

# i-connect

Visiting the Netherlands



No. 1 | May 2022  
N. 1 | Maggio 2022

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

*Il nostro obiettivo è ottenere l'ospedale più pulito di tutti con un focus sulle persone*

Gerard Wollerich

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

*Gerard Wollerich*

*La sensazione del  
gusto è un trend  
La pulizia è l'essenza*

**CLEANING TRENDS  
THE NETHERLANDS**

*Trend di pulizia nei  
Paesi Bassi*

# Co-botic™ 65

My sense of direction  
is awesome

*Il mio senso della direzione è straordinario*

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.

**Co-botic 65** è un dispositivo di pulizia automatico che diventerà presto il tuo collega preferito. Capace di orientarsi autonomamente in ambienti complessi del mondo reale, adatta il suo percorso a qualsiasi ostacolo che incontra e reagisce in modo sicuro in presenza di persone o animali.



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 funzionalità principale di **Co-botic 65** è il design smart che gli permette di portare un **i-mop Lite** sul retro, consentendo all'operatore di scendere dal veicolo e pulire aree più dettagliate. Con due serie di batterie, il veicolo è al tuo servizio 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Il raggio di virata di soli 2,5 metri fa sì che il dispositivo sia estremamente flessibile, con una manovrabilità eccellente.*



A smarter way of cleaning. Join the revolution.  
Un modo più intelligente di pulire.  
Unisciti alla rivoluzione.





# INTRODUCTION

## Prefazione

---

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

*Sono un tipico olandese, orientato al lavoro in team e al miglioramento costante ogni giorno. Noi di i-team abbiamo una missione: cambiare il vostro modo di vedere la pulizia. Le nostre soluzioni fanno rima con tecnologia all'avanguardia e innovazione.*

*Venendo da un Paese densamente popolato come i Paesi Bassi, è chiaro che dobbiamo agire assieme perché c'è una forte probabilità che ci rincontreremo in futuro. Per questo conviene investire gli uni negli altri: la forza di uno è la forza dell'altro.*

*Un perfetto esempio del detto "l'unione fa la forza" è la pulizia di un aeroporto come quello di Schiphol. In questa edizione di i-connect troverai un approfondimento interessante di Chantal van Amerongen. Il nostro obiettivo è collaborare con partner in tutto il mondo. La logica vuole infatti che i partner abbiano maggiore potere e impatto quando possono fare affidamento su un brand forte. Viceversa, un brand forte ottiene un nuovo slancio quando è supportato da solide collaborazioni. Consideriamo la nostra rete un ecosistema a impatto globale.*

*Se vuoi avere un impatto anche tu ed entrare a far parte del nostro ecosistema, saremo lieti di discuterne con te.*



# 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**

Vuoi ricevere la prossima  
edizione di i-connect  
magazine?

**Scansiona il codice QR**



# CONTENTS

## Indice

### 07 Schiphol Airport 100,000 m<sup>2</sup> clean in a second

I 100.000 m<sup>2</sup> dell'aeroporto Schiphol puliti in  
un secondo

### 10 CLEANING TRENDS THE NETHERLANDS Trend di pulizia nei Paesi Bassi

### 12 Taste sensation is the trend, cleanliness the essence

La sensazione del gusto è un trend,  
la pulizia è l'essenza

### 20 Clean water for all

Acqua pulita per tutti

### 22 NEWSFLASH EUROPE News flash Europa

### 26 From Blue to Green. Results of the i-gathering

Da blu a verde. Risultati dell'i-gathering

### 28 HOW TO APPROACH A TENDER? Come affrontare una gara d'appalto?

### 30 Aiming for the cleanest hospital, with a focus on people

Il nostro obiettivo è ottenere l'ospedale più pulito  
di tutti, con un focus sulle persone

# 4 fun facts about the Netherlands

Country/Paese:

**The Netherlands/**

**Paesi Bassi**

Area/Area:

**41.543 km<sup>2</sup>**

Inhabitants/Abitanti:

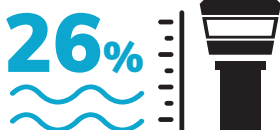
**17.600.000**

## 4 curiosità sui Paesi Bassi

**26% of the Netherlands is below sea level.**

*Il 26% dei Paesi Bassi è sotto il livello del mare.*

**26%**



**37.000 km**



**There are more than 37,000 km of bicycle paths in the Netherlands.**

*Ci sono oltre 37.000 km di piste ciclabili nei Paesi Bassi.*

**1.200**



**The entire city of Amsterdam was built on Stilts with over 1200 bridges.**

*L'intera città di Amsterdam è stata costruita su palafitte con oltre 1200 ponti.*

**The average Dutch person consumes 14.3 kilos of cheese per year.**

*L'olandese medio consuma 14,3 kg di formaggio all'anno.*



**14,3 kg**

Source/Fonte:

[www.holland.com](http://www.holland.com)





## CHANTAL VAN AMERONGEN

**Commercial Director**

Direttrice commerciale

Schoonmaakbedrijf G. Raggars & Zn. BV

Chantal has been working at Raggars for over 22 years. Her career in Raggars 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 "Raggars 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 lavora presso Raggars da oltre 22 anni. La sua carriera da Raggars è iniziata con le pulizie, mentre studiava ancora. All'epoca, suo padre Peter era il direttore finanziario della società. Nel corso degli anni Chantal ha fatto suo lo spirito di Raggars, lavorando in tutti i dipartimenti della società. A gennaio 2020, proprio all'inizio della pandemia di Covid, ha accettato la posizione di direttrice commerciale.

Raggars cleans

# 100,000

square meters at Schiphol as part of a consortium



## A LOOK INSIDE

Uno sguardo da insider

Raggars pulisce i **100.000 m<sup>2</sup>** di Schiphol nell'ambito di un consorzio



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

“Raggers è un’impresa di pulizie di medie dimensioni con 375 dipendenti e 5 filiali, due a Uithoorn, una a Schiphol, una a Utrecht e una ad Almere. Il livello di partecipazione è alto, conosciamo il nostro personale e i nostri clienti”, racconta Chantal. “Lavoriamo in team e ci aiutiamo tra di noi, la solidarietà è enorme. Questa modalità si è rivelata vincente specialmente durante e dopo il Covid, quando molti incarichi sono andati persi o sospesi, come Schiphol. Ottanta dei nostri lavoratori a tempo pieno erano senza lavoro, ma non abbiamo mai considerato la possibilità di lasciarli a casa. Dopo tutto, siamo cresciuti assieme. Fortunatamente alla fine la richiesta di personale nel nostro settore è cresciuta enormemente. I progetti vengono offerti alle imprese che hanno la forza lavoro necessaria per sostenerli.”

### CONVENIENZA DEL SERVIZIO

Chantal: “La forza della nostra impresa non è nelle competenze di base. Qualsiasi società può pulire un edificio. Noi vogliamo andare oltre. Il nostro valore principale rimane la convenienza del servizio. Oltre all’alta qualità, Raggers è incentrata sulla convenienza, affidabilità e coinvolgimento personale che costruisce relazioni a lungo termine. Andiamo oltre fornendo qualità e comunicazione con i nostri clienti. I nostri clienti scelgono un’impresa a 5 stelle.”

### UN CONSORZIO UNICO

Il cliente principale di Raggers è Schiphol. “Facciamo parte di un consorzio di quattro imprese e ci occupiamo della pulizia del sistema dei bagagli, degli scantinati, dei ponti avionici, dei tubi di collegamento. Il tutto per un totale di 100.000 m2. Ci occupiamo anche delle vetrate e delle facciate. Svolgiamo questi incarichi come uno dei quattro appaltatori del consorzio, un vero e proprio lavoro di squadra. Le attività di ogni impresa non interferiscono con quelle delle altre e, al contrario, ci consultiamo regolarmente.”

### LOOK ALL’AVANGUARDIA CON I PRODOTTI I-TEAM

Per la pulizia dell’aeroporto di Schiphol, noi di Raggers utilizziamo varie soluzioni di i-team. “Voglio rendere di nuovo la pulizia entusiasmante e attraente, per attirare nuove generazioni. La gamma di dispositivi i-team è l’ideale. I-team è la Apple dei dispositivi di pulizia. Prendiamo i-mop: è uno strumento mitico. Ideale da utilizzare nelle food court a Schiphol, ha una portata ottimale ed è estremamente comodo perché evita di doversi destreggiare tra mocio e secchio. I-mop può essere utilizzato su diversi pavimenti e scivola facilmente sulle superfici ruvide dei ponti aeroportuali. Utilizziamo anche prodotti come i-remove, per eliminare chewing-gum, pittura e altri residui di sporco.” Infine, siamo fan del nuovo i-move 2.5B, uno zaino aspirapolvere a batterie: leggero ma potentissimo, consente all’operatore di muoversi facilmente in piccoli spazi come i corridoi degli aerei. Permette inoltre di passare dalla pulizia dei pavimenti ai rivestimenti e di raggiungere anche gli angoli più remoti grazie agli accessori interscambiabili.





## RUBEN LIJZENGA

**Editor-in-chief Clean Totaal**  
Caporedattore 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 è il caporedattore della piattaforma Clean Totaal, che pubblica quotidianamente notizie e articoli con testi e immagini attraverso il suo sito web, social media e newsletter. Questa importante rivista di settore viene pubblicata almeno cinque volte all'anno con una tiratura di 4500 copie, destinate a imprenditori e manager del settore delle pulizie.*

# CLEANING TRENDS

## THE NETHERLANDS

**TREND** DI PULIZIA  
NEI PAESI BASSI

## SUSTAINABILITY

SOSTENIBILITÀ

**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.**

*Diversi studi hanno dimostrato che la sostenibilità è il tema più importante per i responsabili delle strutture e gli acquirenti. Questo ha un effetto sull'intera catena. I produttori cercano di utilizzare meno plastica, evitano di impiegare troppi detersivi e adoperano meno acqua. Viene anche prestata maggiore attenzione all'ergonomia dell'operatore con l'obiettivo di instaurare buone pratiche occupazionali e standard di lavoro realistici. Un pensionamento in buona salute è sempre più una nostra priorità.*

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

### AUTOMAZIONE & ROBOTIZZAZIONE

Negli ultimi anni abbiamo osservato un chiaro passaggio dalle operazioni manuali alla pulizia automatizzata, culminante nella robotizzazione. Tuttavia, lo sviluppo non è abbastanza rapido per stare al passo con i cambiamenti a breve termine. L'automazione migliora l'efficienza e riduce le sollecitazioni fisiche a carico dell'operatore. Oggi i robot sono utilizzati spesso per la pulizia di pavimenti e vetri. Tuttavia possono solo svolgere compiti relativamente monotoni e semplici e pertanto l'impatto a breve termine è limitato.



## MULTI-SERVICE CONCEPTS

### CONCEPT MULTI SERVIZI

# 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.

Sempre più imprese di pulizia svolgono servizi diversi, occupandosi ad esempio di servizi manuali come fornire tuttotfare ma anche, sempre più spesso, servizi di ristorazione, reception e sicurezza. L'impresa di pulizia si sta trasformando in un fornitore completo di servizi all'interno della gestione della struttura.

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.

I turni di pulizia fissi sono stati sostituiti da turni di pulizia basati sui dati. I sensori all'interno degli edifici mostrano i tassi di occupazione e i livelli di sporco. Questo richiede agli operatori una padronanza della tecnologia digitale e offre ai clienti maggiore flessibilità. I programmi di lavoro tradizionali sono stati abbandonati a favore di pulizia flessibili con incarichi specifici per ciascun turno.



# 4



IN  
CONVER-  
SATION  
Due parole con  
l'esperto

*Gerard Wollerich*

Gerard Wollerich  
Michelin star restaurant Wollerich  
Ristorante stellato Michelin Wollerich - Sint-Oedenrode, NL  
[wollerich.nl](http://wollerich.nl)

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



faster

LA SENSAZIONE DEL GUSTO È UN TREND,  
**la pulizia è l'essenza**

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. Nella città di Sint-Oedenrode, il ristorante Wollerich fa risplendere il centro con la sua stella, offrendo alla regione di Meierij un'esplosione di sapori e ai suoi commensali un'esperienza straordinaria.

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.

Da 34 anni a conduzione familiare, membro dell'Alliance Gastronomique, vincitore del Golden Chef's Hat, è stato insignito con una stella Michelin e ha almeno 17 menzioni nella guida Gault & Millau e 46 in Lekker. Nel 2022, la sensazione del gusto è un trend, ma l'esperienza e la pulizia ricoprono un ruolo fondamentale. Ristorazione e igiene vanno a braccetto, da sempre.



IN  
CONVER-  
SATION  
*Due parole con  
l'esperto*

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  
ANTIPASTO

# 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.'

"La tartare è impacchettata come un regalo in un delizioso contorno. La vinaigrette è una sorpresa unica, ma è incredibilmente facile da realizzare."

### WINE SUGGESTION

Vino consigliato



Baron de Ley Tres Viñas  
Blanco Reserva 2018  
Spain / Spagna



TARTARE DI MANZO CON SOTTACETI,  
CIPOLLINE E TARTUFO



View the recipe  
on page 34  
Vedi la ricetta  
a pagina 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."

## "I NOSTRI PAVIMENTI SONO VERAMENTE PULITI"

Gerard è chef è da tanti anni e ha ricevuto moltissimi riconoscimenti,

menzioni e stelle Michelin. "Abbiamo molti ospiti abituali, anche da Nuenen dove abbiamo aperto originariamente. Ho visto crescere intere generazioni. Desideriamo offrire ai nostri ospiti un'esperienza mozzafiato. Per questo vogliamo essere al passo con i trend della ristorazione e del settore, lasciando indietro le vecchie tradizioni. Il trend attuale è il gusto, combinando ingredienti dolci, aspri e salati."

### RISTORAZIONE E IGIENE

"Il nostro team è composto da 25 persone che lavorano in cucina, in sala, nelle pulizie e in amministrazione. La signora delle pulizie viene ad aiutarci ogni giorno. La pulizia è fondamentale, perché ristorazione e igiene vanno a braccetto. Quando è scoppiato il Covid, siamo stati i primi ad avere un disinfettante con il logo Alliance grazie a Frank e a i-team. Poi è arrivato i-mop: una vera rivoluzione."

### I-MOP

"Nei ristoranti lavoravamo con secchi d'acqua e una lavapavimenti spagnola. I-mop si è dimostrato di gran lunga superiore. Non solo i pavimenti sono molto più puliti, i-mop è molto più sicuro. L'aspirazione è perfetta e lascia il pavimento completamente asciutto per non scivolare. Risparmiamo anche tempo e lavoro, e quindi personale. Dal punto di vista della sicurezza utilizziamo anche i-mat in cucina, facilmente pulibile con i-mop. I nostri pavimenti sono veramente puliti. La versione XXL di i-mop ha un altro vantaggio: il detersivo viene erogato da una capsula, per un dosaggio sempre corretto. Quelli di i-team pensano davvero a tutto."



MAIN COURSE  
PIATTO PRINCIPALE

# TURBOT

## BIMI, CELERIAC CURRY AND NOILLY PRAT

ROMBO, BIMI, CURRY DI SEDANO  
RAPA E 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.'

*"Il pesce bianco con gli asparagi e una salsa al vino bianco è un piatto stagionale ma anche l'occhio vuole la sua parte. Abbiamo aggiunto alcune foglie semplicissime da realizzare."*

### WINE SUGGESTION

Vino consigliato

Cypress Vineyards  
Chardonnay 2018  
California / California



View the recipe  
on page 34, 35  
Vedi la ricetta a  
pagina 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.'

“È ancora troppo presto per i frutti tipici olandesi, per questo abbiamo abbinato i sapori esotici più freschi con i sapori invernali come il cioccolato. Le diverse texture rendono questo dessert ancora più interessante.”

DESSERT

# BANANA, PEANUT

## DARK CHOCOLATE, PASSION FRUIT

### WINE SUGGESTION

Vino consigliato



Pedro Ximénez Cosecha  
Ximénez-Spínola 2019  
Spain / Spagna



BANANA, ARACHIDI, CIOCCOLATO  
FONDENTE E FRUTTO DELLA PASSIONE



View the recipe  
on page 35  
Vedi la ricetta a  
pagina 35

# TAKE ME FOR A SPIN AROUND THE FLOOR

FAI UN GIRO SUL PAVIMENTO



With the main control knob you can choose the desired settings.  
*Con la manopola di controllo principale puoi scegliere le impostazioni desiderate.*



i-dose pods contain a concentrated, eco-friendly cleaning formula for the i-mop.  
*Le capsule i-dose contengono una formula concentrata ed eco-friendly per i-mop.*



The i-mop Pro has a coating on the scrubber deck that protects the i-mop against salt, chloride and petrol.  
*I-mop Pro ha un rivestimento sul piano di lavaggio che protegge i-mop da sale, cloro e benzina.*



Drive support allows an operator to use the i-mop with up to 2.75 kg less weight on the handle.  
*Il supporto alla guida consente all'operatore di utilizzare i-mop con fino a 2,75 kg in meno sul manubrio.*



A smarter way of cleaning. Join the revolution.  
*Un modo più intelligente di pulire.  
Unisciti alla rivoluzione.*

 **i-team®**



# CLEAN WATER FOR ALL



greener

ACQUA PULITA  
PER TUTTI

**Machiel van Dooren**  
Cofounder Made Blue Foundation  
[machiel.van.dooren@madeblue.org](mailto:machiel.van.dooren@madeblue.org)

SUSTAINABLE  
BUSINESS  
*Impresa  
sostenibile*

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.

*Accesso ad acqua pulita per tutti: ecco la missione della Made Blue Foundation. Ad oggi, abbiamo generato oltre 8 miliardi di litri di acqua pulita potabile per circa 14.000 persone nei Paesi in via di sviluppo.*

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.

*Per garantire acqua pulita per tutti risparmiamo acqua in prodotti e servizi, per fornirne la stessa quantità di acqua potabile pulita nei Paesi in via di sviluppo: un litro per ogni litro risparmiato.*

*I-mop è un dispositivo che utilizza in media solo 18 d'acqua litri al giorno. La fondazione Made Blue garantisce che gli stessi 18 litri d'acqua siano inviati ai Paesi in via di sviluppo, per ogni i-mop utilizzato ogni giorno.*

*L'accesso diretto all'acqua pulita significa non dover più bollire le acque di superficie inquinate prima di consumarle, risparmiando moltissima legna e riducendo le emissioni di carbonio (oltre 7000 tonnellate per un miliardo di litri di acqua). Significa anche non dover più acquistare acqua imbustata o in bottiglie, evitando che quantità massive di plastica finiscano negli oceani.*

**Would you like to know how many litres of water i-team has donated to developing countries? Just scan the QR code.** Vuoi sapere quanti litri di acqua i-team ha donato ai Paesi in via di sviluppo? Scansiona il codice QR.



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

Accesso all'acqua pulita per per tutti: questa è la missione della Made Blue Foundation fin dalla dalla sua costituzione nel 2014. Investiamo in progetti idrici nei Paesi in cui l'acqua è più necessaria. Ad oggi, abbiamo generato oltre 8 miliardi di litri di acqua pulita nei Paesi in via di sviluppo, con il sostegno di oltre 400 aziende in tutto il mondo.



**MADE BLUE**

# NEWS FLASH EUROPE

## NEWS FLASH EUROPA

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

*La direttrice dell'European Cleaning Journal (ECJ), Michelle Marshall, porta una serie di notizie dal settore della pulizia di tutta Europa.*

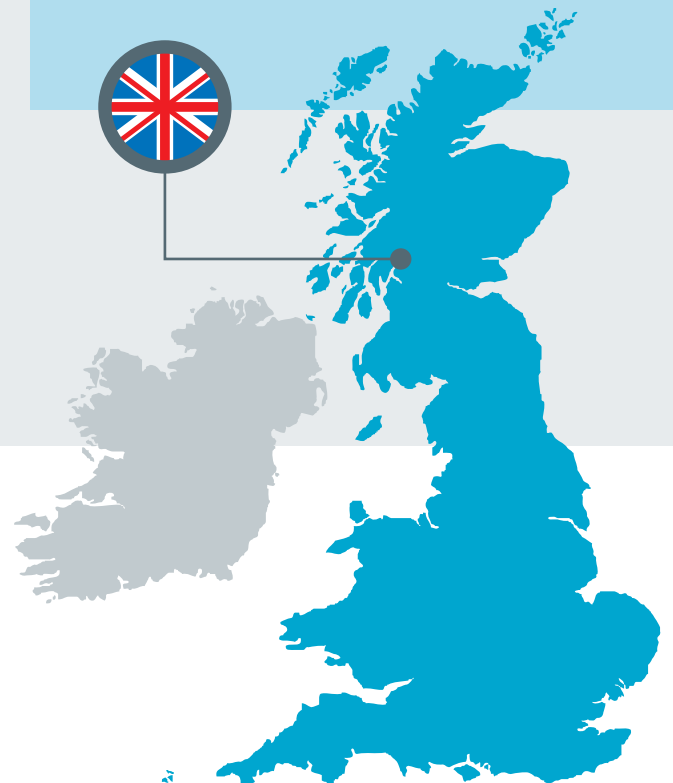
Juan Diez de los Rios, president of EFCI – the umbrella organisation representing the contract cleaning sector across Europe — began the year by looking at the challenges facing the sector in 2022. “We see across Europe the increasing problematic nature of staff shortages, the increasing regulatory pressure 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, presidente dell'EFCI, l'organizzazione a mantello che rappresenta il settore dei servizi di pulizia in Europa, ha iniziato l'anno analizzando le sfide che l'industria si troverà ad affrontare nel 2022. “Osserviamo in tutta Europa la problematica crescente della carenza di personale, la sempre maggiore pressione normativa e quella che sono solito chiamare “dittatura dei prezzi”, ha affermato. “Nonostante tutto”, ha aggiunto, “il settore continua a crescere nel continente e il riconoscimento ricevuto durante la pandemia lo mette ancora di più sotto i riflettori.”*

## United Kingdom Regno Unito

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 carenza di personale nel settore è stato anche il tema centrale del nostro ultimo aggiornamento da parte del corrispondente nel Regno Unito, Lynn Webster. Undici delle imprese maggiori hanno segnalato 1917 posti vacanti in totale; un'impresa ha dichiarato che il numero di posti vacanti era aumentato del 252% negli ultimi sei mesi, e un'altra del 267%. La percentuale media di posti vacanti è del 7,9% con due imprese che segnalano una percentuale del 12% o superiore e un'altra del 16,8%. Un'altra società ha segnalato 99 dimissioni negli ultimi sei mesi. (Sondaggio del British Cleaning Council).*





## Norway Norvegia

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.

*Dalla Norvegia, abbiamo ricevuto la notizia di uno studio che suggerisce che i bambini le cui madri lavorano con i prodotti detergenti presentano un rischio maggiore di sviluppare l'asma.*

*La reporter Lotte Printz dichiara che il rischio aumenta fino al 71% se le madri sono state esposte a grandi quantità di prodotti detergenti e disinfettanti sul lavoro. Anche anni prima rispetto al loro concepimento.*



**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.**

*Ora che siamo in primavera, il settore delle pulizie in Europa è in fervente attesa della prima fiera dal vivo InterClean di Amsterdam dal 2018 (dal 10 al 15 maggio). La prima occasione per ritrovarsi e aggiornarsi sulle ultime novità e tendenze da prima della pandemia. Vi porteremo maggiori notizie nella prossima edizione di i-connect Magazine.*

# The Netherlands

## Paesi Bassi



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.

*John Griep nei Paesi Bassi, nel frattempo, si è concentrato sulla pulizia automatizzata e si è chiesto quale ruolo ricopriranno i robot nell'industria moderna della pulizia. Quando la prima lavasciuga robotizzata è stata lanciata oltre 15 anni fa, la robotizzazione era considerata una minaccia. I robot pulenti avrebbero sostituito i professionisti del settore? Nel 2022 questa paura non sembra più essere rilevante. Almeno non per quanto riguarda la carenza di posti di lavoro, dato che ce ne sono in abbondanza. Troppi in effetti. Quello che è diventato chiaro è che i robot potrebbero occuparsi degli incarichi ripetitivi e dispendiosi in termini di tempo. Questo lascerebbe più tempo agli operatori per quei lavori in cui l'input manuale è importante, come la pulizia di superfici di contatto e dei bagni. Inoltre, occupandosi le macchine dei lavori fisicamente più impegnativi, i dipendenti rimangono in salute più a lungo.*

# NEWS FLASH EUROPE

NEWS **FLASH** EUROPA







## Germany Germania

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'.

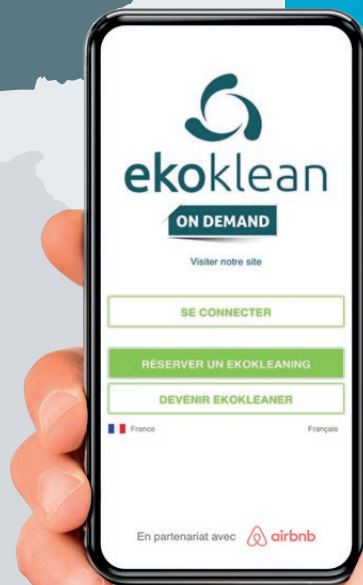
*L'associazione delle imprese di pulizia a contratto tedesca BIV ha pubblicato gli ultimi dati all'inizio dell'anno, sottolineando che il settore è il più grande datore di lavoro del Paese. Vi sono al momento 27.545 imprese con poco meno di 665.000 dipendenti e un fatturato di oltre €19 miliardi. La nostra corrispondente Katja Scholz ha sottolineato che nonostante gli sviluppi tecnologici e la possibilità dell'automazione, il nostro rimane ancora un "settore di persone".*



## France Francia

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 digitalizzazione e la tecnologia all'avanguardia hanno anche permesso a un'impresa di pulizia in Francia di sviluppare un nuovo modello commerciale nel mondo post Covid, riporta Christian Bouzols. Ekoklean on Demand è un servizio di pulizia su richiesta che funzionava inizialmente in abbinamento con i 700.000 host della piattaforma Airbnb del Paese. Tutto quello che dovevano fare i clienti era scaricare l'app sul loro smartphone. Il progetto è quello di passare ora al settore business-to-business.*



**Leen Zevenbergen**

Sustainable Development Goals (SDG) ambassador

Ambasciatore degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS)

# FROM BLUE TO GREEN

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



greener

### **DA BLU A VERDE**

#### RISULTATI DELL'I-GATHERING ANNUALE DI 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'i-gathering del 2021 è stato un concentrato di energia. Finalmente, le persone si sono potute incontrare di nuovo, dal vivo! L'aria che si respirava era fenomenale.*

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

Con il tema centrale delle energie rinnovate, i partecipanti hanno potuto scoprire tutte le innovazioni e provare con mano tutte le meraviglie di i-team. Ho avuto l'onore di essere uno dei relatori principali dell'apertura, condividendo con i visitatori la visione sostenibile e il futuro di i-team Global.

Dopo il discorso di apertura, i partecipanti si sono lanciati alla scoperta delle novità, tra cui "Da blu a verde". I gruppi di lavoro vertevano sullo sviluppo dell'idea di i-team Global in materia di sostenibilità. Un universo ricco di grandi opportunità, così sembra. Parlare della salute potrebbe aiutarci a combattere per avere sempre prezzi più bassi.

È stato sorprendente vedere l'entusiasmo di tutti i gruppi nel

“A WORLD FULL  
OF GREAT  
OPPORTUNITIES”

“UN MONDO RICCO DI GRANDI  
OPPORTUNITÀ”

SUSTAINABLE  
BUSINESS

Impresa  
sostenibile

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

Scansiona il codice  
QR per un video  
dell'evento i-gathering  
del 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!

partecipare alle discussioni sulle opportunità della sostenibilità per l'intera comunità di i-team Global.

Per questo abbiamo deciso di avviare un programma che durerà diversi anni. Da blu a verde, un percorso verso un'impresa sostenibile che ci posizionerà come un precursore sul mercato globale, aiutando tutti i nostri partner a distinguersi dalla concorrenza. Frank mi ha chiesto di intervenire e di diventare il responsabile della sostenibilità presso i-team Global, ruolo che ho accettato con piacere. Non vedo l'ora di incontrarvi tutti presto!



**Ronald Boesjes**  
 Ambassador i-team  
 Global/i-solution  
 Ambasciatore soluzioni  
 i-team Global/i-solution  
[ronald@i-teamglobal.com](mailto:ronald@i-teamglobal.com)



# TIP & TRICKS



better

## HOW TO APPROACH A TENDER?

### COME AFFRONTARE UNA GARA D'APPALTO?

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. Grazie ai suoi 45 anni di esperienza, Ronald solitamente si concentra sulla domanda: *come si vince una gara d'appalto e a cosa bisogna prestare attenzione nel processo dalla quotazione all'implementazione?* Ecco alcuni consigli.

# 1.

## Cleaner, stick to your trade

Caro operatore, rimani fedele al tuo mestiere

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.

Assicurati che l'organizzazione, l'incarico e i requisiti in questione siano adatti alla tua organizzazione e al tuo team. Pulire uno stadio da calcio è molto diverso da pulire un ufficio. Poni quindi al cliente domande aperte per chiarimenti sull'incarico e assicurarti di avere i certificati richiesti. Cerca di capire anche se hai i collaboratori giusti per svolgere il lavoro.



## What will it cost? Bid and no-bid

Quanto costerà? Offerta e non offerta

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.

Prima di iniziare a preparare l'offerta, analizza i costi coinvolti. Riuscirai a recuperare questo importo nel corso della durata del contratto? Si consiglia di preparare un'offerta non offerta con le domande rilevanti (circa 100 pz.) prima di iniziare ad effettuare una quotazione. Se si realizza un punteggio inferiore al 50%, si sconsiglia di partecipare alla gara d'appalto.

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? Cosa cerca esattamente il cliente?

*Scopri qual è lo scopo del lavoro. Ad esempio, il cliente non è soddisfatto del fornitore di servizi attuale, sta semplicemente esplorando il mercato o c'è altro dietro? Fai le dovute ricerche prima di iniziare la gara d'appalto. In questo modo saprai immediatamente come distinguerti.*

### 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.

*Forma sempre un team con cui preparare l'offerta. Includi qualcuno delle risorse umane, del dipartimento commerciale, della produzione e un copywriter. Coinvolgi anche il tuo fornitore di attrezzature, con cui realizzerai un investimento importante. In pratica potrebbe verificarsi che è meglio calcolare più ore macchine rispetto alle ore di lavoro. Pianifica quali macchine e risorse utilizzerai a questo stadio, per ridurre i costi e lasciare i lavori tediosi e ripetitivi alle macchine.*



### 5. Sustainable and responsible Sostenibile e responsabile

**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.**

*Durante l'offerta considera gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) definiti dalle Nazioni Unite verso il 2030. Ad esempio, non usare sostanze chimiche pesanti e riutilizza la plastica. Non sono requisiti diretti, ma mostrano al cliente la posizione della tua impresa nel mondo.*

**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.

**E infine:** prima ancora di iniziare a lavorare su queste questioni, assicurati di aver costruito una relazione con il cliente almeno un anno prima della gara d'appalto.



# Aiming for the CLEANEST HOSPITAL, with a FOCUS on PEOPLE



**Il nostro obiettivo è L'OSPEDALE PIÙ PULITO  
DI TUTTI con un FOCUS sulle PERSONE**

**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.** Dopo il personale medico, il lavoro delle imprese di pulizia è essenziale negli ospedali. Pertanto per mantenere l'igiene presso Máxima MC ed evitare infezioni, gli operatori hanno bisogno degli strumenti migliori. Strumenti come 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."

Dal 1 Gennaio 2017, Lisette van Bree ricopre la posizione di manager operativo per SenS!, l'impresa di pulizie che lavora per Máxima MC. Negli ultimi 15 anni Lisette ha accumulato una grande quantità di conoscenze e competenze in materia di ospedali e di pulizia. "SenS! opera con un team fisso di 200 addetti alle pulizie in due sedi distinte. Questo crea un controllo per i 19 membri di MT. Utilizzando protocolli e istruzioni di lavoro ci impegniamo al massimo per essere uno degli ospedali più puliti dei Paesi Bassi. Allo stesso tempo, Máxima MC vuole essere il miglior datore di lavoro regionale. Ecco perché SenS! presta molta attenzione al benessere e allo sviluppo del personale".

IN  
CONVER-  
SATION  
Due parole con  
l'esperto

Lisette van Bree  
Máxima MC

## Máxima MC: statistics

Máxima MC in cifre



**Employees: 3,000**  
3000 dipendenti



**Specialists: 208**  
208 specialisti



**Specialisms: 24**  
24 specializzazioni



**Visits to the outpatient clinic: 422,360**  
422.360 visite ambulatoriali



**Hospitalizations: 24,470**  
24.470 ricoveri



**Nursing days: 128,234**  
128.234 giorni di assistenza



**Beds: 614**  
614 letti



### **PEOPLE-ORIENTED MISSION**

A focus on development, competent and 'together strong': these are the core values of SenSI. 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 SenSI) 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."

### **FOCUS SULLE PERSONE**

*Sviluppo, competenza e "l'unione fa la forza" sono valori fondamentali di SenSI. I-mop ne è l'emblema. "Avevamo ogni giorno un team pavimenti di sei persone. Le stanze spesso erano occupate e non potevano svolgere il lavoro. I-mop offre mobilità consentendo agli operatori di intervenire quando conviene di più al paziente e al personale sanitario. La soluzione definitiva per la pulizia dei pavimenti è i-mop. È veramente molto più pulito, sicuro ed efficace per il risparmio di acqua e costi. Oggi sono sufficienti due persone nel team pavimenti."*

### **APPREZZAMENTO DELLA COMPETENZA**

*"Marinka Trimbos (responsabile del back-office presso SenSI) è stata premiata per i-mop. Si è occupata dell'implementazione, dell'analisi del processo di pulizia secondo il metodo LEAN dal punto di vista del cliente e ha esaminato costi, problematiche, efficienza e praticità. I-mop consente di mantenere i pavimenti puliti in modo molto più snello. Marinka organizza le giornate di formazione, in cui gli operatori sono accolti dai responsabili e colleghi di i-team. Questi eventi vengono percepiti come un segno di apprezzamento per i nostri operatori."*





**Check out the i-mop on page 19**  
Scopri i-mop a pagina 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

[Informazioni su Máxima MC](#)



Máxima MC è un ospedale rinomato nella regione olandese di Brainport, con due sedi: una nel cuore di Eindhoven, l'altra al confine tra Veldhoven ed Eindhoven. I nostri professionisti sanitari contribuiscono ogni giorno a rendere e a mantenere le persone in salute, concentrandosi sui pazienti e le loro famiglie. Nelle nostre cliniche, riconoscibilità e cordialità vanno di pari passo. Grazie a ricerca, formazione e innovazione stiamo portando le nostre cure a un livello sempre più alto. Abbiamo unito le forze nell'ambito dell'assistenza alla nascita, della cura dei tumori e della riabilitazione per i malati cronici. Máxima MC fa parte di mProve, una rete innovativa che riunisce sette ambiziosi ospedali che collaborano ogni giorno per cure sempre migliori.



## BEEF TARTARE, PICCALILLI, PEARL ONIONS AND TRUFFLE

TARTARE DI MANZO, SOTTACETI,  
CIPOLLINE E TARTUFO

For 4 servings — preparation: 40 min.  
Per 4 persone - preparazione: 40 min.



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

Scansiona il codice QR per  
la ricetta dettagliata

### 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.

### CREMA DI CIPOLLINE:

Fai bollire per 3 minuti 300 grammi di cipolline con il loro succo con 4 grammi di agar agar. Lascia raffreddare e rapprendere. Frulla con un cucchiaino di maionese fino a ottenere una crema liscia.

### MOUSSE AI SOTTACETI:

Frulla 1 vasetto di sottaceti con un cucchiaino di maionese e una buona spruzzata di aceto. Passa in un colino e unisci a 500 grammi della mousse ai sottaceti 8 grammi di gelatina ammollata strizzata.

### VINAIGRETTE AL TARTUFO:

Unisci 20 grammi di olio tartufato con un po' di colorante alimentare nero. Fa' separare con un goccio d'acqua. Aggiungi una crema al latticello fino a ottenere la marmorizzazione desiderata.

### TARTARE:

Taglia 120 grammi di manzo in cubetti e condisci con scalogno tritato, olio, tabasco, sale e pepe. Posiziona due fettine di wagyu essiccato di circa 5 cm una a fianco all'altra. Metti la tartare al centro e piega per formare un pacchetto quadrato.

### PRESENTAZIONE:

Condisci con la vinaigrette al tartufo. Corona la tartare con la mousse ai sottaceti e la crema di cipolline. Termina con semi di senape, ravanelli in agrodolce, erbe e fiori vari.



### 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, CELERAC CURRY AND NOILLY PRAT

ROMBO, BIMI, CURRY DI SEDANO RAPA E NOILLY PRAT

For 4 servings — preparation: 120 min.  
Per 4 persone - preparazione: 120 min.

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

Scansiona il codice QR per la ricetta dettagliata

### PUREA DI BIMI:

Prepara 300 ml di brodo con la citronella, laos e peperone rosso. Riduci fino a 1 dl. Sbianchisci i bimi (broccoli giapponesi) e frulla con la riduzione.

### PASTA DI CURRY AL SEDANO RAPA:

Trasforma il sedano rapa cotto in una purea. Aggiungi burro, panna e curry verde secondo il tuo gusto.

### FOGLIE DI CURRY AL BIMI E SEDANO RAPA:

Unisci a 100 grammi di purea ½ uovo e 15 grammi di farina. Cuoci per 6 minuti in uno stampo di silicone a 125° C.

### SALSA AL NOILLY PRAT:

Cuoci 20 grammi di scalogno tritato, 100 ml di gastrique, 100 ml di Noilly Prat, 100 ml di panna e ½ foglia di alloro. Riduci di un terzo. Monta la salsa con burro freddo unendola a della panna montata.

### PRESENTAZIONE:

Servi gli asparagi cotti con una porzione di rombo fritto sulla salsa al Noilly Prat. Condisci con le foglie al curry di bimi e sedano rapa.



## BANANA, PEANUT, DARK CHOCOLATE, PASSION FRUIT

BANAAN, PINDA, PURE CHOCOLADE, PASSIEVRUCHT

For 4 servings — preparation: 240 min.  
Per 4 persone - preparazione: 240 min.

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

Scansiona il codice QR per la ricetta dettagliata

### 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.

### CREMOSO ALLE ARACHIDI:

Porta a ebollizione 70 grammi di panna, 30 grammi di latte e 50 grammi di burro d'arachidi. Aggiungi 2 grammi di gelatina ammollata e strizzata. Incorpora e fai sciogliere 125 grammi di cioccolato bianco. Aggiungi 50 grammi di arachidi tritate e 125 grammi di mascarpone. Versa in uno stampo rettangolare e lascia congelare.

### CREMOSO AL FRUTTO DELLA PASSIONE:

Unisci 150 grammi di coulis al mango a 185 grammi di coulis al frutto della passione, 240 grammi di uova e 150 grammi di zucchero in un frullatore termico fino a raggiungere gli 80°C. Aggiungi 6 grammi di gelatina, 160 grammi di burro e 250 grammi di mascarpone. Versa in uno stampo a ciambella e lascia congelare.

### GELÉE AL FRUTTO DELLA PASSIONE:

Porta a ebollizione 200 grammi di coulis al frutto della passione e 100 grammi di coulis al mango. Aggiungi 4 grammi di agar agar e fai bollire per alcuni minuti. Versa in un vassoio e lascia rapprendere. Frulla fino a ottenere un gel.

### CROCCANTE AL FRUTTO DELLA PASSIONE:

Porta a ebollizione 10 grammi di glucosio, 170 grammi di coulis al frutto della passione, 50 grammi di zucchero isomalto e 15 grammi di fecola di patate mentre mescoli. Lascia raffreddare e spalma su uno stampo rettangolare. Cuoci per 12 minuti a 150°C. Arrotola ancora caldo su un tubo di metallo.

### PRESENTAZIONE:

Posiziona il cremoso alle arachidi e il cremoso al frutto della passione sul piatto. Metti il croccante al frutto della passione sul cremoso alle arachidi. Decora con la gelée al frutto della passione, la mousse al cioccolato fondente e il gelato alla banana.

# Co-botic™ 1700

Just tell me what to do

*Dimmi solo cosa devo fare*



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.

*Co-botic 1700 può essere programmato per aspirare gli spazi nel modo più preciso ed efficace possibile. Con l'app professionale i-team puoi suddividere le stanze in diverse zone e visualizzare le informazioni aggiornate. È inoltre possibile creare dei confini virtuali per regolare il dispositivo nel modo più preciso possibile. Non hai tempo per farlo? Co-botic 1700 può anche programarsi automaticamente per effettuare il lavoro di pulizia più efficace possibile.*



A smarter way of cleaning. Join the revolution.  
*Un modo più intelligente di pulire.  
Unisciti alla rivoluzione.*

