

Een bezoek aan Italië

i-connect

Nr. 2

SAMENWERKING

heeft EN
geeft
kracht

Dennis Middeldorp

I-TEAM ITALY

Een vrij nieuwe loot
aan de familieboom

Toni D'Andrea

SCHOONMAAKTRENDS
ITALIË

Lady Bin

Een revolutie in
hygiënebakken

De **i-giene** is een moderne en slanke
hygiënebak. Hij is gemakkelijk in gebruik,
luchtdicht en biedt de gebruiker een
optimale hygiënische bescherming.
Met een 100% biologische folie.

Modern, slank design,
dat gemakkelijk past

Inzichtelijke en discrete
gebruiks informatie voor een
vlotte reiniging

Automatische
folievernieuwing
om fysiek contact te
vermijden

Luchtdichte
compressie van
afval voor optimale
hygiëne



A smarter way of cleaning. Join the revolution.



VOORWOORD



“BRENG EEN
BEETJE MEER
‘DOLCE’ IN
JOUW LEVEN”

Afgelopen zomer ben ik naar Italië gereisd, waar ik mocht genieten van de benijdenswaardige levensstijl van dit mediterrane land. Veel mensen proberen 'La Dolce Vita' – ofwel 'het goede leven' –, na te bootsen, met wisselend succes. De essentie ligt in de combinatie van de feestelijke passie die de Italianen hebben voor het leven, hun respect voor familie en vrienden, en hun genot voor heerlijk eten, wijn, mooie mensen en elegante objecten.

In deze tweede editie van ons magazine belichten we de Italiaanse markt, presenteren we nieuwe en innovatieve oplossingen voor de schoonmaaksector en onderzoeken we andere relevante zaken.

Michelin-sterrenchef Dennis Middeldorp legt het belang van schoonmaken in de horeca uit en hoe dit de sfeer in zijn restaurant beïnvloedt. Zijn recepten en wijnsuggesties zullen onze zintuigen gegarandeerd verrukken en onze stoutste dromen overtreffen. Ik wens je veel leesplezier met deze tweede editie van ons magazine en hoop dat je geïnspireerd zult raken om ook wat meer 'dolce' in jouw leven te brengen!

Ben van de Scheur

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



Colofon

i-connect Magazine is een uitgave van i-team Global

Versijnt: 2 keer per jaar

Oplage: 4.000

Concept & Realisatie: New Brand Activators

Opmerkingen: i-connect@i-teamglobal.com

WIL JE OOK DE VOLGENDE
EDITIE VAN I-CONNECT
MAGAZINE ONTVANGEN?
SCAN DE QR-CODE



INHOUD

6 Ontdek Italië
Demografie

**7 LEUKE WEETJES
OVER ITALIË**

8 i-team Italië
Een vrij nieuwe loot aan de familieboom

**10 SCHOONMAAKTRENDS
ITALIË**
Toni D'Andrea

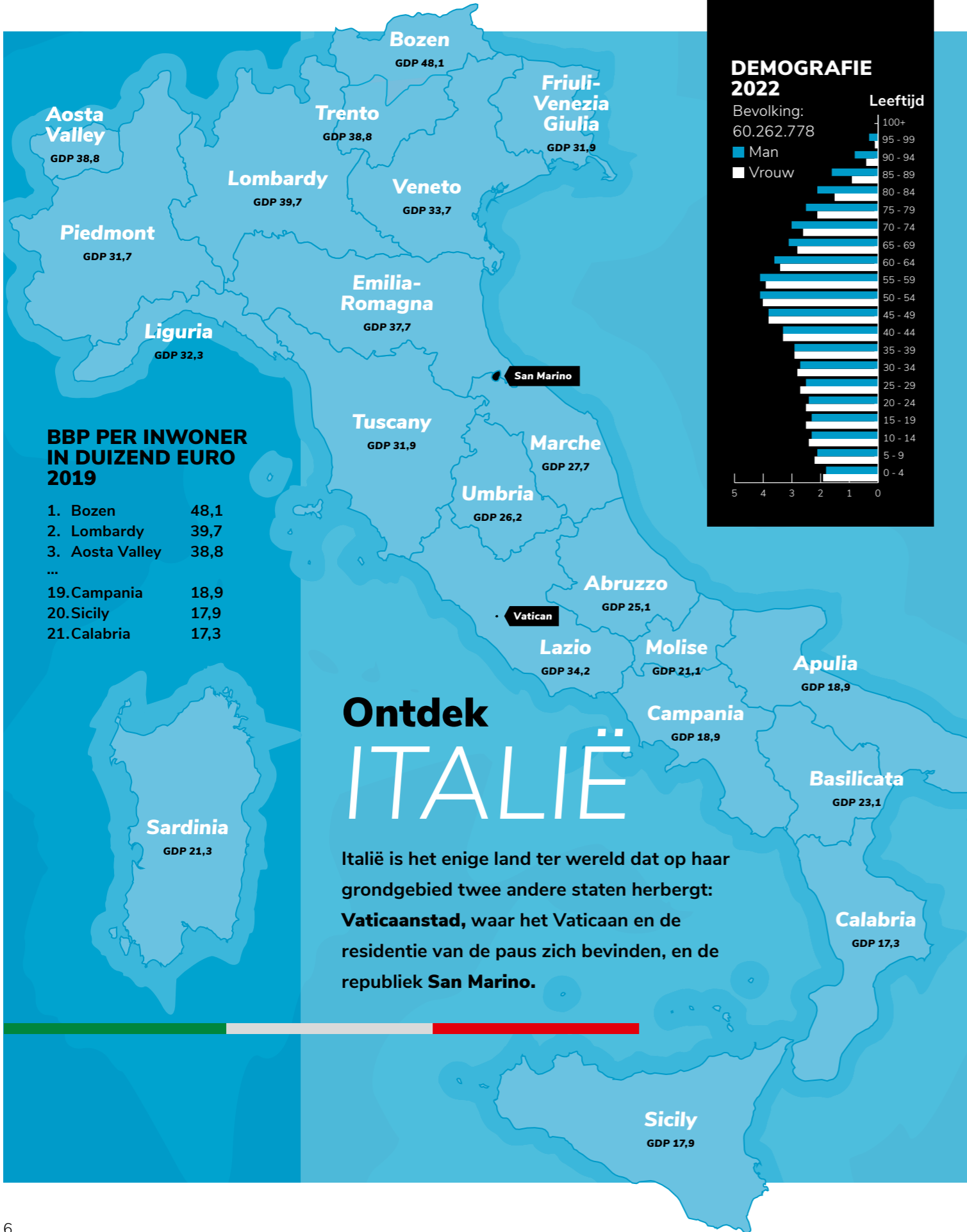
**12 Samenwerking heeft
en geeft kracht**
Dennis Middeldorp

**16 Toegang tot schoon water
voor iedereen**
Dat is de missie van Stichting Made Blue

22 NIEUWSFLASH EUROPA
Michelle Marshall

Tips & Trucs
24 De weg naar een opdracht





Ontdek ITALIË

Italië is het enige land ter wereld dat op haar grondgebied twee andere staten herbergt: **Vaticaanstad**, waar het Vaticaan en de residentie van de paus zich bevinden, en de republiek **San Marino**.

Enkele bijzonderheden over ITALIË Gastronomy

Italië staat bekend als een van de landen met de rijkste en meest geliefde gastronomische tradities van de hele wereld, en volgens velen is het veruit het beste 'eetland' ter wereld. Wist je dat Italië ook het thuisland is van het kleinste restaurant ter wereld? Het is te vinden in Vacone, in de provincie Rieti. Het restaurant biedt plaats aan slechts twee gasten. Niet verrassend dus dat de naam van het restaurant 'Just for Two' is.

ENKELE BIJZONDERHEDEN OVER ITALIË:

- Het produceert **487** soorten kaas
- 545** druivensoorten voor wijn
145 als tafeldruif
- Het telt de meeste **58** UNESCO werelderfgoederen
- Het serveert meer dan **300** soorten pasta
- 31** soorten ham en het produceert 113 soorten vleeswaren



PIZZA
Pizza is misschien wel een van de beste succesverhalen van Italië, maar eigenlijk bestaat er geen echt standaard nationaal pizzarecept. De meest bekende pizza is waarschijnlijk de pizza Napoletana, met zijn zachte, taaië deeg en prominente korst. De Napolitaanse manier om een pizza te maken is zelfs zo uniek, dat het door Unesco is erkend als een ontastbaar cultureel erfgoed. De pizzatraditie zit diepgeworteld in het Italiaanse DNA. Zozeer, dat Domino's Pizza, een van de grootste fastfoodketens ter wereld, al zijn vestigingen in het land inmiddels heeft gesloten.

TAAL

De officiële taal van Italië is het **Italiaans**, dat is afgeleid van het Latijn. Maar er zijn zoveel dialecten in Italië dat het zelfs voor het Treccani-woordenboek – het belangrijkste woordenboek van het land –, moeilijk is om ze allemaal in kaart te brengen. Het linguïstisch erfgoed is extreem rijk en gevarieerd en wordt tot op de dag van vandaag bestudeerd.

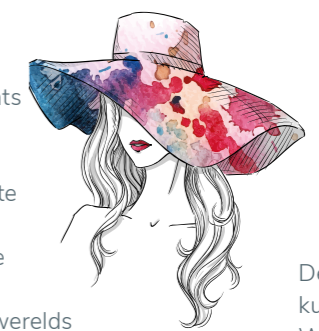


VESPA

Net als de gele taxi's dat zijn voor New York en de dubbeldekkerbussen voor Londen, is Vespa synoniem aan de Italiaanse cultuur. Deze sexy scooter, voor het eerst gemaakt in 1946, werd een icoon, mede door hun verschijning op het witte doek in films als 'Roman Holiday' en 'La Dolce Vita'. Inmiddels zijn er meer dan 18 miljoen exemplaren van de scooter verkocht.

Mode

Italië's eerste internationaal erkende modeshow vond plaats in Florence in 1951. Vandaag de dag wordt Milaan echter beschouwd als de belangrijkste 'kleermaker' van het land. Het high-end winkelgebied van de stad, bekend als Quadrilatero d'Oro, huisvest enkele van 's werelds bekendste en meest luxueuze merken. Prada, Gucci, Versace, Armani, Dolce & Gabbana en Valentino, allemaal hebben ze hier hun hoofdkwartier.



Kunst
De bijdrage van Italië aan de kunstwereld is onmetelijk. Werken van Giotto, Michelangelo, Leonardo da Vinci, Titiaan, Caravaggio en Bernini behoren tot de meest herkenbare en gevierde in de wereld. Het beperkt zich niet alleen tot schilderijen en sculpturen, want artistieke wonderen vind je overal in Italië.

AUTO'S

Italië is de geboorteplaats van enkele van 's werelds bekendste automerken, waaronder Ferrari, Alfa Romeo, Fiat, Lamborghini en Maserati. Italiaanse auto's worden begeerd door 'petrolheads' van over de hele wereld vanwege hun schoonheid in design, exclusiviteit en prestaties.



I-TEAM ITALY

Een vrij nieuwe loot aan de familieboom

I-team Italië S.r.l. is een vrij nieuwe loot aan de internationale i-team Global-familieboom. De divisie zag eind 2021 het levenslicht, en startte haar activiteiten in januari van dit jaar.

De stad Piacenza ligt in de Emilia Romagna-regio, een regio die grenst aan Lombardije, Piëmont en Ligurië. De vele snelwegkruispunten, spoorverbindingen en de aanwezigheid van een aantal bekende fabrikanten van onderdelen in de schoonmaaksector maken de ligging van het filiaal uiterst strategisch.

I-team Italië is een voortzetting van het werk dat eerder al werd geleverd door de vorige importeur, maar nu met het doel de naamsbekendheid te vergroten en de producten in de uitgebreide catalogus van i-team Professional te ondersteunen met behulp van specifieke verkoopstrategieën.

Het vrij kleine, vierkoppige filiaalteam werkt hard aan ambitieuze doelen, maar is tegelijk stevig gebaseerd op de regels en DNA van de groep waartoe ze behoort. Momenteel bestaat de familie van 'partners' uit 24 distributeurs, die door het

ondertekenen van een contract met i-team Italië hun bereidheid hebben getoond om de strategieën van het filiaal te volgen.

Om zo snel mogelijk een integraal onderdeel van de familie te worden, zijn 17 aspirant-partners samen gaan werken met het filiaal. Vanaf het begin richtte het filiaal haar vizier op de interne organisatie, de klantenservice, de optimalisatie van het transport en de samenwerking met het Nederlandse hoofdkwartier.

De strategieën zijn met name gebaseerd op onderzoek en ontwikkeling in de gedefinieerde segmenten, altijd in samenwerking met het distributienetwerk, om zo de kennis te verspreiden over wat het betekent om Écht Schoon te zijn in de 4 Dimensies.

Investerings- en marktonderzoek worden gedaan om duurzame groei te garanderen, in overeenstemming met de 3 P's: People, Profit en Planet.



START VAN
ACTIVITEITEN
IN JANUARI
2022



Upgrade jouw i-mop™

Altijd de
perfecte dosis

i-dose

Is er een betere manier om het te doen, dan vinden we die. De i-dose Upgrade Kit voor de i-mop is het resultaat van onze nooit aflatende wens om te innoveren. Zeg vaarwel tegen standaard schoonmaakmiddelen en de inefficiëntie van heen en weer lopen om na te vullen. De i-dose reinigingspads zijn gemaakt om jouw schoonmaakwerk te revolutioneren.



De superieure schoonmaakprestaties van de **i-mop** kunnen naadloos worden toegepast op de **i-matt**

i-matt

De i-matt is een duurzame 'clean-in-place walk-off' mat, verankerd met behulp van nieuwe Pig Grippy-technologie, die de veiligheid en het schoonmaakgemak enorm verbetert. De gepatenteerde zelfklevende achterzijde houdt de mat op zijn plaats, maar is makkelijk en schoon te vervangen.



A smarter way of cleaning. Join the revolution.

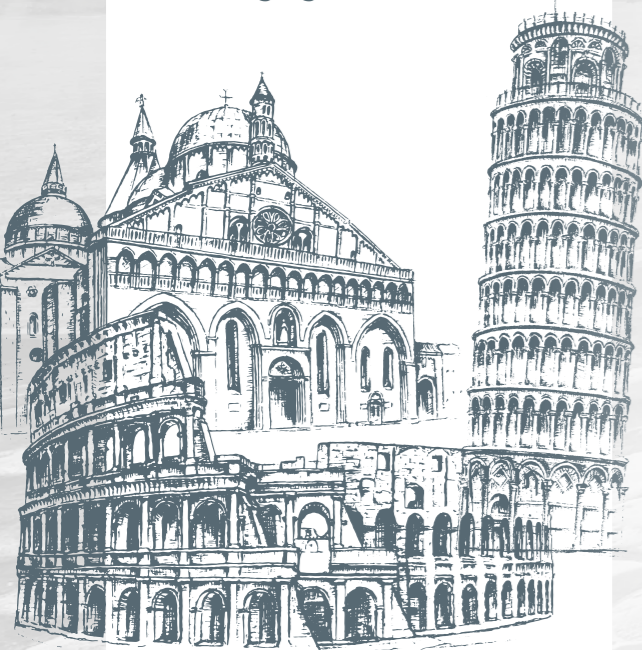




TONI D'ANDREA

CEO van Issa Pulire Network

Toni D'Andrea, CEO van Issa Pulire Network, heeft een duidelijke visie op de schoonmaakbranche, de mogelijkheden en uitdagingen die er liggen én op de wijze waarop de branche gezamenlijk vooruitgang kan boeken.



SCHOON- MAAK TRENDS

ITALIË

MEER CONCURRENTIE UIT HET BUITENLAND

De professionele schoonmaaksector beschouwt Italië al lange tijd als voorloper, als het gaat om het uitrollen van nieuwe technologieën.

In de afgelopen 50 jaar, voordat de Chinese concurrentie op stoom kwam in de vroege jaren 2000, waren de Verenigde Staten, Duitsland en Italië de belangrijkste leveranciers van machines, uitrusting en chemicaliën aan de professionele schoonmaaksector. Italië is ongetwijfeld recordhouder, zowel in termen van technologische doorbraken als concurrentievermogen, maar het beeld is geleidelijk veranderd. Nieuwe fabrikanten uit andere Europese landen hebben de afgelopen jaren hun weg naar de schoonmaakindustrie gevonden, zodat de aanbodzijde nu krioelt van de opties.

Nieuwe en revolutionaire technologieën

Wil je een effectief plan maken om de productiviteit en efficiëntie te verhogen, dan is het belangrijk dat het waar en hoe bekend zijn. Opkomende landen, waar zowel de bevolking als de stedelijke gebieden het hardst groeien, gaan ongetwijfeld genieten van het voordeel van de bouw van nieuwe gebouwen, waarbij al vanaf de ontwerpfase rekening is gehouden met zaken als toegankelijkheid en schoonmaak. Met behulp van nieuwe materialen kunnen patronen van vuilophoping worden voorspeld en zelfs voorkomen. Zo zullen zelfreinigend glas en met sensoren uitgeruste oppervlakken straks standaard deel uitmaken van nieuwe gebouwen. Dat zal echter niet voor alle landen gelden. Zo dateren in mijn thuisland Italië vier van de vijf gebouwen van vóór het jaar 2000 en één op de vijf zelfs van vóór 1919! De meeste openbare gebouwen – ziekenhuizen, treinstations, scholen, overheidskantoren en dergelijke –, werden tussen 1920 en 1980 gebouwd. Nieuwe technologieën zullen ons in staat stellen om bepaalde schoonmaakprocessen te mechaniseren op manieren die nu nog onvoorstelbaar zijn.

Kijk naar het belang dat expertise en competentie hebben voor de productiviteit en naar het daaruit voortvloeiende belang die professionele trainingen/opleidingen en kwalificaties hebben voor onze branche. De arbeidsintensieve operaties die zo kenmerkend zijn voor veel schoonmaakdiensten zullen uiteindelijk plaatsmaken voor mechanisatie en robotisering. Manueel werk, wat nu nog ruim 80% van de totale kosten bedraagt, zal meer gericht zijn op controle en beheer in plaats van op uitvoering.

Overweeg daarbij de winst op het vlak van productiviteit en efficiency in de agrarische sectoren. Tussen 1700 en 1890 zagen we daar een negentigvoudige stijging van de totale productiviteit; tussen 1950 en 1985 steeg de graanproductie met 193%. In 1928 waren er 1.800 tractoren in gebruik in Italië, in 1997 bedroeg dat aantal 1,7 miljoen.

3 STRENGERE HYGIËNEREGELS

Er zijn twee belangrijke drijfveren voor de vooruitgang van de schoonmaakbranche. Ten eerste zal de vraag naar nieuwe gebouwen groter worden door de explosieve groei van de wereldbevolking. Ten tweede zorgt de snelheid waarmee sommige landen moderniseren geleidelijk voor het invoeren van strengere gezondheids- en hygiëneregels. De upgrade naar westerse hygiënestandaarden in opkomende landen en de fikse uitbreiding van bebouwde gebieden aldaar zal tot een werkelijk enorme vraag naar schoonmaakdiensten leiden.

4 Groei in alle segmenten

De Italiaanse producentenmarkt bestaat grofweg uit vijf grote segmenten. Opgesomd in volgorde van omzet zijn dat machines (40,7%), chemicaliën (36,3%), apparatuur (11,5%), papier (11,5%) en vezels en doeken (8,2%); niet nader gespecificeerde schoonmaakproducten vormen de overige 18,7%. Het machinesegment in Italië steeg in het eerste kwartaal van 2022 met 20,3% ten opzichte van dezelfde periode in 2021 en de export steeg met liefst 53,2%. Andere productsegmenten laten eenzelfde positief beeld zien: chemicaliën boekten een binnenlandse groei van 40,5% en een internationale groei van 9,6%; de productie van apparatuur en vezels/doeken steeg met 13% in Italië en met 24,7% op de internationale markt. Voor papierproducten lagen die cijfers op 55% en 63% respectievelijk. Vergeleken met 2021 lijkt de sector dus te bloeien.

Mechanisatie & robotisering



5



IN
GESPREK

Dennis Middeldorp

Sense Restaurant
www.senserestaurant.nl

SAMENWERKING heeft EN geeft kracht

“Eten moet spannend zijn zonder afbreuk te doen aan de authentieke smaak van de ingrediënten.” De authenticiteit kenmerkt Dennis Middeldorp: trouw, krachtig, oprecht, verantwoordelijk. Dennis is al 23 jaar kok, waarvan ruim 14 jaar patron-cuisinier en sinds 2008 eigenaar van Sense Restaurant in 's-Hertogenbosch. “Hygiëne zit in de keuken”, stelt Dennis. Daar werken de i-mop, i-dose en i-matt samen, opdat Dennis zich kan focussen op zijn passie: koken en beleving.

In het monumentale pand in de Bossche binnenstad, nabij de bekende Sint-Janskathedraal die velen beschouwen als het hoogtepunt van de Brabantse gotiek, ontvangt Sense Restaurant jaarlijks zo'n 10.000 gasten. De moderne, kleurrijke, stijlvolle, loungy en bourgondische sfeer zorgt voor uitstraling en beleving: “Alle zintuigen van onze gasten willen we positief prikkelen. Daarom heet ons restaurant Sense”, vertelt de geboren en getogen Bosschenaar.





KRACHT HEBBEN EN GEVEN

Patron-cuisinier Dennis Middeldorp en zijn brigade koken puur, creatief en verfijnd met de beste producten. Alle gerechten en de verrassende Chef's Challenge-menu's worden in eigen keuken bereid met zoveel mogelijk duurzame en lokale ingrediënten. En het Sense-team schenkt biologisch (dynamisch) verbouwde druivensoorten en eerlijk verhandelde koffie. "Al deze producten komen niet alleen de smaak ten goede, wij willen op deze manier ook bijdragen aan het welzijn van natuur en milieu."

"DE I-MOP IS EEN WAARDEVOLLE INVESTERING"

HET DRAAIT OM GELUKKIGE EN GEZONDE MENSEN

Is dit de overeenkomst tussen de missie van Sense Restaurant en i-team Global? Dennis beaamt dat in volle overtuiging: "Het charitydiner van i-team en stichting WE-support is de basis van onze verbinding. Met vier chef-koks beleven zo'n tweehonderd gasten twee keer per jaar een experientetour. Ik mocht dit jaar de amuses verzorgen. Toen we door corona de eerste keer met kerst moesten sluiten en we onze gasten een diner voor thuis aanboden, kregen we enorm veel aanvragen. Dat konden we niet maken in eigen keuken. Frank van de Ven van i-team stelde uiteraard direct zijn keuken open. Dat is de kracht van samenwerken."

ZIJN GEWICHT IN GOUD WAARD

"Al jaren gebruiken we de i-mop. Eerst de i-mop Lite, daarna de i-mop XL, omdat onze keuken groot is. Uiteraard zetten we geen reinigingsmachines aan als onze gasten er zijn; het zou heel wat commentaar opleveren als er 's

avonds gepoetst wordt. De i-mop zetten we 's morgens in, voordat we beginnen. We gebruiken natuurlijk geen Spaanse mop. Collega's reageren vaak verbaasd: 'Heb je een schrobmachine?' 'Ja', antwoord ik. De i-mop is een investering, en we weten dat een trekker, die twee of vier keer per jaar wordt vervangen, goedkoper is. Maar is de trekker beter, sneller, veiliger, milieuvriendelijker, hygiënischer, ergonomischer? Zeker niet. De leasemogelijkheid die i-team aanbiedt, is prima. De i-mop is echt goud."

VAN FOUT NAAR GOED

De enthousiaste Dennis vertelt over het doseersysteem van de i-mop, i-dose: "In de schoonmaak maar ook in de horeca wordt vaak een foute dosering toegepast. Je ziet mensen uit een jerrycan of via een dispensersysteem het schoonmaakmiddel toevoegen en de emmer vervolgens met water vullen. Ze lopen met die loodzware en overvolle emmer naar de plek om schoon te maken en morsen een hoop. Het is zo gemakkelijk om het niet goed te doen. Dankzij i-dose kun je finetunen. Net als Nespresso: perfecte koffie, eenvoudig gezet uit een cupje. Je vult de tank van de i-mop, legt de cup met reinigingsmiddel erop, tikt het erin en je kunt de vloer gaan reinigen. Een kind kan de was doen."

SNELLER, SCHONER, DUURZAMER, VEILIGER, GEZONDER EN BETER

Veel gasten beoordelen horecagelegenheden en restaurants op hun toiletbezoek, maar hygiëne zit 'm zeker ook in de keuken. Dat geldt ook voor slipgevaar, op plekken waar veel met vocht wordt omgegaan. Daarom ligt op de keukenvloer van Sense een i-matt: een revolutionair en duurzaam systeem, dat zorgt voor vloerveiligheid, absorptie van vuil, schoonmaakgemak, eenvoud, snelheid en aanzienlijk minder milieubelasting. "Loopmatten vangen veel vuil op. Je moet ze oprollen, daarna volgt de logistiek: ophalen, reinigen en weer

terugbrengen en plaatsen. De i-matt kun je reinigen met de i-mop; je gaat met de machine over de matten heen en ze zijn weer schoon."

BUITENGEWOON

Wat Sense Restaurant haar gasten serveert, is buitengewoon, bevestigt de elfde toekenning van de Michelin-ster. "Mensen die er echt verstand van hebben, waarderen het." Dat geldt ook voor de beleving. Dennis en zijn team kruipen daarvoor in de huid van de gast: "Wat blijft erover als je het eten weghaalt? Hoe kunnen we dat zo goed mogelijk invullen? Verlichting, inrichting, kleuren, geluid en uiteraard hygiëne. Daar denken we over na en daar zorgen we vervolgens voor."



"DE I-MATT GARANDEERT EEN VEILIGE VLOER"

Lees meer over de i-matt op pagina 9



Scan de QR-code voor het recept



VOORGERECHT
LANGOUSTINE
KRUIDENOLIE – VENKEL – CITROEN

Het eerste wat ik eet als ik Italië bezoek, is verse plancha langoustines met verse kruiden. Het maakt me intens gelukkig; pure smaken en erg lekker. Dit gerecht is geïnspireerd op die momenten in Italië.

WIJN-SUGGESTIE

La Colombera Colli Tortonesi DOC Timorasso "Derthona" Italy



Scan de QR-code voor het recept



HOOFDGERECHT
KALFSHAAS
RAVIOLI – POMPOEN

Vitello me colatura is zo verschrikkelijk lekker. Het zoute van de colatura tilt de kalfschaas naar een hoger niveau. Een zelfgemaakte ravioli mag niet ontbreken bij een Italiaans gerecht.

WIJN-SUGGESTIE

Costa Toscana Ceppitajo Azienda Agricola Russo Italy



Scan de QR-code voor het recept



Voor mij zijn de tomaat en de artisjok de échte Italiaanse groenten. Pure, intense smaken die smelten in je mond. De burrata versterkt dit en brengt de ingrediënten op een bijzondere manier samen.

WIJN-SUGGESTIE

Jesera Pinot Grigio Doc Collio Italy



BIJGERECHT
ARTISJOK
TOMAAT – BURRATA

Scan de QR-code voor het recept



Een Italiaanse dag start en eindigt met een espresso. De olijven zorgen voor de spanning. Het zoute en bittere dat je toevoegt aan het frizzure van de bessen zorgt voor een harmonieuze smaakexplosie.

WIJN-SUGGESTIE

Santovino Sommavite Vino Liquoroso Italy



DESSERT
BLAUWE BESSEN
KOFFIE – TAGGIASCA OLIJVEN

TOEGANG TOT SCHOON WATER VOOR IEDEREEN

**dat is de missie van de
Stichting Made Blue**

Met de productie van meer dan 11 miljard liter schoon water is de stichting Made Blue Foundation vooral bekend om haar werk in ontwikkelingslanden in Oost-Afrika en Zuidoost-Azië. Maar wist je dat Made Blue ook dichterbij huis een positieve impact heeft?



MADE BLUE



DUURZAAM
ZAKENDOEN



Machiel van Dooren
Medeoprichter van de
Stichting Made Blue
machiел.van.dooren@madeblue.org

Ongeveer een jaar geleden ontwikkelde Made Blue de Made Blue Fles, een duurzame, hoogwaardige en herbruikbare waterfles die duizendmaal zijn inhoud levert als schoon water elders op de planeet en verkrijgbaar is voor slechts een fractie van de kosten van andere reguliere flessen op de markt. Al enkele maanden later kwam de fles beschikbaar als i-fles: een fles die zorgt voor duurzame hydratatie onderweg en tegelijk helpt om de planeet schoon te maken.

Op dit moment zijn er meer dan 50.000 i-flessen in omloop, die niet alleen 25 miljoen liter schoon drinkwater aan de impactbalans toevoegen, maar het ook voor professionals en consumenten mogelijk maken om de waanzin van flessenwater een halt toe te roepen en in plaats daarvan te kiezen voor kraanwater voor onderweg.

In samenwerking met Made Blue opende i-support, de liefdadigheidsstichting van i-team, onlangs een openbare drinkwaterfontein bij Geel Zwart, een lokale hockeyclub in het Nederlandse Veghel. Behalve dat complete kratten met waterflessen voor teams gratis worden gevuld, kunnen spelers en bezoekers een vrijwillige donatie doen door tijdens het 'tanken' een Made Blue QR-code te scannen.

Sinds 2021 installeert Made Blue op gelijksoortige wijze openbare drinkwaterfonteinen in winkelcentra door heel Nederland. Het is fantastisch dat we nu samen met -team en i-support kraanwateroplossingen naar scholen en sportverenigingen kunnen brengen.

Op weg naar toegang tot schoon drinkwater voor iedereen ... en tegelijk een eind maken aan de waanzin van flessenwater.

**“OM DE
WAANZIN VAN
FLESSENWATER
EEN HALT TOE
TE ROEPEN”**

Michelle Marshall, redacteur voor het European Cleaning Journal (ECJ), brengt ons een overzicht van nieuws uit de schoonmaakbranche in heel Europa gedurende de zomer van 2021.

NEWS FLASH EUROPE



“Nu de paniek over de covidpandemie wat is weggeëbd en een zekere mate van normaliteit terugkeert in ons leven, worden we direct geconfronteerd met een nieuw risico in de vorm van de recente mutaties van een ander virus, de apenpokken?”, vroeg Lynn Webster in het Verenigd Koninkrijk zich af. Het kan een probleem van korte duur zijn, dat net zo snel verdwijnt als dat het verscheen en waardoor de apenpokken na enkele maanden alweer oud nieuws is, maar misschien ook niet; en er zal altijd wel een ander virus op de loer liggen dat snel kan muteren. Wat het in ieder geval duidelijk toont, is dat professionele en effectieve reiniging centraal staat als het gaat om het beheersen van elke mogelijke uitbraak en dat het een vitale rol speelt om iedereen gezond, veilig en wel te houden.

“Gedurende het hoogtepunt van de pandemie werden de waarde van schoonmaken en de publieke perceptie ervan duidelijk erkend, hoewel er nog veel werk verzet dient te worden”, zo concludeerde Lynn. De branche moet dan ook campagne blijven voeren en blijven lobbyen op overheidsniveau, om zo de status te bereiken die zij verdient: die van een geschoold beroep.



Duitsland

Ondertussen deed Duits correspondent Katja Scholz in de zomereditie van het EHJ verslag van de stemming binnen de schoonmaaksector in het land, volgend op de publicatie van het laatste onderzoek van contractschoonmaakvereniging BIV. Natuurlijk was de oorlog in Oekraïne een belangrijk thema, met als een van de meest opvallende effecten de enorme stijging

van de prijs van elektriciteit, gas, olie en benzine. Op een schaal van 1 tot 10 beoordeelden de ondervraagde bedrijven de invloed van stijgende energieprijzen met een 7.3 als een belangrijke bron van druk op de begrotingen.

En hoe ziet de omzetprognose voor het lopende jaar eruit? Vrij gemengd: terwijl 46% anticipeert op omzetgroei, verwacht 32% dat deze stabiel blijft en voorspelt iets minder dan 21% een omzetzaling.



Denemarken

Op een veel lichtere toon vertelde Lotte Printz in Denemarken ons over een nieuwe reality-tv-show, zich afspelend rondom het schoonmaken. Tien amateurschoonmakers (sommigen noemen hen wellicht ‘obsessieve compulsieve schoonmakers’, omdat ze thuis dagelijks soms tot wel vier uur bezig zijn met schoonmaken!) strijden tegen elkaar in een reeks rondes.

De uitdagingen die ze in elke aflevering krijgen zijn voornamelijk huishoudelijke schoonmaakkoutines, zoals afwassen, vlekken verwijderen, de kinderkamer opruimen, of de woonkamer schoonmaken nadat zoonlief een bom heeft laten ontploffen, ofwel een feestje heeft georganiseerd. In twee afzonderlijke afleveringen doen ze echter een poging om een mobiel toilet van een muziekfestival en een hotelkamer schoon te maken, waarbij ze in het laatste geval net zoveel tijd krijgen als een professioneel kamermeisje.

Voortdurend gebruiken de deelnemers elleboogvet, maar zelden de schoonmaakmiddelen die ze gewend zijn. Natuurlijk heeft elke uitdaging een twist. Zoals bijvoorbeeld het gebruik van ingrediënten die je alleen vindt in de keuken- of badkamerkast of een schort om er vieze ketchup- en cacao-vlekken mee weg te vegen. Of om krijtachtige witte aanslag in waterkokers en de douche te verwijderen met een keuze uit huishoudelijke artikelen, zoals yoghurt, mayonaise, azijn, sinaasappels en ingemaakte rode bieten. De deelnemers zijn in de wolven als ze bij een andere uitdaging uiteindelijk plankenvol gewone reinigingsproducten krijgen gepresenteerd. Om er daarna achter te komen dat deze producten in verschillende flessen en blikken zijn gedaan en geëtiketteerd ... in het Grieks! Ironisch genoeg was de winnaar van deze eerste serie een professionele ramenwasser!

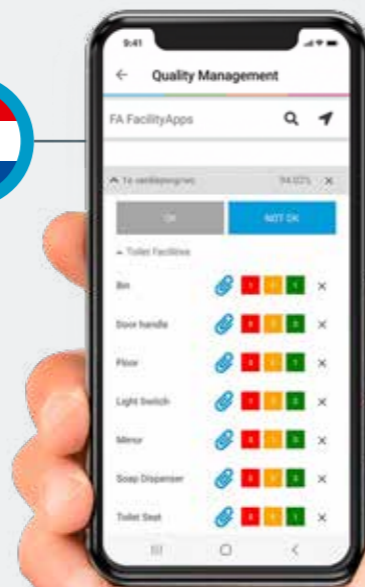


Nederland I

Wat te doen als je als schoonmaakinspecteur – terwijl het schoonmaken van lichtschakelaars nog steeds onderdeel is van het schoonmaakprotocol – ontdekt dat bijna alle lampen in het gebouw automatisch worden in- en uitgeschakeld door sensoren. En hoe zit het met de pedaalemmers en vuilnisbakken die steeds meer uit kantoren verdwijnen? Dit zijn typische situaties waar je in dit beroep tegenaan kunt lopen. De Nederlandse verslaggever John Griep van de VSR werpt licht op de wijze hoe schoonmaakinspecteurs opgeleid worden in zijn land.

VSR en de Stichting Schoonmaak Kwaliteit (SSK) organiseerden onlangs een Monitor/Inspecteur Dag, zodat degenen die zijn gekwalificeerd volgens het VSR-Kwaliteitsmeting Systeem (VSR-KMS) elkaar konden ontmoeten. De monitoren en inspecteurs van de VSR zijn dagelijks actief bij verschillende opdrachtgevers in het hele land, om te controleren of schoonmaakbedrijven zich houden aan de schoonmaakprotocollen en voldoen aan de VSR-KMS-standaarden. Er bestaat zelfs een kwaliteitskeurmerk voor bedrijven die deze controles uitvoeren.

NEWS FLASH EUROPE



Nederland II

De zomer trapte perfect af voor de schoonmaakbranche met Interclean Amsterdam, Europa's grootste beurs voor de sector die plaatsvond gedurende vier zonnige dagen in mei in de Amsterdamse RAI. Zo'n 670 exposanten en 26.000 bezoekers uit 125 landen waren opgetogen dat ze elkaar weer persoonlijk konden ontmoeten na een pauze van vier jaar vanwege de pandemie.

Maar het was niet alleen een vrolijke reünie. Tegelijkertijd was het een uitgelezen kans om zaken te doen, productinnovaties te ervaren en het uitgebreide kennisprogramma bij te wonen. Robert Stelling, directeur van Interclean Global Events,

vatte het als volgt samen: "We mogen terugkijken op vier zeer geslaagde dagen, met een hele positieve sfeer in de beurshallen."



Frankrijk

Ook in Frankrijk zien we meer druk op de budgetten van schoonmaakbedrijven; de laatste verhoging van het minimumloon, de derde in zeven maanden, zorgt voor de nodige stress, aldus lokaal EHJ-correspondent Christian Bouzols. "Je kunt alleen uitgeven wat je hebt", zegt Philippe Jouanny, voorzitter van de Franse federatie van schoonmaakbedrijven FEP. "Als je winstmarge tussen de 1 en 3% ligt en je loonsom gelijk is aan 80% van je dienstverlening, dan hou je geen marge over op het moment dat de lonen met 2% stijgen."



Leen Zevenbergen

is een bedrijfs- en technologie-expert, leider op het gebied van duurzaamheid, TEDx-spreker, auteur van talloze bestsellers en de eerste artificiële intelligentie-ondernemer in Nederland.

VAN **BLAUW** NAAR **GROEN** LATEN WE IMPACT CREEREN!



greener

Zoals aangekondigd tijdens de i-gathering 2021 is duurzaamheid een centraal thema bij i-team wereldwijd en tegelijk de belangrijkste focus voor de komende i-gathering in 2022.

SCAN DE QR-CODE
VOOR EEN VIDEO-
IMPRESSIE VAN DE
I-GATHERING 2021



DUURZAAM
ZAKENDOEN

“DUURZAAMHEID
IS EEN
KERNTHEMA”

Op dit moment werkt i-team Global aan het verkrijgen van twee duurzaamheidscertificaten; binnenkort zijn we brons-gecertificeerd bij EcoVadis en werken we ook hard aan het behalen van de B-Corp-certificering. Heeft dat impact?



Jazeker, dat heeft het. Deze certificeringen laten zien dat we bereid zijn om bij te dragen aan positieve verandering. Maar de échte 'gamechangers' en impactmakers zijn jullie allemaal. Hier werk je dagelijks aan, elke dag sta je in contact met alle leden van ons netwerk. Je maakt een blijvende impact. Dat is het enige en ware bewijs dat i-team Global resoluut op weg is naar duurzaamheid.



RONALD BOESJES

Amassadeur i-team
Global/i-solution
ronald@i-teamglobal.com

TIPS & TRICKS



De weg naar een opdracht

Je herkent het wel: over twee weken heb je de kans om in gesprek te gaan met een grote veeleisende prospect die je graag als klant wilt hebben. Verloopt het gesprek voorspoedig, dan mag en kun je daarna de offerte opstellen. Kijk je in je agenda naar je taken en de drukte van je team en jezelf, moet je dan al die dingen ook nog doen, of niet? Hoe kunnen jij en je team samen deze nieuwe opdrachtgever binnenhalen? Praktische tips: voorbereiding, focus en een stappenplan.



Maak je hoofd leeg

Hoe? Ga na je werk wandelen. Ga vissen, lees een boek, speel met je kinderen of ga sporten. Ga de komende dagen vroeg naar bed. Zo raakt je hoofd leeg. Zit er toch nog een probleem in je hoofd? Denk er even niet aan. Leg het weg op de schoorsteen, boven de openhaard of op de vensterbank. Slaap er een nachtje over. Je zult zien: de volgende dag kijk je er heel anders tegenaan.



Minder taken

Maak je takenpakket kleiner in de weken voorafgaand aan het eerste gesprek met je prospect. Werk eerst de gemakkelijkere dingen af. Vertel je teamleden dat ze hetzelfde moeten doen. Focus op maximaal drie belangrijke dingen per dag. Als je groen licht krijgt, ligt ieders focus op de prospect.

Opruimen

Ruim je kantoorwerkplek op. Een opgeruimd bureau en een leeg hoofd geven je de ruimte om je te focussen op de prospect. Maak ook je agenda wat leger. Kijk welke afspraken en activiteiten eruit kunnen of verplaatst kunnen worden. Laat je team hetzelfde doen, zodat zij jou kunnen helpen als het moment suprême is aangebroken.

Focussen?

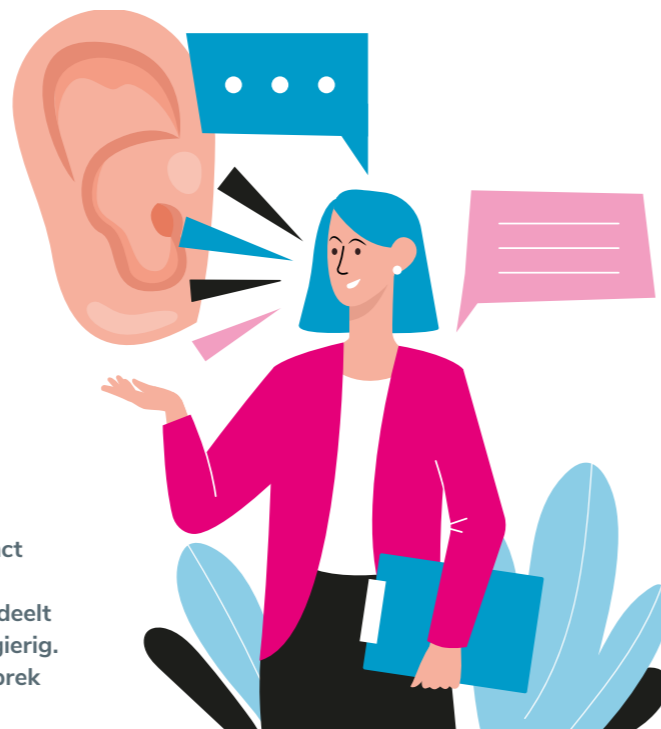
1 Voorbereiding

Bereid het gesprek met je prospect altijd goed voor

Wat doet en wie is het bedrijf? Wat doet de contactpersoon? Wie is hij- of zijzelf? En waar staat deze persoon in de organisatie? Maak een plan met je team voor wat je wilt bespreken en vragen in het eerste gesprek.

Luisteren

Denk tijdens het gesprek aan je houding, kleding, het oogcontact de begroeting. Kom (ruim) op tijd. En ... luister goed, want we hebben twee oren en één mond. In het kennismakingsgesprek deelt de prospect vaak zijn visie en wat hij anders wil. Wees nieuwsgierig. Geef op gepaste wijze een compliment. Spreek tijdens het gesprek veel in de wij-vorm, zodat je laat zien dat jullie dezelfde missie hebben.



Eén team, één taak

Stel voor jezelf en het team een stappenplan op over de wijze waarop je van de prospect uiteindelijk een klant kunt maken. Zijn er dingen die nog niet zijn gedaan of nog niet beschikbaar zijn? Zijn er dringende zaken die je snel moet oplossen? En ten slotte: zorg ervoor dat je alle juiste documenten ter beschikking hebt.

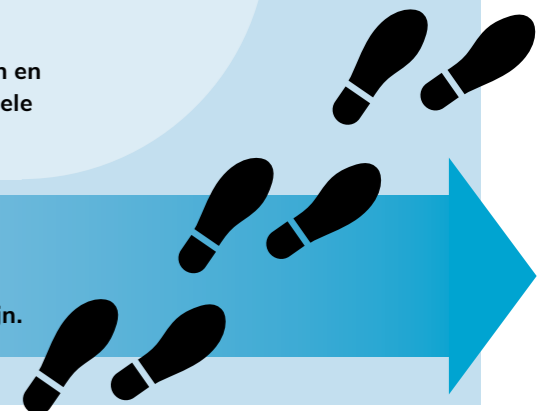
3 Stappenplan

Maak een 'bid/no-bid'

Vraag jezelf af wat het kost om de offerte te maken en of je deze kosten tijdens de looptijd van het eventuele contract terug kunt verdienen.

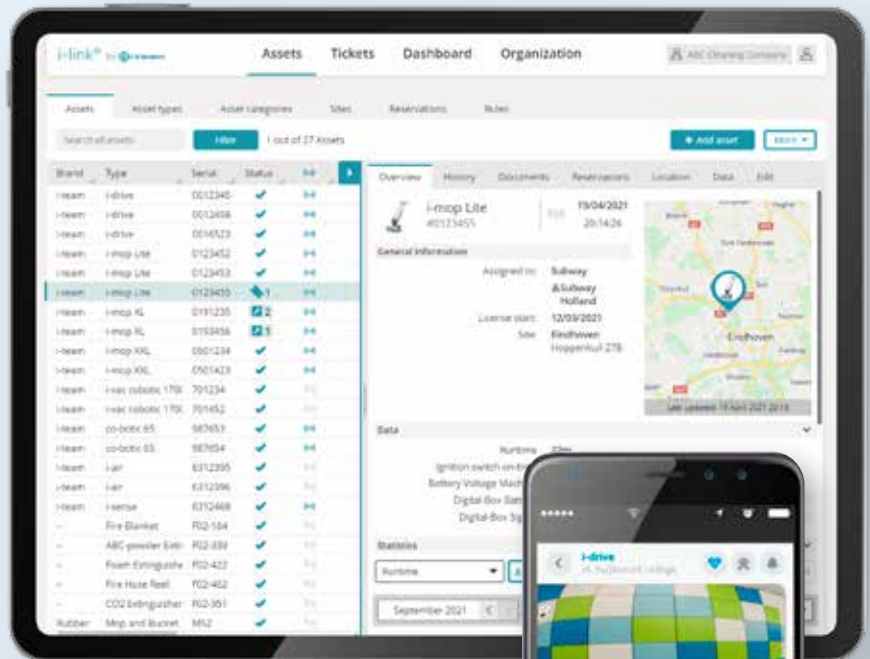
Specialisten

Verdeel de taken onder de leden van je team die er het meest geschikt voor zijn.



i-link®

Beheer je schoonmaak



i-mop XL



i-sense



Co-bot™ 65



i-link® is het nieuwe cloudplatform voor je gereedschappen, machines en naleving van regels. Nieuwe i-team-producten bevatten een kleine module die al is geïntegreerd met de i-linkcloud. Deze module verzendt dagelijks gebruiksinformatie, het batterijniveau en zelfs gegevens over de locatie van de machine naar het platform.



A smarter way of cleaning. Join the revolution.

i-connect

© i-team Global HQ



i-team®

i-teamglobal.com