems, basements, avionic bridges, the hoses to the aircrafts. A total amount equivalent to 100,000 square meters. We also do the glass and facade work at Schiphol. We perform these tasks as one of four cleaning contractors in a consortium, which is a truly unique thing and the pure definition of teamwork. The activities of each party do not interfere with one and another, in fact, we regularly consult with each other.”

TOUGH LOOKS WITH I-TEAM PRODUCTS

To meet the challenges at Schiphol, Raggers uses various solutions from i-team. "It's my ambition to make cleaning exciting and sexy again, that attracts a younger generation of employees. The i-team range of machines is the perfect match for this. I compare i-team to the Apple of cleaning equipment. Take the i-mop for example, it's just a cool thing to work with. It's ideal to use in the food court at Schiphol. You'll have an easy and optimal reach without dealing with mop and dirty bucket water. An i-mop can be used in multiple surfaces of flooring types, runs over the rough floors of the avionic bridges with ease. We also utilize products such as the i-remove, to get rid of chewing gum, paint and other dirt residues." Lastly, we are particularly a fan of the new i-move 2.5B, a battery-operated backpack vacuum. This lightweight yet powerful machine sits like a backpack, allowing the operator to move at ease in small spaces such as plane aisles. We can make the switch from floor cleaning to upholstery, and even those hard-to-reach corners with its interchangeable tools.



i-move 2.5B

« Riggers est une entreprise de nettoyage de taille moyenne qui compte environ 375 employés et cinq succursales, deux à Uithoorn, une à Schiphol, une à Utrecht et une à Almere. L'engagement est important, nous connaissons notre personnel et nos clients », dit Chantal. « Nous travaillons en équipe et nous nous entraisons où que nous soyons, la solidarité est extraordinaire. Cela s'est avéré être une bénédiction surtout pendant et après le Covid, nombreux marchés étaient perdus ou se sont arrêtés, comme Schiphol. Environ 80% de nos salariés à temps plein n'avaient plus d'activités, mais mettre fin à leur contrat n'était pas une option envisageable. Après tout, nous avons beaucoup construit avec ces gens. C'est une chance, car la demande de personnel dans notre industrie est énorme. Celui qui a les gens a le travail. »

COMMODITÉ DE SERVICE

Chantal : « En tant qu'entreprise, nous ne nous distinguons pas dans les compétences de base, chaque entreprise peut livrer un bâtiment propre. Nous avons choisi d'aller plus loin. Notre valeur fondamentale est la commodité de service. En plus d'une grande qualité, nous offrons beaucoup de commodité, de la fiabilité et d'engagement personnel également afin de construire des relations à long terme. Nous allons au-delà du simple prestation de nettoyage avec une excellente et communication directe auprès de nos clients. Nos clients optent donc pour une entreprise 8+. »

UN CONSORTIUM UNIQUE

Schiphol est l'un des principaux client de Riggers. « Dans un consortium avec quatre entreprises, nous nettoyons les systèmes de bagages, les sous-sols, les ponts aériens, les passerelles des avions. Une surface totale équivalente à 100 000 m². De plus, nous effectuons tous les entretiens de la vitrerie et des façades à Schiphol. Nous faisons ces prestations en tant que l'une des quatre entreprises de nettoyage dans un groupement, ce qui est vraiment unique et la pure définition du travail d'équipe. Les activités de chaque partie n'interfèrent pas les unes avec les autres. En effet, nous nous consultons régulièrement avec les autres entreprises.

DESIGN ROBUSTE AVEC LES PRODUITS I-TEAM

Pour relever les défis à Schiphol, Riggers utilise diverses solutions de chez i-team. « J'ai l'ambition de rendre le nettoyage attrayant et sexy à nouveau, qui attire une jeune génération d'employés. La gamme de machines i-team est la solution pour cela. Je compare i-team à l'Apple de l'industrie du nettoyage. Prenez la i-mop par exemple, c'est juste cool de travailler avec. C'est la machine idéale dans la zone de restauration de Schiphol. Vous obtenez un résultat rapide et optimale sans les inconvénients des franges et les seaux/ chariots. Une i-mop peut être utilisé sur de multiples surfaces par types de sols, passe sur les sols rugueux des passerelles aérien avec facilité. Nous utilisons également des produits tels que la i-remove, pour éliminer les chewing-gum, les graffitis et d'autres types de résidus. » Enfin, nous sommes particulièrement fan du nouveau i-move 2.5B, un aspirateur dorsal à batterie. Cette machine légère mais puissante se porte comme un sac à dos, permettant à l'opérateur de se déplacer aisément dans les petits espaces comme les allées d'avion. Nous pouvons passer du nettoyage des sols à celui des tissus d'ameublement, et même les coins difficiles à atteindre grâce à ses outils interchangeable.





RUBEN LIJZENGA

Editor-in-chief Clean Totaal
Rédacteur en chef Clean Totaal

Ruben Lijzenga is editor-in-chief of the leading platform Clean Totaal. This platform publishes news and articles in text and images on a daily basis via the website, social media and e-newsletters. The trade journal is published at least five times a year in a circulation of 4,500 copies for entrepreneurs and senior management in the cleaning industry.

Ruben Lijzenga est rédacteur en chef de la plateforme Clean Totaal. Cette plateforme publie quotidiennement des infos et articles textuels et en images via le site web, les réseaux sociaux et les newsletters. La revue spécialisée est publiée au moins cinq fois par an avec un tirage de 4 500 exemplaires pour les entrepreneurs et les cadres supérieurs du secteur du nettoyage.

CLEANING TRENDS

THE NETHERLANDS

TENDANCES DANS LE NETTOYAGE
PAYS-BAS

SUSTAINABILITY

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Several studies have shown that sustainability is the most important topic for Facility Managers and buyers. That has an effect on the entire chain. Producers are trying to use less plastic, avoid overdosing of detergents and use less water. More attention is also being paid to the ergonomics of the cleaner and the focus is on good employment practices and realistic working standards. Healthy retirement is higher on the agenda than ever before.

Plusieurs études ont montré que le développement durable est le sujet le plus important pour les Facility Managers et les acheteurs. Cela a une influence sur l'ensemble de la chaîne. Les producteurs utilisent moins de plastique, évitent le surdosage de détergents et d'utiliser moins d'eau. Une plus grande attention est également accordée à l'ergonomie de l'utilisateur et l'accent est mis sur les bonnes méthodes d'emploi et des normes de travail réalistes. Partir à la retraite sainement est plus que jamais l'ordre du jour.

In recent years, we have seen a clear trend from manual operations to automated cleaning, with robotisation of operations as the pinnacle. However, developments are not going so fast that the work is subject to major short-term changes. Automation improves efficiency and reduces the physical burden on the cleaner. Robots are now often used for floor cleaning and window cleaning. Because they can only perform relatively monotonous and simple tasks, the short-term impact is limited.

AUTOMATION & ROBOTISATION

AUTOMATISATION & ROBOTISATION

Ces dernières années, nous avons constaté une nette tendance à passer des opérations manuelles au nettoyage automatisé, la robotisation des opérations étant le summum.

Toutefois, les développements ne vont pas si vite que le travail soit soumis à des changements majeurs à court terme. changements majeurs à court terme. L'automatisation améliore l'efficacité et réduit la charge physique de l'utilisateur. Les robots sont souvent utilisés pour le nettoyage des sols et des vitres. Parce qu'ils ne peuvent effectuer que des tâches relativement monotones et élémentaires; l'impact à court terme est limité.



MULTI-SERVICE CONCEPTS

CONCEPT MULTISERVICES

3

More and more cleaning companies perform multiple service activities. For example, cleaning services are supplemented with manual services by means of a handyman, but catering, reception services and security are also increasingly performed. The cleaning company is transforming into a full-service provider within facility management.

De plus en plus d'entreprises de nettoyage réalisent le multiservice. Par exemple, les prestations de nettoyage sont complétées par les services manuels par le biais d'un factotum, mais la restauration, les services d'accueil et la sécurité sont également de plus en plus souvent réalisées. L'entreprise de nettoyage se transforme en un prestataire de services complets dans le cadre du facility management.

The fixed cleaning round is replaced by cleaning based on data. Sensors within buildings show occupancy rates and levels of soiling. This requires cleaners to be well versed in digital technology and offers the client more flexibility. Traditional work programs can be discarded. These will be replaced by flexible cleaning rounds with specific tasks for each shift.

Le plan de nettoyage traditionnel est remplacé par un cycle d'entretiens basés sur des données. Des capteurs installés dans les bâtiments indiquent les taux d'occupation et les niveaux de salissure. Cela exige que les agents aient une bonne connaissance de la technologie numérique et offre au client une plus grande flexibilité. Les programmes de travail à l'ancienne peuvent être mis au rebut. Ils seront remplacés par des tournées de nettoyage flexibles avec des tâches spécifiques pour chaque équipe.



4



IN
CONVER-
SATION
Dans une
conversation

Gerard Wollerich

Gerard Wollerich
Michelin star restaurant Wollerich
Restaurant étoilé au guide Michelin Wollerich - Sint-Oedenrode, NL
wollerich.nl

TASTE SENSATION IS THE TREND, **cleanliness the essence**



faster

LE SENS DU GOÛT EST LA TRENDEANCE,
La propreté est l'essence

In the town of Sint-Oedenrode, restaurant Wollerich creates a city center with star allure. It also provides the Meierij region with a boost in taste and its guests with a real wow! feeling. *Dans la ville de Sint-Oedenrode, le restaurant Wollerich donne au centre ville des allures de star. Il donne également à la région de Meierij un boost gustatif et à ses hôtes un véritable effet wow.*

The 34-year-old family business, member of Alliance Gastronomique and winner of the Golden Chef's Hat, proudly bears the Michelin star, has no less than 17 mentions in the Gault & Millau guide and 46 in Lekker. Anno 2022, taste sensation is the trend, but experience and cleanliness are also of great importance. No wonder, for catering and hygiene always go hand in hand, wherever you are.

L'entreprise familiale qui a 34 ans, membre de l'Alliance Gastronomique et lauréate de la toque d'or, arbore fièrement l'étoile Michelin, ne compte pas moins de 17 mentions dans le guide Gault & Millau et 46 dans Lekker. Anno 2022, la tendance est à la sensation gustative, mais l'expérience et la propreté ont aussi une grande importance. Pas étonnant, car la restauration et l'hygiène vont toujours de pair, où que vous soyez.



IN
CONVER-
SATION
Dans une
conversation

Gerard has been a chef for many decades and has earned his spurs, as evidenced by the many recognitions, mentions

and Michelin stars. "We have many regular guests, also from the town of Nuenen where we originally started our restaurant. I have seen generations grow up, which is awesome. We want to give every guest a wow! experience. For that we have to keep up with trends in food and experience. That means letting go of old traditions, otherwise you'll bleed

**"OUR FLOORS
ARE REALLY CLEAN"**

to death. The current trend is taste, by combining ingredients sweet, sour and salty."

CATERING AND HYGIENE

"Our team consists of 25 people, working in the kitchen, service, cleaning and administration. Our cleaning lady is committed each and every day. Cleanliness is and remains important, because catering and hygiene go hand in hand. When corona broke out, we were the first business to have a disinfectant with the Alliance logo. Thanks to Frank and his i-team. Meanwhile, the i-mop has arrived to help us clean the kitchen floor at the end of the evening. A magnificent device."

APPETIZER
APÉRITIF

BEEF TARTARE

PICCALILLI, PEARL ONIONS AND TRUFFLE

'The tartare is wrapped as a present with a tasteful garnish. The vinaigrette has a wow factor, but is surprisingly simple to make.'

Le tartare est emballé tel un cadeau accompagné de succulentes garniture. La vinaigrette a un effet wow, mais est étonnamment simple à réaliser.



WINE SUGGESTION

Suggestion de vin



Baron de Ley Tres Viñas
Blanco Reserva 2018
Spain / Espagne

TARTARE DE BŒUF, SAUCE PICCALILLY,
OIGNON PERLÉS ET SES TRUFFES



View the recipe
on page 34
Trouver la recette
à la page 34



THE I-MOP

"In kitchen restaurants you usually work with buckets of water and do your scrubbing and mopping with a Spanish mop. The i-mop really is better at cleaning and has proven itself as such. We measured this by running a marker across the floor. Not only is it much cleaner, the i-mop is also much safer.

The machine has a perfect suction, which leaves you with a dry floor, so you can't slip. And it saves you work and time, so you'll need less personnel. From a safety point of view we also use i-mats in our kitchen. You can easily clean these mats with the i-mop. Our floors are really clean. The XXL version of the i-mop has another advantage: the soap is dosed through a capsule, so you can simply apply the right cleaning agent at the right dose. At i-team they really think of everything."

"NOS SOLS SONT VRAIMENT PROPRES"

Gerard est cuisinier depuis plusieurs décennies et a gagné ses galons amplement

mérite, comme en témoignent les nombreuses reconnaissances, mentions et les Étoiles au guide Michelin. « Nous avons des habitués des lieux. Aussi de Nuenen, où nous avons commencé notre restaurant. J'ai vu des générations grandir, c'est incroyable. Nous voulons donner à chaque client une expérience "wow". Pour ce faire, vous devez suivre les tendances ; vous devez moderniser les vieilles traditions sinon on saigne. En ce moment, la tendance est à l'explosion du goût, en combinant les ingrédients sucrés, acidulés et salés.

RESTAURATION ET HYGIÈNE

"Notre équipe est composée de 25 personnes, travaillant dans la cuisine, en salle, le nettoyage et l'administration. Notre agent d'entretien s'engage chaque jour. La propreté est et reste importante, car la restauration et l'hygiène vont de pair. Lorsque le corona est arrivé, nous étions la première entreprise à avoir utilisé le

désinfectant de chez i-team. Merci à Frank et à son équipe. Entre temps, la i-mop est arrivée pour nous aider au nettoyage du sol de la cuisine en fin de service. Un appareil magnifique.

LA I-MOP

"Dans les cuisines des restaurants, vous travaillez normalement avec des seaux d'eau, vous frottez et passez la frange espagnole. La i-mop a prouvé qu'il nettoyait beaucoup mieux. Nous l'avons mesuré après le nettoyage en traçant un marqueur sur le sol. En plus d'être plus propre, il est aussi beaucoup plus sûr. Avec l'aspiration parfaite de la machine, vous avez un sol sec quasi-instantanément, donc vous ne pouvez pas glisser. En outre, elle permet d'économiser le travail et le temps. Pour des raisons de sécurité, nous utilisons également des i-mats dans notre cuisine. Ces tapis sont faciles à nettoyer avec la i-mop. Nos sols sont vraiment propres. La version XXL présente un autre avantage : la présence de la i-dose. Ces dosettes en capsules facilitent la gestion de votre consommation et la manipulation du détergent. Chez i-team, ils pensent vraiment à tout".

MAIN COURSE
PLAT PRINCIPAL

TURBOT

BIMI, CELERIAC CURRY AND NOILLY PRAT

TURBOT, BIMBI, CELERI-RAVE
CURRY ET NOILLY PRAT



'White fish with asparagus and white wine sauce is the seasonal dish, but appearances also count. We've added simple, yet easy to make vegetable leaves.'

Le poisson blanc accompagné d'asperge hollandaise avec sa sauce au vin blanc est le plat de saison, mais la présentation fait parti du concept. C'est pourquoi nous avons ajouté quelque chose de simple et facile à réaliser ; des feuilles de légumes.

WINE SUGGESTION

Suggestion de vin

Cypress Vineyards
Chardonnay 2018
California / Californie



View the recipe on
page 34, 35
Trouvez la recette
dans les pages 34,35

'It is just too early for typical Dutch fruit, so for now we combined more fresh exotic flavors with winter flavors such as chocolate. The different textures make this dessert more exciting.'

Il est un peu trop tôt pour les fruits typiquement hollandais, c'est pourquoi nous travaillons actuellement avec des saveurs exotiques fraîches combinées à des saveurs d'hiver comme le chocolat. Les différentes textures rendent ce dessert encore plus appétissant.

DESSERT

BANANA, PEANUT

DARK CHOCOLATE, PASSION FRUIT

WINE SUGGESTION

Suggestion de vin



Pedro Ximénez Cosecha
Ximénez-Spínola 2019
Spain / Espagne



BANANE, CACHUÈTE, CHOCOLAT
NOIR, FRUIT DE LA PASSION



View the recipe
on page 35
Trouver la recette
dans la page 35

TAKE ME FOR A SPIN AROUND THE FLOOR

FAITES UN TOUR AUTOUR DU SOL AVEC MOI



With the main control knob you can choose the desired settings.
Avec le bouton de commande principale, vous pouvez régler votre paramétrage.



i-dose pods contain a concentrated, eco-friendly cleaning formula for the i-mop.
La i-dose, est le système de dosage « automatique » de la i-mop. Ces capsules contiennent du détergent écologique ultra concentré.



The i-mop Pro has a coating on the scrubber deck that protects the i-mop against salt, chloride and petrol.
La i-mop pro est équipée d'un revêtement anticorrosion sur le capot du moteur pour protéger la machine du sel, chlorure et du pétrole.



Drive support allows an operator to use the i-mop with up to 2.75 kg less weight on the handle.
Le support d'entraînement réduit le poids du timon jusqu'à plus de 2.75kg en moins, ceci facilite et aide l'opérateur lors des on utilisation.



A smarter way of cleaning. Join the revolution.
*Une façon plus ingénieuse de nettoyer.
Rejoignez la révolution.*





CLEAN WATER FOR ALL



SUSTAINABLE
BUSINESS
*L'exploitation
durable*



greener

DE L'EAU POTABLE
POUR TOUS

Machiel van Dooren
Cofounder Made Blue Foundation
machiel.van.dooren@madeblue.org

Access to clean water for all: that is the mission of the Made Blue Foundation. To date, we have generated over 8 billion litres of clean drinking water for roughly 14,000 people in developing countries.

L'accès à l'eau potable pour tous, telle est la mission de la Fondation Made Blue. À ce jour, nous avons produit plus de 8 milliards de litres d'eau potable pour quelque 14 000 personnes dans les pays en développement.

To guarantee clean water for all we are making sure that water that is being saved by products and services here, in return made available in equal amounts as clean drinking water in developing countries: one litre for each litre.

The i-mop is a water saving cleaning machine with an average water use of only 18 litres per day. Made Blue ensures an equal 18 litres of water is made available in developing countries, for each i-mop and for every day in operation.

Direct access to clean water means no longer having to boil polluted surface water over open fire before consumption, which saves lots of firewood and prevents carbon emissions (7,000+ tonnes for one billion litres of water). It also means no longer having to buy 'bagged' or bottled water, keeping massive amounts of plastic waste from the oceans.

Pour garantir de l'eau potable à tous, nous veillons à ce que l'eau économisée grâce aux produits et services soit donné en quantité égale en eau potable dans les pays en développement : un litre pour chaque litre.

La i-mop est une machine de nettoyage à faible consommation d'eau, avec une moyenne de seulement 18 litres d'eau par jour. Made Blue garantit que pour chaque i-mop et chaque jour d'utilisation, 18 litres d'eau seront mis à disposition dans les pays en développement.

L'accès direct à l'eau potable signifie ; ne plus avoir à faire bouillir l'eau en provenance de sources contaminées avant sa consommation. Ceci réduira l'utilisation des charbons de bois et d'éviter les émissions de CO2 (plus de 7 000 tonnes pour 1 milliard de litres d'eau). Aussi, cela ne sera plus nécessaire d'acheter des sachets ou des bouteilles d'eau, ce qui évite que d'énormes quantités de déchets plastiques ne se retrouvent dans les océans.

Would you like to know how many litres of water i-team has donated to developing countries? Just scan the QR code. Souhaitez-vous connaître la quantité d'eau que i-team a donné aux pays en développement ? Scannez ce QR code.



Access to clean water for all: that is the mission of the Made Blue Foundation since its establishment in 2014. We invest in water projects in countries where it is needed most. By now, we have generated over 8 billion litres of clean water in developing countries, with the support of 400+ companies worldwide.

Made Blue Foundation

L'accès à l'eau potable pour tous, telle est la mission de la Fondation Made Blue : une association caritative entrepreneurale fondée en 2014 et enregistrée aux Pays-Bas. Nous investissons dans des projets d'eau potable dans des pays qui ont le plus besoin. Depuis notre création, nous avons déjà généré plus de 8 milliards de litres d'eau potable dans les pays en développement, avec le soutien de plus de 400 entreprises dans le monde.



MADE BLUE

NEWS FLASH EUROPE

FLASH INFO DE L'EUROPE

European Cleaning Journal (ECJ) editor Michelle Marshall brings us a round-up of cleaning sector news from around Europe.

Michelle Marshall, rédactrice en chef de l'European Cleaning Journal nous emmène faire un tour d'horizon des actualités européennes dans le secteur du nettoyage.

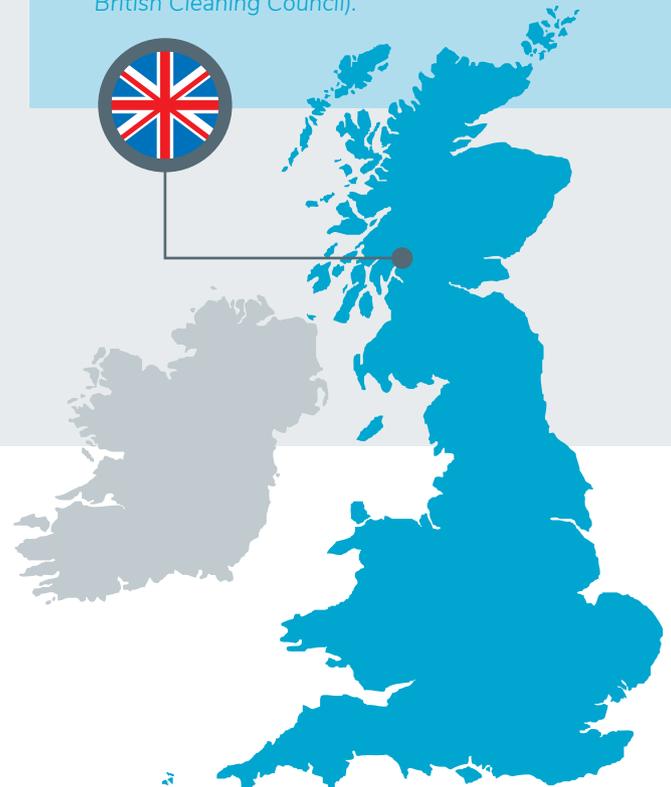
Juan Diez de los Rios, president of EFCI – the umbrella organisation representing the contract cleaning sector across Europe — began the year by looking at the challenges facing the sector in 2022. “We see across Europe the increasing problematic nature of staff shortages, the increasing regulatory pressure and what I like to call ‘dictatorship of price’,” he said. “Despite all this”, he added, “our sector continues to grow across the continent, and the recognition that it has received through the pandemic puts it even more in the spotlight.”

Juan Diez de los Rios, président du EFCI - une organisation faitière représentant le secteur du nettoyage à travers l'Europe - a commencé l'année en se penchant sur les enjeux auxquels le secteur sera confronté en 2022. "Nous constatons dans l'Europe la nature de plus en plus problématique des pénuries de personnel, la pression réglementaire croissante et ce que j'aime appeler la "dictature du prix", a-t-il déclaré. "Malgré tout cela", a-t-il ajouté, "notre secteur continue de se développer à travers le continent, et la reconnaissance qu'il a reçue grâce à la pandémie le met encore plus sous les projecteurs."

United Kingdom Royaume-Uni

The industry's shortage of staff was also the key theme in our latest update from UK correspondent Lynn Webster. Eleven of the largest businesses reported 1,917 vacancies in total; one firm stated that their number of vacancies had increased by 252% in the last six months, another by 267%. The average vacancy rate 7.9% with two firms reporting vacancy rates of 12% or more and one a rate of 16.8%. Another company said there had been 99 resignations in the last six months. (British Cleaning Council survey).

La pénurie du personnel dans le secteur était aussi le thème principal de notre dernière actualité en provenance de notre correspondant britannique, Lynn Webster. Onze des plus grandes entreprises ont signalé un total de 1917 postes vacants, l'une d'entre elles déclarant que le nombre de postes vacants avait augmenté de 252 % sur les six derniers mois, et une autre de 267 % ! Le taux moyen de vacance était de 7,9 %. Deux sociétés faisant état d'une pénurie de 12 % ou plus et une entreprise signalant 16,8 % de postes vacants non pourvus. Une autre entreprise encore a déclaré qu'au cours des six derniers mois 99 personnes ont tout simplement démissionnés (source : enquête du British Cleaning Council).





Norway Norvège

From Norway, we received news of a study suggesting children whose mothers work with cleaning products have a high risk of developing asthma. Our reporter Lotte Printz said the risk increases by as much as 71% if their mothers have been exposed to large amounts of cleaning products and disinfectants in their jobs. Even years before conception.

Une étude norvégienne évoque que les enfants dont les mères travaillent avec des produits de nettoyage ont un risque élevé de développer de l'asthme. Selon notre reporter Lotte Printz, ce risque augmente de 71 % si les mères concernées sont exposées à de grandes quantités de produits d'entretiens et de désinfection dans leur travail. Même des années avant conception.



Now we have moved into spring, the cleaning sector across Europe is keenly anticipating the first live InterClean Amsterdam trade show since 2018 (10 to 15 of May). The first opportunity to get together and catch up on the latest innovations and trends since before the pandemic. We'll bring more news on that in the next edition of i-connect Magazine.

Maintenant que le printemps est là, le secteur du nettoyage attend avec impatience InterClean Amsterdam, le premier salon en présentiel depuis 2018 (du 10 au 15 mai). La première occasion de se réunir et de faire le point sur les dernières innovations et tendances depuis le début de la pandémie. Plus d'informations à ce sujet dans la prochaine édition du magazine i-connect.

The Netherlands

Pays-Bas



John Griep in the Netherlands, meanwhile, has been focusing on autonomous cleaning and asking what role robots have in the modern cleaning industry. When the first robotic scrubber dryer was launched over 15 years ago, robotisation was seen by many as a threat. Would cleaning robots take over the jobs of professional cleaners? In 2022 that fear no longer seems relevant. At least not when it comes to a shortage of jobs, because there are plenty of them. Too many in fact. So what has become clear is that robots can take over the time-consuming and repetitive work of cleaners. This leaves more time for cleaning tasks where manual input is important, such as cleaning contact surfaces and toilets. And the fact machines can perform those more physically demanding tasks helps employees stay fit and healthy for longer.

Aux Pays-Bas, John Griep s'est concentré au nettoyage autonome et à la question de savoir quel rôle les robots joueront dans le secteur du nettoyage moderne. Lorsque la première autolaveuse robotisée a été lancée il y a 15 ans, beaucoup voyaient encore la robotisation comme une menace. Les robots prendraient-ils le relais des agents de nettoyage professionnels ? En 2022, cette crainte ne semble plus pertinente. En tout cas, pas lorsqu'il s'agit d'une pénurie d'emplois, car il y en a suffisamment. Trop, en fait. Il est donc devenu évident que les robots peuvent prendre en charge le travail fastidieux et répétitif des nettoyeurs. Cela laisse plus de temps pour les tâches où la manipulation manuelle est importante, comme le nettoyage des surfaces de contact et des toilettes. La capacité des machines à effectuer ces tâches plus physiquement plus difficile signifie que les travailleurs restent en forme et en bonne santé plus longtemps.

NEWS FLASH EUROPE

FLASH **INFO** DE L'EUROPE





Germany Allemagne

The German contract cleaning association BIV published its latest data at the beginning of the year, highlighting that the sector is the skilled trade employing the largest workforce in the country. There are now 27,545 firms with just under 665,000 employees and a turnover of over €19 billion. Our correspondent Katja Scholz highlighted that no matter how much technology develops and automation becomes possible, ours is still very much a 'people business'.

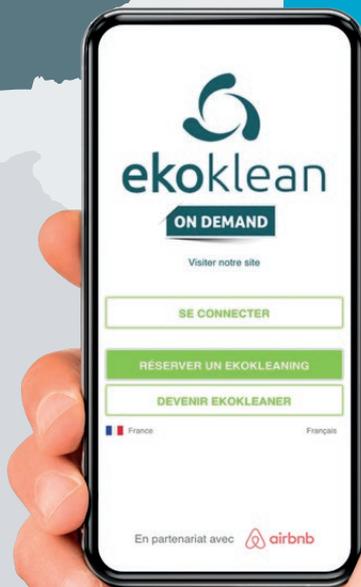
L'association allemande de nettoyage BIV a publié ses données les plus récentes au début de l'année, soulignant que le secteur du nettoyage est l'activité la plus intensive en main-d'œuvre du pays. À l'heure actuelle, l'Allemagne compte 27 545 entreprises qui emploient près de 665 000 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de plus de 19 milliards d'euros. Notre correspondante Katja Scholz a souligné que, quels que soient les développements technologiques et le degré d'automatisation possible, notre secteur sera toujours celui du « service-humain ».



France France

Digitalisation and state-of-the-art technology has also enabled one cleaning company in France to develop a new business model in the post-Covid environment – reported Christian Bouzols. Ekoklean on Demand, an on demand cleaning service working initially with the 700,000 hosts of the country's Airbnb platform. All the customer needs to do is to load the app on their smartphone. The plan is to move into the business-to-business sector.

La digitalisation et les technologies de pointe ont également permis à une société française de développer un nouveau concept commercial d'entre l'environnement post-covid, rapporte Christian Bouzols. Il s'agit d'Ekoklean on Demand, une prestation de nettoyage à la demande qui, dans un premier temps, a travaillé avec les 700 000 hôtes du plateforme Airbnb dans le pays. Il suffit au client de charger l'application sur son smartphone. L'objectif aujourd'hui est de se lancer également dans le secteur de l'interentreprises.



Leen Zevenbergen

Sustainable Development Goals (SDG) ambassador

Ambassadeur des Objectifs de développement durable (ODD)

FROM BLUE TO GREEN

RESULTS OF I-TEAM'S ANNUAL EVENT I-GATHERING



greener

DU BLEU AU VERT

ABOUTISSANTS DEVERT L'ÉVÉNEMENT ANNUEL I-GATHERING DE I-TEAM

The 2021 i-gathering was full of energy. Finally, people could meet again: live!

The spirit that went through the building was phenomenal.

L'édition 2021 de la i-gathering était pleine d'énergie. Enfin, les gens ont pu se réunir à nouveau: en présentiel! L'esprit qui animait le bâtiment était phénoménal.

With the central theme to re-energize, people went from break-out to break-out, to see and experience all the wonders of i-team. I had the honor to be an opening keynote speaker, sharing with all the visitors the sustainability vision and future of i-team Global.

After the opening keynote, everybody went into the many interesting break-outs. One of which was 'From Blue to Green'. People exchanged groups constantly to develop the view of i-team Global on sustainability. A world full of great opportunities, so it seems. Talking about health could help all of us to fight for lower prices all the time.

It was amazing to see the enthusiasm of all the groups to engage in discussions of the opportunities that

Avec pour thème capital, la redynamisation, les gens sont passés d'une salle à l'autre, pour voir et expérimenter toutes les merveilles de chez i-team. J'ai eu l'honneur d'être l'orateur principal de l'ouverture, partageant avec tous les visiteurs la vision du développement durable et l'avenir de i-team Global.

Après l'ouverture, tout le monde a été absorbé par les nombreux travaux de groupes, plus intéressants les uns que les autres. L'un d'entre eux était "Du bleu au vert". Les gens échangeaient constamment des groupes pour développer ensemble la vision de la durabilité chez i-team Global. Il semble que ce soit un monde plein de grandes opportunités. Parler de la santé peut nous aider tous à continuer à lutter pour des prix plus bas en permanence.

“A WORLD FULL
OF GREAT
OPPORTUNITIES”
“UN MONDE RICHE EN OPPORTUNITÉS”

SUSTAINABLE
BUSINESS
*Entreprise
durable*

SCAN THE
QR CODE TO
GET A VIDEO
IMPRESSION
OF THE
I-GATHERING
EVENT 2021

Scannez le QR-code
pour accéder aux
vidéos sur l'évènement
i-Gathering 2021



sustainability offers to the whole i-team Global community. And with that we decided to start a program that will last for many years. From Blue to Green, walking the path towards a sustainable company that will position us as a thought leader in the global market, helping all our partners to distinguish themselves from the competition. Frank asked me to step in and become the sustainability leader of i-team Global which I gladly accepted. Looking forward to meeting all of you again soon!

C'était incroyable de voir l'enthousiasme de tous les groupes écoutés et discutés ensemble des opportunités que le développement durable offre à l'ensemble de la communauté de chez i-team Global.

Et c'est ainsi que nous avons décidé de lancer un programme qui durera de nombreuses années: Du bleu au vert. C'est la voie vers une activité durable qui nous positionne comme un leader d'opinion sur le marché mondial et qui aide tous nos partenaires à se différencier de la concurrence. Frank m'a demandé de me positionner comme le leader du développement durable de i-team Global, ce que j'ai accepté avec plaisir. Je me réjouis de vous revoir tous bientôt!



Ronald Boesjes
 Ambassador i-team
 Global/i-solution
 Ambassadeur i-team
 Global/i-solution
 ronald@i-teamglobal.com



TIP & TRICKS



HOW TO APPROACH A TENDER?

COMMENT ABORDER UN APPEL D'OFFRES?

Based on his 45 years of experience, Ronald usually focuses on the question: How do you win a tender and which issues should you pay attention to in the process from quotation to implementation? A few tips. Fort de ses 45 années d'expérience, Ronald se concentre généralement sur la question suivante : comment gagner un appel d'offres et que devez-vous prendre en compte dans le processus ; de l'offre de prix jusqu'à la mise en oeuvre? Quelques conseils .

Cleaner, stick to your trade

1.

Nettoyant, restez fidèle à votre métier

Make sure that the organization, assignment, and requirements in question suit your own organization and team. Cleaning a football stadium is very different from an office. So ask the customer through open questions for clarity about the assignment and make sure you possess the required certificates. Also see if you have the right colleagues who can get the job done.

Assurez-vous que l'organisation, la mission et les exigences en questions conviennent à votre organisation et à votre équipe. Le nettoyage d'un stade de football est très différent de celui d'un bureau. Posez donc des questions ouvertes au client pour clarifier la mission et assurez-vous que vous possédez les certificats requis. Vérifiez également si vous avez les bons collègues qui peuvent accomplir le travail.



What will it cost? Bid and no-bid

Combien cela va-t-il coûter ?
 Candidature et non-candidature

Before you start preparing a bid proposal, ask yourself what it will cost to make it. Can I ever recoup this amount during the term of the contract? It is best to make a bid-no bid containing relevant questions (about 100 pcs.) before you start making a proposal. If you score below 50%, I advise against participating in the tender.

Voordat je een offerte gaat opstellen, vraag jezelf dan af wat het kost om dit voorstel te maken. Kan ik dit bedrag ooit gedurende de looptijd van het contract terugverdienen? Het beste is om een bid-no bid te maken met diverse vragen (circa 100 stuks) voordat je start met het maken van een voorstel. Scoor je onder de 50%, dan adviseer ik om niet mee te doen met de aanbesteding.

Find out what the purpose of the assignment is. For example, is one not satisfied with the current service provider, is one purely engaged in market exploration or is it something else? Ask your relation this before the start of the tender. This way you immediately have a means to 'be different'.

3. What exactly is the customer looking for?

Quelle est l'attente du client?

Cherchez à savoir quel est le but du contrat. Ne sont-ils pas satisfaits du prestataire actuel, par exemple, S'agit-il d'une simple étude de marché ou sont-ils vraiment à la recherche d'autre chose ? Demander à l'acheteur avant que l'appel d'offres commence. Cela vous donne immédiatement une possibilité « d'être différent ».



4. Team

Always assemble a team with whom you will make the proposal. It includes someone from HR, from calculation, from implementation and a copywriter. Also involve your machine supplier with whom you are going to make a major investment. In practice it may turn out that it is better to calculate more machine hours opposed to working hours. Map out which machines and resources you will be deploying during this stage, to cut costs and leave tedious and repetitive work to the machines.

Constituez toujours une équipe avec laquelle vous monteriez l'offre. En plus des commerciaux, il doit comprendre une personne des RH, d'acompte, de l'exploitation et un rédacteur. Impliquez également le fournisseur avec lequel vous allez faire un investissement important pour les machines. En pratique, il peut s'avérer préférable de calculer plus heures-machine que d'heures de travail. Déterminez les machines et les ressources que vous allez déployer au cours de cette phase, afin réduire les coûts et de confier les tâches monotones et répétitives aux machines.



5. Sustainable and responsible

Durable et responsable

When tendering, consider the Sustainable Development Goals (SDGs) that the UN has drawn up towards 2030. For example, do not use heavy chemicals and reuse plastics. These are not direct requirements, but they do show the customer what your organization's position is in the world.

Lors d'un appel d'offres, tenez compte des objectifs de développement durable (ODD) que l'ONU a définis pour 2030. Par exemple, n'utilisez pas de produits chimiques lourds et recyclez le plastique. Il ne s'agit pas d'exigences directes, mais elles montrent comment votre organisation se positionne dans le monde.

And finally: before you even start working on the above matters, make sure that you have built up a relationship with the customer at least one year before the tender.

Enfin: avant de pratiquer tout ce qui précède, assurez-vous d'avoir établi une relation avec le client en question au moins un an avant l'appel d'offres.

Aiming for the CLEANEST HOSPITAL, with a FOCUS on PEOPLE



safer

Aspirer à ÊTRE L'HÔPITAL LE PLUS PROPRE
en se CONCENTRANT sur les PERSONNES

Second to medical staffs, the cleaner's contribution is essential to a hospital.

So to keep the Máxima MC hygienic and to prevent infections, cleaners deserve the very best tools. Tools like the i-mop. *Après le personnel médical, le personnel d'entretien est essentielle dans un hôpital. Pour maintenir l'hygiène du Máxima MC et prévenir les infections, les nettoyeurs méritent les meilleurs outils. Des machines telles que la i-mop.*

Since January 1, 2017, Lisette van Bree has been working as an operational manager for SenS!, the cleaning company working for Máxima MC. During the last 15 years Lisette has gathered a great deal of knowledge and expertise on hospitals and cleaning. "SenS! operates with a steady team of 200 cleaning employees on two separate locations. This creates a fierce span of control for the 19 MT members. Using extensive protocols and work instructions we are fully committed to being one of the cleanest hospitals in the Netherlands. At the same time Máxima MC wants to be the best regional employer. That's why SenS! pays a lot of attention to the well-being and development of its staff."

Depuis le 1er janvier 2017, Lisette van Bree travaille en tant que directrice des opérations pour SenS!, la société de nettoyage travaillant pour Máxima MC. Au cours des 15 dernières années, Lisette a accumulé beaucoup de connaissances et d'expertise sur les hôpitaux et le nettoyage. "SenS! tourne avec une équipe constant de 200 employés de nettoyage sur deux sites distincts. Les 19 membres de l'équipe de gestion ont donc une grande marge de manœuvre. Grâce à des protocoles et des instructions de travail détaillés, nous nous engageons pleinement à être l'un des hôpitaux les plus propres des Pays-Bas. En même temps, Máxima MC veut être le meilleur employeur régional. C'est pourquoi SenS! accorde beaucoup d'attention au bien-être et au développement de son personnel."

IN
CONVER-
SATION
Dans une
discussion

Lisette van Bree
Máxima MC

Máxima MC: statistics

Máxima MC en chiffre



Employees: 3,000
Employés : 3.000



Specialists: 208
Spécialistes : 208



Specialisms: 24
Spécialités : 24



Visits to the outpatient clinic: 422,360
Visites à l'hôpital de jour : 422.360



Hospitalizations: 24,470
Hospitalisations : 24.470



Nursing days: 128,234
Maternités : 128.234



Beds: 614
Lits : 614



PEOPLE-ORIENTED MISSION

A focus on development, competent and 'together strong': these are the core values of SenS!. The i-mop fits in perfectly. "We used to have a floor team with six people working here daily. Since the rooms were often occupied they couldn't do their floor work.

The i-mop offers mobility, cleaners can clean the floor when it suits the patient and the caregiver. Today 'mopping completely' is i-mop. It really is much cleaner, safer and more water and cost effective.

Nowadays two employees from the floor team are able to respond well to a high patient turnover per bed and all rooms get their turn."

APPRECIATION FOR CRAFTSMANSHIP

"Marinka Trimbos (back office manager SenS!) has been 'awarded' for the i-mop. She took care of the implementation, analyzed the floor process according to the LEAN method from the customer's perspective and looked at costs, bottlenecks, efficiency and convenience. The i-mop turns out to be a much smoother floor maintenance process on all fronts. Marinka organizes introduction days at i-team, where cleaners are being welcomed by their chef and colleagues of i-team. Outings that are experienced as a token of appreciation for the craftsmanship of our cleaners."

UNE MISSION AXÉE SUR LES PERSONNES

Baser sur le développement, la compétence et être "fort ensemble" : telles sont les valeurs fondamentales de SenS ! La i-mop s'adapte parfaitement. « Habituellement, nous avons une équipe de six nettoyeurs qui travaillaient ici quotidiennement. Comme les chambres étaient souvent occupées, ils ne pouvaient pas faire leur entretiens .La i-mop offre la mobilité, les nettoyeurs peuvent nettoyer le sol quand cela convient au patient et au soignant. Aujourd'hui, la i-mop est la "laveuse complète". C'est vraiment beaucoup plus propre, plus sûr et plus économique en eau et en rentabilité. Actuellement, deux employés de l'équipe d'entretien sont en mesure de bien répondre à un taux de rotation élevé des patients par lit et toutes les chambres ont leur tour."

APPRECIATION DE LA DEXTÉRITÉ

"Marinka Trimbos (responsable du back-office de SenS !) a été "récompensée" pour la i-mop. Elle s'est occupée de la mise en place, a analysé le processus d'entretien des sols selon la méthode LEAN du point de vue du client et a étudié les coûts, les blocages, l'efficacité et la commodité. La i-mop s'est avérée être un processus d'entretien des sols beaucoup plus fluide sur tous les plans. Marinka organise des journées d'introduction chez i-team, où les nettoyeurs sont accueillis par leur chefs et leurs collègues de chez i-team. Des présentations qui sont vécues comme une marque d'appréciation pour le savoir-faire de nos nettoyeurs."



Check out the i-mop on page 19
Découvrez la i-mop à la page 19

Máxima MC is a renowned clinical hospital in the Dutch Brainport region, with two branches: one in the heart of Eindhoven, the other one on the border of Veldhoven and Eindhoven. Our (care) professionals contribute daily to making and keeping people healthier, with a focus on patients and their families. Here the best clinical care goes hand in hand with recognisability and cordiality. Through research, training and innovation we are raising our care to an ever higher level. We join forces in the care of patients in the field of birth care, cancer treatment and rehabilitation for the chronically ill. Máxima MC is a member of mProve, an innovative network consisting of seven ambitious hospitals that work together every day to achieve noticeably better care.

About Máxima MC

À propos de Máxima MC



Máxima MC est un hôpital clinique renommé dans la région néerlandaise de Brainport, avec deux établissements : l'un au cœur d'Eindhoven, l'autre à la frontière de Veldhoven et Eindhoven. Nos professionnels (soignants) contribuent quotidiennement à rendre et à maintenir les gens en meilleure santé, en privilégiant les patients et leurs familles. Ici, les meilleurs soins cliniques vont de pair avec la reconnaissance et la cordialité. Au travers de la recherche, de la formation et de l'innovation, nous portons nos soins à un niveau toujours plus élevé. Nous unissons nos forces dans la prise en charge des patients dans le domaine de maternité, du traitement du cancer et de la réhabilitation des malades chroniques. Máxima MC est membre de mProve, un réseau innovant composé de sept hôpitaux ambitieux qui travaillent ensemble chaque jour pour procurer de meilleurs soins.



BEEF TARTARE, PICCALILLI, PEARL ONIONS AND TRUFFLE

TARTARE DE BŒUF, SAUCE PICCALILLY,
OIGNON PERLÉS ET SES TRUFFES

For 4 servings — preparation: 40 min.
Pour 4 personnes— Préparation 40 min.



By scanning the QR code you'll
get a detailed recipe

En scannant le code QR, vous
accéderez à la recette détaillée

SILVER ONION CREAM:

Boil for 3 minutes 300 grams of pearl onions with fluid with 4 grams of agar. Allow to cool down and harden. Blend this with a tablespoon of mayonnaise to a smooth cream.

PICCALILLI MOUSSE:

Blend 1 jar of piccalilli with a spoonful of mayonnaise and a good splash of vinegar. Sieve and mix 500 grams of the piccalilli mousse with 8 grams of soaked powdered gelatine.

TRUFFLE VINAIGRETTE:

Mix 20 grams of truffle oil with a little black food colouring agent. Allow it to separate with a small splash of water. Add buttermilk cream until the desired marbling.

TARTARE:

Cut 120 grams of beef into cubes and season with a chopped shallot, oil, tabasco, pepper and salt. Lay 2 slices of dried wagyu about 5 cm wide across each other. Place the tartare in the middle and fold into a square package.

PRESENTATION:

Dress with the truffle vinaigrette. Top the tartare with the piccalilli mousse and pearl onion cream. Finish with mustard seed, sweet-and-sour radish, various herbs and flowers.

CRÈME D'OIGNON ARGENTÉ :

Faire bouillir pendant 3 minutes 300 gr d'oignons perlés avec du liquide avec 4 gr d'agar. Laissez refroidir et durcir. Mélangez le tout avec une cuillère à soupe de mayonnaise pour obtenir une crème lisse.

MOUSSE DE PICCALILLI :

Mélangez 1 pot de piccalilli avec une cuillerée de mayonnaise et un bon coup de vinaigre. Tamisez et mélangez 500 gr de la mousse de piccalilli avec 8 gr de gélatine en poudre trempée.

VINAIGRETTE À LA TRUFFE :

Mélangez 20 gr d'huile de truffe avec un peu de colorant alimentaire noir. Laissez-le se séparer avec une petite giclée d'eau. Ajouter la crème de babeurre jusqu'à obtention du marbrage souhaité.

TARTARE :

Coupez 120 gr de bœuf en cubes et assaisonnez-les avec une échalote hachée, de l'huile, du tabasco, du poivre et du sel. Disposer 2 tranches de wagyu séché d'environ 5 cm de large l'une en face de l'autre. Placez le tartare au milieu et pliez-le en un paquet carré.

PRESENTATION :

Assaisonnez avec la vinaigrette aux truffes. Garnir le tartare avec la mousse de piccalilli et la crème d'oignons perlés. Saupoudrer avec des graines de moutarde, du radis aigre-doux, des herbes et des fleurs diverses.



BIMI PUREE:

Prepare 300 ml of broth with lemongrass, laos and red pepper. Reduce to 1 dl. Blanch the bimi (Japanese broccoli) and smooth with the reduced broth.

CELERIAC CURRY PASTE:

Turn the cooked celeriac into a puree. Add butter, cream and green curry to taste.

BIMI AND CELERIAC CURRY LEAVES:

Mix 100 grams of the puree with ½ egg and 15 grams of flour. Bake for 6 minutes in a silicone mould at 125 °C.

NOILLY PRAT SAUCE:

Cook 20 grams chopped shallot, 100 ml gastric, 100 ml Noilly Prat, 100 ml cream and ½ bay leaf. Reduce to a third. Mount the sauce with cold butter and whisk it with whipped cream.

PRESENTATION:

Serve the cooked asparagus with a piece of fried turbot on a Noilly Prat sauce. Dress with the bimi and celeriac curry leaves.

TURBOT, BIMI, CELERIAC CURRY AND NOILLY PRAT

TURBOT, BIMI, CELERI-RAVE CURRY ET NOILLY PRAT

For 4 servings — preparation: 120 min.
Pour 4 personnes— Préparation 120 min.

By scanning the QR code you'll get a detailed recipe

En scannant le code QR, vous accédez à la recette détaillée

PUREE DE BIMI :

Préparer 300 ml de bouillon avec de la citronnelle, du laos et du poivre rouge. Réduire à 1 dl. Blanchir le bimi (brocoli japonais) et le lisser avec le bouillon réduit.

PÂTE DE CURRY DE CÉLERI-RAVE :

Réduisez le céleri-rave cuit en purée. Ajoutez le beurre, la crème et le curry vert selon votre goût.

BIMI ET FEUILLES DE CURRY DE CÉLERI :

Mélanger 100 grammes de la purée avec ½ œuf et 15 grammes de farine. Faites cuire pendant 6 minutes dans un moule en silicone à 125 °C.

SAUCE NOILLY PRAT :

Faire cuire 20 grammes d'échalote hachée, 100 ml de gastrique, 100 ml de Noilly Prat, 100 ml de crème et ½ feuille de laurier. Réduire d'un tiers. Monter la sauce avec du beurre froid et la fouetter avec de la crème fouettée.

PRESENTATION :

Servir les asperges cuites avec un morceau de turbot frit sur une sauce Noilly Prat. Assaisonnez avec le bimi et les feuilles de curry du céleri.



BANANA, PEANUT, DARK CHOCOLATE, PASSION FRUIT

BANANE, CACAHUËTE, CHOCOLAT NOIR, FRUIT DE LA PASSION

For 4 servings — preparation: 240 min.
Pour 4 personnes— Préparation 240 min.

By scanning the QR code you'll get a detailed recipe

En scannant le code QR, vous accédez à la recette détaillée

PEANUT CREMEUX:

Bring 70 grams of cream, 30 grams of milk and 50 grams of peanut butter to the boil. Add 2 grams of soaked gelatine. Dissolve 125 grams of white chocolate in it. Add 50 grams of chopped peanuts and 125 grams of mascarpone. Pour into a rectangular mould and leave to freeze.

PASSION FRUIT CREMEUX:

Mix 150 grams of mango coulis and 185 grams of passion fruit coulis, 240 grams of eggs and 150 grams of sugar in a thermoblender until 80 °C. Add 6 grams of gelatine, 160 grams of butter and 250 grams of mascarpone. Pour into a doughnut mould and leave to freeze.

PASSION FRUIT GEL:

Boil 200 grams of passion fruit coulis and 100 grams of mango coulis. Add 4 grams of agar and boil for 3 minutes. Pour into a tray and leave to set. Blend into a gel.

PASSION FRUIT CRISP:

Boil up 10 grams of glucose, 170 grams of passion fruit coulis, 50 grams of isomalt sugar and 15 grams of potato starch while stirring. Allow to cool down and spread on a rectangular mould. Bake for 12 minutes at 150 °C. Roll it warm over a metal tube.

PRESENTATION:

Place the peanut cremeux and passion fruit cremeux on the plate. Place the passion fruit crisp on the peanut cremeux. Decorate with passion fruit gel, dark chocolate mousse and banana ice cream.

CREMEUX DE CACAHUËTES :

Porter à ébullition 70 gr de crème, 30 gr de lait et 50 gr de beurre de cacahuètes. Ajouter 2 gr de gélatine trempée. Faites-y dissoudre 125 gr de chocolat blanc. Ajouter 50 gr de cacahuètes hachées et 125 gr de mascarpone. Verser dans une moule rectangulaire et laisser congeler.

LE CRÉMEUX AU FRUIT DE LA PASSION :

Mélanger 150 gr de coulis de mangue et 185 gr de coulis de fruits de la passion, 240 gr d'œufs et 150 gr de sucre dans un thermoblender jusqu'à 80 °C. Ajouter 6 gr de gélatine, 160 grammes de beurre et 250 gr de mascarpone. Verser dans un moule à beignets et laisser congeler.

GEL AU FRUIT DE LA PASSION :

Faites bouillir 200 gr de coulis de fruits de la passion et 100 gr de coulis de mangue. Ajouter 4 gr d'agar-agar et faire bouillir pendant 3 minutes. Verser dans un plateau et laisser prendre. Mixer pour obtenir une gelée.

CRUSTILLANT AUX FRUITS DE LA PASSION :

Faire bouillir 10 gr de glucose, 170 gr de coulis de fruits de la passion, 50 gr de sucre isomalt et 15 gr de fécule de pomme de terre tout en remuant. Laissez refroidir et étalez sur un moule rectangulaire. Faites cuire au four pendant 12 minutes à 150 °C. Roulez-la chaude sur un tube métallique.

PRESENTATION :

Placez le crémeux de cacahuètes et le crémeux de fruits de la passion sur l'assiette. Placez le croustillant aux fruits de la passion sur le crémeux aux cacahuètes. Décorer avec le gel au fruit de la passion, la mousse au chocolat noir et la banane.

Co-botic™ 1700

Just tell me what to do

Programmez-moi



The Co-botic 1700 can be programmed to vacuum spaces as precise and efficient as possible. With the i-team professional app, you can divide the room in several zones and view day to day information. It's also possible to create virtual boundaries to setup your device as precise as possible. No time for that? The Co-botic 1700 can also program itself to perform the most efficient cleaning job.

Le Co-botic 1700 peut être programmé pour aspirer les espaces de manière aussi précise et efficace que possible. Avec l'application i-team professional, vous pouvez diviser la pièce en plusieurs zones et consulter les informations au jour le jour. Il est également possible de créer des délimitations virtuelles pour paramétrer votre appareil de la manière la plus précise possible. Pas le temps pour ça ? Le Co-botic 1700 peut également se programmer lui-même pour effectuer un travail de nettoyage bien efficace.



A smarter way of cleaning. Join the revolution.
*Une façon plus ingénieuse de nettoyer.
Rejoignez la révolution.*

