

# LOOK!

Magazyn firmowy

04 2017

**Bell Food Group –  
wspólnymi siłami  
naprzód**

BELL  
FOOD  
GROUP





# Nowa identyfikacja wizualna marki Bell Food Group

## Drogie Koleżanki i Koledzy!

Zgodnie z wizją «Razem na szczyt» obszary biznesowe firm Bell, Hilcona i Eisberg coraz bardziej zrastają się ze sobą w jedną silną całość. Aby podkreślić i wzmocnić ten kierunek rozwoju, grupie Bell nadano w 2017 roku nową nazwę Bell Food Group. Wraz z nową nazwą grupy stworzyliśmy dla naszego przedsiębiorstwa wspólną tożsamość, w obrębie której odnajdują się w równej mierze wszystkie obszary biznesowe.

Teraz nadaliśmy Bell Food Group także własne oblicze. Najważniejszym elementem nowego wizerunku jest nowe logo z charakterystycznymi trzema kręgami. Symbolizują one wartości przedsiębiorstwa, czyli jakość, smak i zrównoważoną produkcję, obowiązujące od dzisiaj dla całej Bell Food Group. Będą one wytycznymi dla działań firm Bell, Hilcona i Eisberg.

Nowa prezentacja wizualna Bell Food Group nie oznacza jednak, że znikną logo Bell, Hilcona i Eisberg. Zawsze bowiem, kiedy nadawcą będzie jeden z wyżej wymienionych obszarów biznesowych, będzie on się komunikował pod własnym logo i znaną do tej pory prezentacją wizualną. Nowa identyfikacja wizualna marki będzie znajdowała zastosowanie tylko wtedy, jeśli Bell Food Group

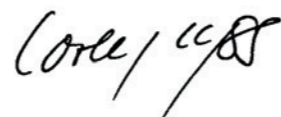
będzie komunikowała się na zewnątrz i wewnątrz jako całość, jak np. podczas wspólnej prezentacji na targach Anuga w 2017 roku w Kolonii.

Wewnątrz przedsiębiorstwa nowy wizerunek jest platformą identyfikacyjną dla pracowników. Jeśli wszyscy będziemy ze sobą współpracowali, uczyli się od siebie i nawzajem sobie pomagali, to staniemy się silniejsi. Z tego powodu wraz ze stworzeniem nowego wizerunku Bell Food Group zmieniliśmy także strukturę treści, szatę graficzną i nazwę magazynu dla pracowników: Bell News stało się LOOK! Magazyn dla pracowników jest idealną platformą komunikacyjną, służącą wymianie informacji wewnątrz Bell Food Group.

W przyszłym roku czekają nas wielkie wyzwania. Skupimy się na działaniach w celu zyskowego wzrostu, żebyśmy także w przyszłości byli zdrowym przedsiębiorstwem pod nową marką korporacyjną Bell Food Group.

Cieszę się na wspólną przyszłość, życzę Państwu spokojnych, pełnych miłych przeżyć Świąt, i zdrowia w nadchodzącym roku.

Lorenz Wyss  
przewodniczący kierownictwa grupy




16



30

BELL  
FOOD  
GROUP



18

## Treść

Z codzienności przedsiębiorstwa

- 4 W służbie bezpiecznego smaku**  
Z wizytą w centralnym laboratorium grupy Coop
- 6 Zakup ryb i owoców morza przy wykorzystaniu wspólnej energii**  
Bell i Transgourmet wykorzystują synergie

Podstawowe informacje

- 8 Wbicie pierwszej łopaty w Marchtrenk**  
Nowy zakład świeżych gotowych produktów w Austrii
- Nr 1 znaku jakości dla marki Abraham**  
Doskonała prawdziwa szynka
- Twoja opinia ma dla nas znaczenie!**  
Ankieta pracowników 2018
- 9 Pod znakiem przyszłości**  
Impreza dla uczniów 2017 w Bell Food Group

Praca w Bell Food Group

- 10 Dobry plan – indywidualne wsparcie**  
Rozwój w Bell Food Group
- 11 Zmiany w kartach rabatowych Coop i czekach REKA**
- 12 «Bezpieczeństwo w miejscu pracy jest priorytetem»**  
Wywiad z Christianem Venturinem
- 14 0 – 1 – 100 – ∞, przepis na sukces**  
Zarządzanie procesami biznesowymi w szwajcarskim oddziale firmy Bell w zakładzie w Zell.

Ekologia i innowacja

- 16 Bioprodukty do noszenia**  
Torebki i akcesoria Fin Projects

Z pierwszej strony gazety

- 18 Razem naprzód!**  
Historia «Bell Food Group»
- 21 Look@BellFoodGroup**  
Weź udział w wielkim konkursie fotograficznym dla pracowników
- 22 Po raz pierwszy pod jedną marką korporacyjną**  
Bell Food Group na targach Anuga 2017

Moje Hobby

- 24 Zachwycony drzewołazami**  
Michael Materna ma u siebie w domu mały kawałek lasu deszczowego

Jubileusze

- 26 Jubileusze**  
LOOK! gratuluje jubilatam od grudnia 2017 do lutego 2018 roku

**27 Uczący się zawodu w Bell Food Group**

Nasz świat smaków

- 28 Świeży makaron jak ręcznie wyrabiany**  
«Pasta Tradizionale» marki Hilcona

- 29 Nadchodzą święta**  
Nowości w szwajcarskim asortymencie firmy Bell

- 30 Twarda skorupka kryje smaczny środek**  
Małże to popularny specjał w okresie Bożego Narodzenia

Tak osiągnięta jest jakość

- 32 «Każdy przyczynia się codziennie do uzyskania jakości»**

Z wizytą w centralnym laboratorium grupy Coop

# W SŁUŻBIE BEZPIECZNEGO SMAKU

W maju 2017 roku laboratorium mikrobiologiczne szwajcarskiego oddziału Bell przeprowadziło się z głównej siedziby w Bazylei do zakładu Coop w Pratteln i stało się częścią laboratorium centralnego Coop. Zespół LOOK! przybył do Pratteln i zajrzał za kulisy laboratorium.

Do wiosny 2017 roku szwajcarski oddział firmy Bell przeprowadzał badania mikrobiologiczne jeszcze we własnym laboratorium w zakładzie w Bazylei. W maju 2017 roku laboratorium przeniosło się wraz ze wszystkimi pracownikami do centralnego laboratorium Coop w Pratteln. Aby sprostać rosnącym wymaganiom dotyczącym badań chemicznych i mikrobiologicznych, w niedalekiej przyszłości konieczna byłaby przebudowa i wyposażenie na nowo laboratorium w Bazylei.

Z centralnym laboratorium Coop dział zarządzania jakością firmy Bell już wcześniej ściśle współpracował. Dlatego przyłączenie laboratorium mikrobiologicznego Bell do laboratorium Coop było logicznym posunięciem, umożliwiającym skuteczne wykorzystanie wspólnych kompetencji.

Kierownikiem laboratorium centralnego Coop w Pratteln jest Rolf Bögli. To, co niewtajemniczeni znają na ogół tylko z telewizji i kojarzą ze stresującym poszukiwaniem śladów à la CSI, jest dla niego i jego zespołu codziennością.

Łącznie jedna czwarta wszystkich próbek w laboratorium centralnym Coop pochodzi z firmy Bell. «W dziale analiz mikrobiologicznych nawet około połowa próbek pochodzi od firmy Bell», dodaje Rolf Bögli.

Za pomocą analiz mikrobiologicznych sprawdzane jest, czy artykuł żywnościowy w normalnych warunkach przechowywania do upłynięcia daty przydatności do spożycia może być bezpiecznie konsumowany oraz czy odpowiada zarówno ustawowym, jak i wewnątrzzakładowym wymogom. Takie badania są przeprowadzane rutynowo. O częstotliwości badania konkretnych produktów decyduje dział zarządzania jakością.

Steffen Zirkelbach, kierownik działu koordynacji analiz firmy Bell, tłumaczy zasady

jego pracy: «Koncentrujemy się na produktach gotowych do spożycia, które mogą być konsumowane bez dalszej obróbki.»

Temperatura powyżej 72 stopni Celsjusza unieszkodliwia większość drobnoustrojów, znajdujących się ewentualnie na produkcie. W przypadku produktów gotowanych ryzyko kontaminacji drobnoustrojami jest więc mniejsze. Ważne jest po prostu, aby podczas przygotowania przestrzegane były powszechnie znane zasady higieny w kuchni.

«Wszystkie próbki z pojedynczych zakładów produkcyjnych są wysyłane do laboratorium centralnego w Pratteln», tłumaczy dalej Steffen Zirkelbach i dodaje: «Tylko zakład Bell w Zell z powodu ścisłej współpracy z działem produkcji drobiu ma na miejscu własne laboratorium mikrobiologiczne.»

Po przywiezieniu do laboratorium, pojedyncze próbki składowane są w temperaturze pokojowej lub w chłodni, w zależności od tego, z jakiego produktu pochodzą. O długości składowania decyduje przydatność produktów do spożycia. Próbkę są sprawdzane w dniu upłynięcia minimalnego terminu przydatności do spożycia. Badanie ma na celu uwidocznienie kontaminacji produktu drobnoustrojami.

«Wytwarzamy bezpieczne artykuły spożywcze,» mówi Steffen Zirkelbach «analizy służą do kontroli naszych procesów produkcyj-

nych. W ten sposób sprawdzamy bezpieczeństwo artykułów spożywczych i możemy, jeśli to konieczne, podjąć działania ku polepszeniu ich jakości.»

Oprócz kontroli mikrobiologicznych w laboratorium w Pratteln przeprowadzana jest także analiza chemiczna, podczas której produkty są rozkładane na pojedyncze składniki chemiczne, takie jak np. tłuszcz lub białko. Jednocześnie analizy służą do wykrycia niepożądanych substancji, np. pozostałości po lekarstwach weterynaryjnych czy obecności alergenów. • sh

**Szwajcarski oddział Bell przeprowadza rocznie około 15 000 badań próbek.**



Dzięki przyłączeniu do centralnego laboratorium możliwe jest skuteczne wykorzystanie wspólnych kompetencji.







Bell i Transgourmet wykorzystują synergie

# ZAKUP RYB I OWOCÓW MORZA przy wykorzystaniu wspólnej energii

*«Projekt współpracy w zakresie ryb morskich i owoców morza» pokazuje, jakie zalety ma bliska współpraca w grupie Coop. Jest to porozumienie firm Bell i Transgourmet w sprawie wspólnych zakupów ryb i owoców morza.*

*Dzięki temu uczestnicy zapewniają sobie nie tylko potrzebne surowce na korzystnych warunkach, ale również mogą optymalnie sprzedawać produkty według odmiennych potrzeb w różnych krajach.*

## Koncepcja umożliwia między innymi całościowe wykorzystanie ryb.

W ubiegłym roku Bell i Transgourmet kupiły ponad 35 000 ton ryb i owoców morza na rynek w Szwajcarii, Niemczech, Francji i Austrii. Są to na przykład gatunki ryb takie jak łosoś, dorsz i dorada oraz małże.

Podczas zakupu morskich specjalów spółki od jakiegoś czasu korzystają z zalet współpracy. Umożliwia to «projekt współpracy w zakresie ryb morskich i owoców

morza». Zlecenie projektu zostało wydane przez kierownictwo działu firmy Bell Schweiz AG z celem wykorzystania międzynarodowych synergii nabywanych w grupie Coop. Projekt rozpoczął w 2013 roku José-Manuel Seabra, kierownik działu

produkcji ryb i owoców morza w Bell Szwajcaria.

Po zakończeniu fazy przygotowawczej i ustaleniu warunków ramowych przed trzema laty rozpoczęła się realizacja. Najpierw w projekcie uczestniczyły zakłady firm Bell i Transgourmet z Francji oraz Bremerhaven. W 2016 roku dołączyły Transgourmet Austria i Szwajcaria oraz spółka córka Transgourmet, FrischeParadies.

«Rosnące koszty surowców stanowią dla nas największe wyzwanie podczas zakupów ryb», mówi Theodor Pulver, kierownik działu zakupów owoców morza w firmie Bell. «Na szczęście w Szwajcarii jesteśmy w stanie w znacznym stopniu dostosować do nich ceny sprzedaży. Jednak u naszych zagranicznych partnerów nie zawsze tak jest.»

Z tym faktem powiązane firmy radzą sobie na różne sposoby: ze względu na większą ilość związaną z zakupami powiązanimi mogą one uzyskać u dostawców lepsze warunki. Ponadto koncepcja umożliwia całościowe wykorzystanie towarów. W Szwajcarii jest coraz większy popyt na części najwyższego gatunku, na przykład łososa lub dorsza, ale w Niemczech, Francji i Austrii istnieje zapotrzebowanie raczej na inne części ryb. Podział ryb wpływa pozytywnie nie tylko na kształtowanie cen. Współgra on bowiem również z ekologiczną zasadą «Nose to tail» firmy Bell, według której przetwarzane jest całe zwierzę od czubka pyska po ogon lub płetwę ogonową.

Zmieniające się zachowania klientów również mają wpływ na politykę zaopatrzeniową partnerów. «Przed wszystkim ze względu na działalność dyskontów na rynku potrzeby konsumentów coraz bardziej przesuwają się od klasycznej lady ze świeżymi rybami w kierunku produktów pakowanych w supermarketach. Ma to wpływ na zakup gatunków i ilości», wyjaśnia Theodor Pulver.



Ważnym zadaniem składającego się z dwunastu pracowników zespołu projektowego z czterech krajów jest więc nieustanne pozostawanie na bieżąco ze wszystkimi kwestiami dotyczącymi owoców morza. W związku z tym eksperci od owoców morza obserwują aktualne zmiany na rynku, oceniają dostawców i pracują nad nowymi rozwiązaniami pakowania. Uzupełnieniem dobrej współpracy i regularnej wymiany w zespole są między innymi trzy lub cztery osobiste spotkania w roku. Należy do nich również coroczna wspólna wizyta u nowego lub aktualnego dostawcy.

W przyszłości eksperci spodziewają się nadal rosnącego popytu na zdrową żywność z morza. Dlatego uczestnicy rozwijają «projekt współpracy w zakresie ryb morskich i owoców morza» i w następnej fazie przejdą do poszukiwań nowych partnerów oraz koncepcji. • mr

## Realizacja projektu rozpoczęła się trzy lata temu.





Nowy zakład świeżych gotowych produktów w Austrii

## Wbicie pierwszej łopaty w Marchtrenk

15 września 2017 r. nastąpiło wbicie pierwszej łopaty pod budowę nowego zakładu gotowych produktów w austriackim Marchtrenk. Rozpoczęcie działalności planowane jest na jesień 2018 roku.

Bell Food Group zwiększa inwestycje w Austrii. Po nabyciu specjalizującej się w drobiu firmy Hubers w marcu 2016 roku, we wrześniu 2017 firma rozpoczęła budowę nowego zakładu gotowych produktów w Marchtrenk. Nowy zakład będzie należał do Eisberg i powinien zostać uruchomiony jesienią 2018 roku. Projekt budowy nowej fabryki o wartości 30 milionów pozwoli przedsiębiorstwu na stworzenie w przyszłości ponad 100 miejsc pracy w pierwszym etapie rozbudowy.

«Oprócz lokalnej produkcji koncentrujemy się na największym możliwym wykorzystaniu tutejszych regionalnych surowców do przetworzenia», wyjaśnia Franco Mühlgrabner, prezes Eisberg Österreich GmbH. Dobra współpraca z lokalnymi producentami, zwłaszcza w zakresie nabywania surowców, jest ważna. «Chcemy rozbudowywać istniejące partnerstwa i nawiązywać kolejne współprace», wyjaśnia Mühlgrabner i dodaje: «Drzwi do negocjacji w Eisberg Austria są zawsze otwarte dla lokalnych dostawców surowców!» • sh

Doskonała prawdziwa szynka

## Nr 1 znaku jakości dla marki Abraham

Konsumenci wybrali: prawdziwa szynka Abraham pod nazwą Edel & Zart otrzymuje wartościowy tytuł «Produkt Roku», nadawany corocznie przez specjalistyczny magazyn Lebensmittel Praxis.

Jest cieniutko pokrojona, daje się łatwo wyjąć z opakowania, a w każdym plasterku tkwi pełny aromat surowej szynki. Dzięki tym właściwościom prawdziwa szynka Abraham Edel & Zart otrzymała wyróżnienie «Produkt Roku» specjalistycznego magazynu niemieckiego Lebensmittel Praxis. Produkt wyrabiany w wersji wędzonej i suszonej na powietrzu otrzymał pożądaną złotą nagrodę konsumentów.



W ten sposób ankietowani uhonorowali szynki wytwarzane w Bell Niemcy bardzo specjalistyczną metodą. Polega ona na tym, że ze względu na większe obsuszenie i precyzyjne peklowanie możliwe jest krojenie bez zamrażania, co zapewnia zachowanie właściwości. Dzięki temu szynka jest cały czas delikatna, krucha i aromatyczna.

Jako «Produkt Roku» redakcja Lebensmittel Praxis wyróżnia corocznie najbardziej innowacyjne nowe produkty. W tym celu regularnie ankietowanych jest ponad 5000 klientów na interfejsie konsumentów. Nagroda odbiorców, wiarygodna i znana szerokiej rzeszy nabywców, od wielu lat wiedzie prym wśród wyróżnień dla produktów i wznosi się jak latarnia morska pośród różnorodnych nadawanych regularnie odznaczeń. Znak jakości ułatwia odszukanie produktu w supermarkecie oraz kieruje uwagę klienta na te wyróżnione, a więc wkrótce również na prawdziwą szynkę Abraham Edel & Zart. • mr

Ankieta pracowników 2018

### Twoja opinia ma dla nas znaczenie!

W pierwszym kwartale 2018 r. ponownie przeprowadzona zostanie ankieta wśród pracowników. Treść ankiety została rozbudowana i uproszczona, a zostanie ona ponownie przeprowadzona w całej Bell Food Group. Główne zagadnienia to zadowolenie pracowników, warunki pracy i współpraca. Udział będzie możliwy w wersji papierowej oraz online. Jednocześnie pracownicy mogą wypełnić ankietę w lokalnym języku zakładu. Liczymy na powszechny udział i dziękujemy już teraz za wartościowe opinie.



Impreza dla uczniów 2017 w Bell Food Group

## Pod znakiem przyszłości

Na początku października w Schwarzenberg w pobliżu Lucerny odbyła się impreza dla uczniów Bell Food Group. Najważniejsza była zabawa, ekscytacja i wzajemne poznanie się. Jednocześnie uczniowie odważyli się spojrzeć w przyszłość i zadali sobie pytanie, co dla dalszego istnienia grupy oznaczają zagadnienia takie jak cyfryzacja i automatyzacja.

Od 11 do 13 października uczniowie Bell Food Group spotkali się na zlocie w centrum kształcenia Matt w Schwarzenberg koło Lucerny. Oprócz uczniów z Bell Szwajcaria i Bell Niemcy po raz pierwszy w zlocie udział wzięli również uczniowie z firm Hilcona, Frostag i Gastro Star.

Po prezentacji różnych działów i zawodów do kształcenia oraz ekscytującym turnieju piłkarzyków na samodzielnie wykonanych stołach uczniowie zajęli się bliżej przyszłością Bell Food Group.

Dzięki pięciu różnym prezentacjom uczniowie uchylili rąbka przyszłości do 2030 roku. Jakie zmiany na rynku pracy wprowadzi «cyfryzacja» i «Przemysł 4.0»? Co dla branży spożywczej oznaczają różne trendy żywienia, takie jak gotowe produkty, slowfood lub owady? A przede wszystkim, w jaki sposób

przedsiębiorstwa takie jak Bell Food Group mogą najlepiej przyciągnąć młodych ludzi do nauki zawodu?

Pojawiło się kilka ciekawych pomysłów: marketing kształcenia przez Snapchata, Instagram i Youtube, filmiki dotyczące codziennej pracy nagrywane zaczepioną kamerą Go Pro lub nowa grupa zawodowa «kreatorzy odpadów» do rozwoju produktów z materiałów z recyklingu. Jedno jest pewne: uczniom na pewno nie brakuje potencjału kreatywności. • sh



W zlocie po raz pierwszy wzięli udział uczniowie z firm Hilcona i Eisberg.



Rozwój w Bell Food Group

# Dobry plan – indywidualne wsparcie

*Jednym z filarów filozofii przedsiębiorstwa jest możliwość rozwoju pracowników w Bell Food Group. Od 2018 roku możliwości w tym zakresie będą ustalane systematyczniej, a wsparcie udzielane jeszcze bardziej indywidualnie. Zapewni to nowa ocena potencjału w ramach zarządzania talentami oraz wprowadzenie programów rozwoju dla przyszłej kadry kierowniczej.*

Ponieważ niektórzy pracownicy chcą zrobić kolejny krok w swojej karierze, a inni w ogóle nie wiedzą, jakie możliwości w nich drzemą. Analiza potencjału wykazuje, czy ktoś jest gotowy na nowe wyzwania lub jakiego wsparcia potrzebuje na swojej drodze. Jest to nowy element utworzonego już w roku 2012 zarządzania talentami, które od 2018 roku po raz pierwszy będzie obowiązywać w całej Bell Food Group.

Pierwszej oceny potencjału członka zespołu dokonuje przełożony, który omawia z pracownikiem możliwości i oczekiwania w tym zakresie. Odbywa się to w ramach rozmów z pracownikami, przeprowadzanymi obecnie od stycznia do marca. Obie strony mogą w nich uwzględnić również długoterminowe plany. Być może pracownik będzie dobrym następcą kolegi, który za dwa lata przechodzi na emeryturę. A może na razie odkłada dokończanie na później, ponieważ na przykład jest bardzo zajęty budową domu.

«Ocena potencjału umożliwia systematyczne i indywidualne planowanie dla pracownika oraz dla naszego przedsiębiorstwa», wyjaśnia

***W zarządzaniu talentami chodzi o odkrywanie potencjałów, które być może nie są widoczne na pierwszy rzut oka.***

Harry Bechler, kierownik korporacyjnego działu personalnego w Bell Food Group. «W ten sposób możemy specjalnie przygotować pracowników do zajęcia w krótkim lub długim terminie określonych stanowisk.»

Kierunek rozwoju pracownika wskazuje porównanie jego profilu ze specyfiką kompetencji danego stanowiska. Z takiego zestawienia we współpracy z działem personalnym opracowywany jest indywidualny program dokończania.

Elementem dalszego kształcenia wynikającego z zarządzania talentami jest nowy program rozwoju dla przyszłej kadry kierowniczej. Po skutecznym projekcie pilotażowym kursu kariery w Coop z udziałem ośmiu pracowników firm Bell i Hilcona, Bell Food Group przystosowuje teraz ten program i w przyszłym roku zaoferuje własne kursy Pre-Basic dla około 50 pracowników.

Kurs Pre-Basic jest skierowany do pracowników, którzy w niedługim czasie mogą objąć stanowisko w podstawowej kadry. Składa się on z trzech modułów, w których z każdej perspektywy omówiony jest temat zarządzania. Jednostki kursu, do których należy indywidualny coaching, odbywają się w ciągu sześciu dni w okresie około czterech miesięcy. Po około pół roku grupa spotyka się jeszcze raz, aby wymienić się doświadczeniami z wdrażania nabytej wiedzy w codziennej pracy.

Program jest skierowany do pracowników wszystkich działów z całej Bell Food Group. Kursy w języku niemieckim są oferowane w regionie Bazylei i Schaan. W regionie Jongny odbywa się kurs w języku francuskim.

Szkolenia te stanowią bazę dla kursów podstawowych w Coop, w których mogą brać udział pracownicy dążący do zajęcia kluczowego stanowiska na jednym z poziomów zarządzania. W systemie modułowym przekazywana jest im wiedza z zakresu przedsiębiorczego myślenia i działania.

«Dzięki nowościom związanym z rozwojem osobistym perspektywy oferowane przez Bell Food Group swoim pracownikom są jeszcze bardziej przejrzyste», mówi Harry Bechler. «W ten sposób stwarzamy obecnym zatrudnionym

oraz kandydatom atrakcyjne zachęty do długofalowego zaplanowania kariery w Bell Food Group.» • *mr*

***Na nowych kursach Pre-Basic w 2018 roku dostępnych jest 50 miejsc.***

## Zmiany w kartach rabatowych Coop i czekach REKA

Pracownicy w Szwajcarii w przyszłości nie będą otrzymywać kart rabatowych Coop i czeków REKA w wersji papierowej, lecz tylko w ekologicznej formie karty kredytowej. Zmieni się ponadto procedura dla posiadaczy czeków REKA. Więcej informacji na ten temat znajduje się w oddzielnym informatorze REKA.







Wywiad z Christianem Venturiniem

# «Bezpieczeństwo w miejscu pracy jest priorytetem»

*Trend spadkowy może być także bardzo dobrą wiadomością – na przykład, jeśli dotyczy on wypadków przy pracy. To, że firma Bell w Szwajcarii pod tym względem odnotowuje coraz mniejszą ich liczbę, zawdzięcza obszernie zakrojonej koncepcji bezpieczeństwa pracy. Dlatego praca w Bell staje się coraz bezpieczniejsza i kto do tego się przyczynia, zdradza w wywiadzie z LOOK!*  
Christian Venturini, kierownik działu bhp.

Christian Venturini,  
kierownik działu  
bezpieczeństwa Bell



**Liczba wypadków przy pracy w szwajcarskich oddziałach firmy Bell zmniejszyła się od 2011 roku o ponad 20 procent. Co jest tego przyczyną?** Temat bezpieczeństwa pracy stał się w ostatnich latach coraz istotniejszy. Przed 20 laty było jeszcze «normalne», że stolarzowi zdarzało się nie mieć palca, teraz społeczeństwo nie akceptuje już takich obrażeń odniesionych przy pracy. Wraz z tą zmianą myślenia polepszyło się bezpieczeństwo w miejscu pracy. I to nie tylko w firmie Bell. Liczba wypadków spada w całej Szwajcarii. Obecnie większe jest ryzyko ulegnięcia wypadkowi podczas spędzania wolnego czasu niż w miejscu pracy.

**Jak ważne jest obecnie bezpieczeństwo pracy w firmie Bell?** Bardzo ważne. Jasno deklarujemy, że chcemy zapewnić naszym pracownikom jak największe bezpieczeństwo w miejscu pracy. Podejmujemy wiele drobnych i zakrojonych na szeroką skalę działań: od nabycia urządzeń z najnowocześniejszymi zabezpieczeniami, poprzez usunięcie obiektów, powodujących potknięcia, po instrukcję bezpieczeństwa na klatkach schodowych, pozwalające uniknąć wypadków.

**Kto jest odpowiedzialny za opracowanie i zastosowanie działań prewencyjnych?** Tutaj stawiamy na kombinację centralnej i zdecentralizowanej organizacji z jasno określonymi osobami kontaktowymi. Tematami nadrzędnymi zajmujemy się tutaj, w dziale bhp – także w porozumieniu z Coop. Konkretnie koncepcje dla Bell Schweiz AG są centralnie opracowywane i decentralnie wdrażane, stosownie do danej lokalizacji. We wdrażaniu nowych działań prewencyjnych pomagają

«Wiele drobnych i zakrojonych na szeroką skalę działań pomaga uniknąć wypadków.»

eksperti ds. bhp. Także tutaj dokonała się zmiana: o ile pracowników działu bhp traktowano kiedyś jak zwykłą «policję bezpieczeństwa», o tyle obecnie są partnerami i doradcami. Lokalnie wyznaczone osoby kontaktowe ds. bezpieczeństwa w miejscu pracy mają za zadanie wdrożenie i kontrolę działań bezpieczeństwa w poszczególnych zakładach. Aż wreszcie: każdy pracownik jest sam odpowiedzialny za swoje bezpieczeństwo.

## Czym jest wypadek przy pracy?

Zawsze wtedy, gdy pracownik firmy Bell po obrażeniu w miejscu pracy musi udać się do lekarza, zdarzenie to jest odnotowywane jako wypadek przy pracy. Jeśli w następstwie zdarzenia pracownik nie jest zdolny do wykonywania pracy, zdarzenie to jest kwalifikowane jako klasyczny wypadek przy pracy. Jeśli poszkodowany po wizycie u lekarza może wrócić bezpośrednio do zakładu pracy, mówi się o niewielkim wypadku. Małe urazy, takie jak powierzchowne zacięcia, które mogą być opatrzone na stanowisku pracy, nie są obecnie rejestrowane.

**Skąd pracownicy mają wiedzieć, jak się zachować, żeby zachować bezpieczeństwo swojej pracy w zakładzie?** W tym celu raz w roku odbywają się szkolenia bezpieczeństwa dla wszystkich pracowników, podczas których poruszane są zarówno tematy ogólne, jak i dotyczące danych stanowisk pracy. Na przykład w zakładzie rozbioru mięsa panują inne warunki niż przy produkcji wyrobów wędliniarskich. Generalnie można powiedzieć, że szkolenie obejmuje całe spektrum tematu, od gaszenia ognia po ćwiczenia częściowej lub całkowitej ewakuacji budynków.

«Osoby z działu bhp są doradcami osób odpowiedzialnych na miejscu.»

**W jakich obszarach widzi Pan jeszcze możliwość poprawy na przyszłość?** Główną przyczyną wypadków są potknięcia się i niewłaściwe stąpanie. Dlatego też temu tematowi poświęcimy w przyszłym roku ponownie dużo uwagi. Ponieważ w wielu wypadkach ważne jest własne ostrożne zachowanie, również w 2018 roku będziemy uwrażliwiać na tę kwestię pracowników na szkoleniach oraz poprzez inne aktywności. • mr

Zarządzanie procesami biznesowymi w szwajcarskim oddziale firmy Bell w zakładzie w Zell.

# 0 – 1 – 100 – ∞, przepis na sukces

Zarządzanie procesami biznesowymi jest nie tylko zadaniem pracowników, ale także obowiązkiem kierownictwa. Przepis na sukces «0 - 10 - 100 - ∞» wskazuje kierunek działań. Sprawdził się on w szwajcarskim oddziale firmy Bell w zakładzie w Zell i ma być teraz stosowany w kolejnych zakładach.

Od października 2014 roku zarządzanie procesami biznesowymi wprowadzono w różnych zakładach firmy Bell w Szwajcarii. W celu zwiększenia efektywności i produktywności w miejscu pracy, skutecznie zrealizowano w kilku obszarach projekty, których zadaniem było aktywne zaangażowanie pracowników w aranżację i optymalizację własnego miejsca pracy.

Kolejnym krokiem jest zastosowanie podstawowej zasady zarządzania procesami biznesowymi w złożonych działaniach, obejmujących wiele dziedzin. Z tego powodu także kierownictwo ma odgrywać aktywną rolę w zarządzaniu procesami biznesowymi. Podwaliny pod takie podejście położono w zakładzie w Zell: tam kierownictwu działu drobiowego zlecono wdrożenie zarządzania procesami biznesowymi.

## Zarządzanie procesami biznesowymi wprowadzono w różnych zakładach w Szwajcarii.

W marcu 2017 roku mały zespół rozpoczął jego wdrożenie, przy wsparciu zewnętrznego doradcy, wyspecjalizowanego w implementacji tych systemów. Opracowano przy tym nową koncepcję. Dzięki przepisowi na sukces «0 – 1 – 100 – ∞» zespół stworzył podstawę do skutecznego zastosowania zarządzania procesami biznesowymi.

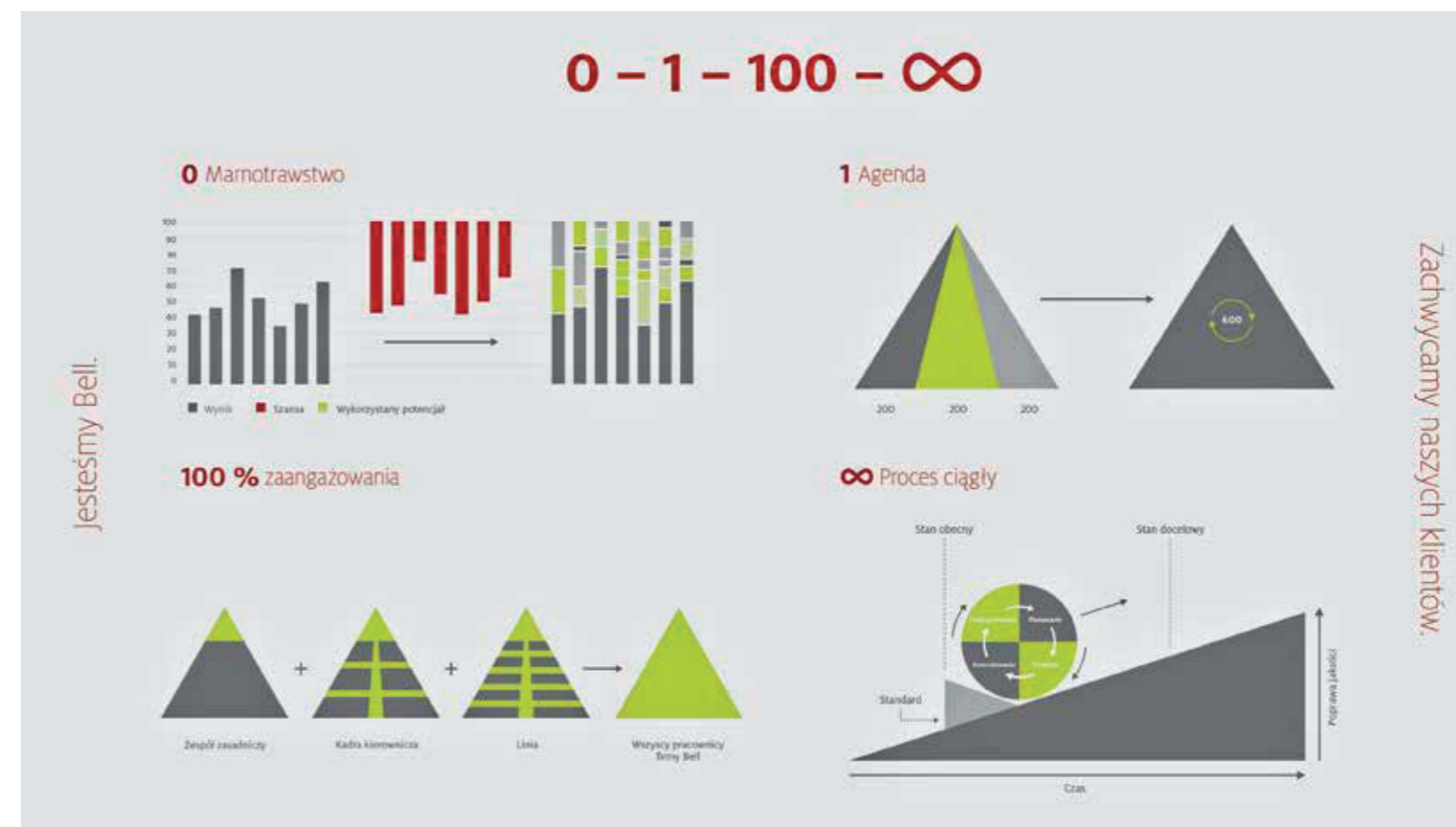
Następnie zespół opracował kaskadę strategii i określił odpowiednie obszary działań. Bazując na tym, powołano do życia docelowe projekty kluczowe. Takie jak np. projekt dotyczący linii opakowań 16.

Aby zapewnić wydajność linii przy zwiększającej się różnorodności asortymentu, należało zoptymalizować

procesy i poszerzyć dostępność instalacji. W ramach innego projektu kluczowego możliwe było, dzięki konkretnym analizom, skrócenie przeciętnego czasu składowania większości towarów z 2,5 do 1,5 dnia oraz zmniejszenie stanu magazynowego o 15%.

W celu zapoznania z zaletami zarządzania procesami biznesowymi nie tylko działów, których ono dotyczy, ale także wszystkich pracowników zakładu w Zell, w ciągu dwóch tygodni oprowadzono po zakładzie całą kadrę, udzielając stosownych informacji. Uczestniczyło w tym także kierownictwo działu organizacji produkcji i przekonało się na miejscu o lepszych wynikach pracy, które osiągnęli pracownicy w minionych pięciu miesiącach.

Na podstawie wyników z Zell, przepis na sukces «0 - 1 - 100 - ∞» ma być zastosowany także w innych zakładach. • sh



### Marnotrawstwo

Głównym zadaniem zarządzania procesami biznesowymi jest wykrywanie i eliminacja marnotrawstwa. Jako marnotrawstwo rozumie się wszelkie nadkłady, które nie przyczyniają się do tworzenia wartości. Możliwość zmierzenia takiego marnotrawstwa pozwala na ukazanie strat. Dzięki ukazaniu strat niewykorzystany potencjał może być potraktowany jako szansa.

### Plan

Wyznaczenie wspólnego planu oraz celu umożliwi obranie wyraźnego kierunku.

### Zaangażowanie

Obowiązuje zasada: «Wszyscy jesteśmy firmą Bell i naszą wspólną pracą wzbudzamy entuzjazm klientów wewnętrznych i zewnętrznych.» Z tego powodu szczególnie ważne jest 100% zaangażowanie wszystkich pracowników.

### Ciągły proces

Zarządzanie procesami biznesowymi nie jest jednorazowym projektem, tylko ciągłym procesem, który należy dalej rozwijać. Przez ciągłe planowanie, realizację, sprawdzanie i działanie, procesy mogą być coraz bardziej ulepszone i zabezpieczone.



Torebki i akcesoria Fin Projects

# Bioprodukty do noszenia

Anna Vetsch, Nina Kunkel i Janine Wirth produkują pod marką Fin Projects torebki i akcesoria z uzyskiwanej ekologicznie bioskóry. Surowce do produkcji skóry pochodzą z firmy Bell Szwajcaria w Oensingen.

Na początku był pomysł. Anna Vetsch była przekonana, że możliwe jest wykonanie biologicznej skóry w procesie całkowicie ekologicznej produkcji. Przecież w branży artykułów

**Dotychczas w Szwajcarii nie było produkowanej ekologicznie bioskóry.**

spożywczych, a zwłaszcza przetwórstwa mięsa w Szwajcarii, jest wiele marek ekologicznych. Szybko się jednak okazało, że to nie jest takie proste. W produkcji skóry pochodzącej z zwierzęcej nie odgrywało do tej pory żadnej roli.

Anna Vetsch nie była w stanie jednoznacznie wyjaśnić, dlaczego tak się dzieje: «Dotychczas jakoś nikt nie dążył do tego, aby cały proces produkcji skóry wykonywany był w sposób ekologiczny.» Dla menedżerki ds. zrównoważonego rozwoju w Coop oznaczało to całkowicie nowy początek.

Dwa lata temu Anna Vetsch wraz ze swoją współpracowniczką Niną Kunkel zwróciła się do Centravo. Przedsiębiorstwo to wykorzystuje wszystkie produkty uboczne z uboju, które nie są zużywane w szwajcarskiej branży mięsnej. Należy do nich również skóra zwierząt. W Centravo ich prośby zostały wysłuchane.

Wyzwaniem dla Centravo było znalezienie właściwych skór zwierząt. Mimo że skóry można jednoznacznie zidentyfikować po kolczykach do oznaczania zwierząt, w Centravo nikt nie był w stanie określić, z jakiego zwierzęcia pochodzą. Do tego potrzebna była współpraca z ubojnią. Stefan Ochsner z firmy Centravo nawiązał kontakt ze Stefanem Seilerem, kierownikiem działu produkcji zwierzęcej w Bell Szwajcaria. Dzięki niemu firma Bell przekazała



Centravo informacje, które skóry są odpowiednie do produkcji.

«Szukaliśmy dla naszych wyrobów możliwie najlepszego surowca i znaleźliśmy go wreszcie w Bell», wyjaśnia Anna Vetsch: skóry bydłecze z ekologicznej hodowli krów mamek. W Szwajcarii wyższego poziomu ekologii ze świecą można by szukać.

Anna Vetsch i Nina Kunkel miały za zadanie znalezienie odbiorców dla skóry. Okazało się to jednak trudniejsze, niż myślały. Z tego powodu obydwie postanowiły niedawno, że same będą przetwarzać skórę ekologiczną. Nawiązały współpracę z projektantką Janine Wirth i w ten sposób narodziła się marka Fin Projects.

W pierwszej kolekcji Fin Projects dostępne są dzisiaj trzy wersje torebek, breloczek do kluczy oraz pasek na ramię. Obecnie jeszcze wyłącznie w kolorze naturalnym. Aby bowiem zapewnić jak najbardziej ekologiczną produkcję skóry, podczas garbowania zrezygnowano z jej farbowania. «W przypadku wyłącznie roślinnego garbowania nie jest łatwo pofarbować skórę tak, aby barwy się utrzymały. Pracujemy jednak z naszym garbarzem z Toskanii, abyśmy wkrótce mogli również zaoferować skóry barwione», wyjaśnia optymistycznie Anna Vetsch.

Brak koloru nie zaszkodził sukcesowi produktów, wręcz przeciwnie. Pierwsza kolekcja została prawie w całości wykupiona, a poszczególne elementy trzeba było dodatkowo produkować. Ponadto obecnie planowana jest już nowa kolekcja, do której surowiec również bę-

dzie pochodził z firmy Bell. Na przyszłość Anna Vetsch ma już inne pomysły: «Z naszej skóry chętnie wyprodukowałybyśmy buty i meble.» Jeżeli wszystko pójdzie tak dobrze jak dotychczas, są duże szanse, że Fin Projects odniesie sukces również tym pomysłem. • fv

Link:  
fin-projects.ch

**Pierwsza kolekcja Fin Projects okazała się pełnym sukcesem.**



Historia «Bell Food Group»

# Razem naprzód!

Grupa Bell od kwietnia bieżącego roku nazywa się Bell Food Group. Nowa nazwa jest logiczną konsekwencją strategii ostatnich lat, w których przedsiębiorstwo rozwinęło się ze szwajcarskiego przetwórcy mięsnego do ukierunkowanego na arenę międzynarodową specjalisty od świeżych produktów spożywczych. Takie procesy zmian nie są dla przedsiębiorstwa niczym nowym. Historia firmy Bell została ukształtowana przez wizjonerskie osobowości i ich decyzje, które w końcu doprowadziły przedsiębiorstwo do punktu, w którym się obecnie znajduje.

Wszystko zaczęło się w 1869 roku w małej masarni niejakiego Samuela Bella w śródmieściu Bazylei. W zakładzie, jakich w owym czasie było wiele. W lokalu sklepowym sprzedawano mięso, tuż obok odbywał się ubój i przetwórstwo. Samuel Bell był jednak człowiekiem interesu posiadającym odważną wizję i w krótkim czasie zaczął rozkręcać zakład. Warunkiem, który to umożliwił, było podjęcie decyzji o rozdzieleniu produkcji i sprzedaży. Samuel Bell zbudował nowy zakład produkcyjny na skraju miasta i wysłał synów zagranicę, aby nauczyli się fachu wędliniarskiego.

Od 1907 roku Samuel Bell sukcesywnie rozbudowywał rzemieślniczą masarnię w zakład produkujący wyroby mięsne i wędliny na dużą skalę. Kilka lat później firma Bell miała w Szwajcarii już 130 filii.

Kolejny krok milowy nastąpił w 1913 roku, kiedy firma Bell rozpoczęła współpracę z VSK (obecnie Coop) i przez to zabezpieczyła swoje dalsze istnienie. Dzięki temu firma

Bell stała się ostatecznie największym zakładem mięsno-wędliniarskim w Szwajcarii. Największy zasięg sieć filii miała w 1962 roku, kiedy liczyła 172 placówek sprzedaży. Z masarniami firma Bell rozstała się znowu dopiero w 2004 roku, kiedy ówczesne kierownictwo zadecydowało o skupieniu się wyłącznie na produkcji.

#### Początek produkcji dań gotowych

Kiedy w latach hossy gospodarczej po drugiej wojnie światowej zmieniły się nawyki konsumpcyjne społeczeństwa, kierownictwo firmy Bell ponownie udowodniło, że ma doskonałe wyczucie co do czasu i rentowności perspektywicznych obszarów biznesowych. Oferta w filiach Bell została dopasowana do rosnącego dobrobytu. Firma Bell była jednym z pierwszych przedsiębiorstw, które w swoich placówkach sprzedaży oferowało oprócz mięsa i wędlin także dania gotowe, sałatki lub kanapki. Produkty gotowe, zwane niegdyś «Traiteur», obecnie wchodzi w zakres jednego z najprężniej rozwijających się obszarów biznesowych w sektorze spożywczym pod nazwą «Convenience» (czyli „wygodne”).

Także w dziedzinie dań gotowych firma Bell szybko postawiła na wzrost i – podobnie jak wcześniej w dziedzinie wyrobów mięsnych – na centralną produkcję we własnym zakładzie w Schaffisheim. W ramach umowy kooperacyjnej z firmą Hilcona, która ze swojej strony była prekursorką w dziedzinie dań gotowych, zakład ten w 2011 roku przeszedł na własność Hilcony. W zamian za

**Ze swoimi wizjonerskimi pomysłami Samuel Bell już wcześniej postawił na wzrost**



## BELL FOOD GROUP

to firma Bell otrzymała 49% udziałów w Hilconie. Kooperacja z Hilconą była w związku z tym stopniowo rozbudowywana. Obecnie powyższe przedsiębiorstwo należy w stu procentach do Bell Food Group.

#### Rozrost dzięki przejęciom firm w Szwajcarii i zagranicą

Punktualnie w setną rocznicę utworzenia firmy, w 1969 roku, firma Bell przejęła Grieder AG w Oensingen, co było pierwszym tak wielkim przejęciem przedsiębiorstwa. Pod koniec lat 90. XX wieku nastąpiły liczne dalsze przejęcia w coraz szybszym tempie. Chodziło przy nich o rozbudowę kompetencji i inwestycje w przyszłościowe obszary biznesowe. W 1997 roku przejęty został zakład wędliniarski Vuillamy SA w kantonie Vaud, a rok później firma Bell wraz z kupnem SEG-Poulet AG weszła w rosnący biznes drobiarski. Wcześniej rozbudowany został także sektor świeżych ryb i owoców morza.

Wreszcie wraz z przejęciami firm Zimbo i Abraham w Niemczech oraz Polette we Francji w 2008 roku rozpoczęła się wielka ekspansja za granicę, która w roku 2016 została poprowadzona dalej poprzez nabycie największego austriackiego producenta drobiu Hubers.

Ekspansja miała jednak nie tylko miejsce w tradycyjnym sektorze drobiu i wędliniarstwa. Wraz z przejęciem firmy Eisberg, pioniera produkcji paczkowanych sałatek, przedsiębiorstwo Bell zamieniło się ostatecznie z przetwórcy mięsnego w działający na arenie międzynarodowej koncern spożywczy z wieloma mocnymi podstawa-

#### Trzy wartości przedsiębiorstwa Bell Food Group

##### Jakość

Dzięki obszernej wiedzy fachowej i najnowocześniejszym procesom produkcyjnym gwarantujemy najwyższą jakość wszystkich produktów Bell Food Group. Konsumenci wiedzą więc zawsze: to, co pochodzi od Bell Food Group, jest na pewno dobre.

##### SMAK

Bell Food Group dzięki szerokiej palecie świeżych artykułów żywnościowych wysokiej jakości zapewnia różnorodne smaki, a w konsekwencji podwyższa jakość życia. Jesteśmy zawsze blisko konsumentów i ich potrzeb, ponieważ chcemy zaspokoić każde kulinarne życzenie atrakcyjnym produktem.

##### Zrównoważona produkcja

Bell Food Group wspiera zrównoważoną produkcję dzięki obszernej wiedzy dotyczącej wytwórstwa i podczas podejmowania decyzji uwzględnia aspekty zrównoważonej produkcji. Jesteśmy odpowiedzialni – za nasze produkty, wydajność zasobów i ochronę klimatu, jak również wobec naszych pracowników i społeczeństwa.





mi. Dzisiaj grupa Bell znaczną część obrotów zawdzięcza daniom gotowym i świeżym paczkowanym sałatkom.

#### Grupa Bell staje się Bell Food Group

Logiczną konsekwencją strategii wzrostu ubiegłych lat była podjęta przez ówczesny zarząd grupy Bell decyzja o zmianie nazwy przedsiębiorstwa na Bell Food Group. Na walnym zgromadzeniu w kwietniu 2017 roku akcjonariusze zgodzili się na tę decyzję.

Do zmiany nazwy dopasowano także strategię marki i strukturę firmy. Bell Food Group obejmuje teraz trzy obszary biznesowe firm Bell, Hilcona i Eisberg, które, z ich produkcją mięsa/wyrobów wędliniarskich, dań gotowych i paczkowanych sałatek stanowią jednocześnie trzy strategiczne marki Bell Food Group.

Wraz z nową nazwą i nową strukturą rozpoczęto proces nadawania Bell Food Group własnego wizerunku i własnej tożsamości, w których mogłyby się odnaleźć w równym stopniu wszystkie obszary biznesowe. Do tego celu we współpracy z agencją brandingową SNK Zürich stworzono nowy wizerunek marki (Corporate Identity – CI). Nowa CI miała z jednej strony zagwarantować charakterystyczną prezencję Bell Food Group, a jednocześnie stworzyć ramę dla trzech strategicznych marek Bell,

Hilcona i Eisberg, bez konieczności konkurencji pomiędzy nimi. Ponieważ na poziomie obszarów biznesowych i na poziomie produktów te sprawdzone marki będą nadal miały centralną pozycję.

Najważniejszym znakiem charakterystycznym nowej CI jest nowoutworzone logo z szarym napisem i trzema kręgami, które symbolizują trzy wartości wyznawane przez Bell Food Group: smak, jakość i zrównoważoną produkcję. To są trzy wartości wspólne dla wszystkich obszarów biznesowych Bell Food Group i tworzące podstawę dla pomyślnej przyszłości przedsiębiorstwa. • fv

Razem na szczycie: Claudia Ide z Eisberg, Arnaud Kauffmann z Bell i Michael Von Gunten z Hilcony na planie zdjęciowym do okładki pierwszego numeru LOOK! od razu znaleźli ze sobą wspólny język.

Weź udział w wielkim konkursie fotograficznym dla pracowników

## Look@BellFoodGroup

Bell Food Group pokazuje swoją twarz – i Ty możesz być jej częścią. Weź udział w naszym wielkim konkursie dla pracowników i przy odrobinie szczęścia wygraj bon na kurs gotowania.



Kierownictwo przedsiębiorstwa świeci przykładem: menedżerowie pozują w domu z fartuchem kucharskim i deską do krojenia (od lewej Martin Henck, dyrektor przedsiębiorstwa Hilcona; Marco Tschanz, dyrektor ds. finansowych Bell Food Group; Christian Guggisberg, dyrektor przedsiębiorstwa Eisberg; Lorenz Wyss, dyrektor przedsiębiorstwa Bell Food Group; Daniel Böhny, kierownik Bell International; Christian Schröder, dyrektor przedsiębiorstwa Bell Niemcy). Weź udział w wielkim konkursie fotograficznym «Look@BellFoodGroup» i wygraj wspaniałą nagrodę.

Bell Food Group pokazuje swoją twarz – i Ty możesz być jej częścią. Weź udział w naszym wielkim konkursie dla pracowników i przy odrobinie szczęścia wygraj bon na kurs gotowania.

Żeby ten prezent nie leżał bezużytecznie w domu, możesz coś zrobić. Bądź kreatywny i pokaż nam oraz swoim koleżankom i kolegom z pracy jak wygląda Bell Food Group u Ciebie w domu. Zrób smartfonem zdjęcie podczas używania w domu fartucha i deski do krojenia. Teraz musisz jeszcze tylko umieścić zdję-

cie na naszej tablicy społecznościowej pod adresem [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com) i już masz szansę na wspaniałą nagrodę główną. Wśród wszystkich uczestników rozlosujemy 50 wspaniałych nagród natychmiastowych, a nagrodą główną będzie pięć bonów na kurs gotowania dla dwóch osób.

Tablicę społecznościową znajdziesz w BellNet, w Gustonet lub bezpośrednio pod linkiem: [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com) • fv



Bell Food Group na targach Anuga 2017

# Po raz pierwszy pod jedną marką korporacyjną

Nowy wizerunek Bell Food Group został po raz pierwszy zaprezentowany w wielkim stylu w październiku na targach Anuga. Na odbywających się w Kolonii największych targach żywnościowych na świecie marki Bell, Hilcona i Eisberg w tym roku po raz pierwszy wspólnie zaprezentowały się pod marką korporacyjną Bell Food Group.



Trzy marki Bell, Hilcona i Eisberg pod jedną marką korporacyjną? Czegoś takiego jeszcze nigdy nie było na odbywających się w Kolonii targach Anuga, największych targach żywnościowych na świecie. Na targach Anuga w 2017 roku te trzy obszary biznesowe Bell Food Group po raz pierwszy zaprezentowały się na wspólnym stoisku.

Ponadto obecność na targach stała się okazją do przedstawienia po raz pierwszy nowego wizerunku Bell Food Group branżowej publiczności,

## Na targach Anuga po raz pierwszy zaprezentowano nowe logo Bell Food Group.

złożonej z klientów, dostawców i partnerów. Do tego celu zaprojektowano od podstaw nowe stoisko targowe. Ze znakomitym rezultatem. Dach stoiska targowego z nowym logo Bell Food Group tworzył dyskretną ramę, która doskonale prezentowała produkty Bell, Hilcona i Eisberg.

Marka Bell pokazała na targach Anuga swój międzynarodowy asortyment wyborowych wędlin, ze

szczególnym uwzględnieniem hiszpańskiej szynki surowej. Dzięki temu rosnący popyt na hiszpańskie szynkowe specjalności najwyższej jakości firma Bell może zaspokoić z własnych, regionalnych zakładów produkcyjnych. Oprócz szynki surowej, Bell zaprezentowała ekologiczne kiełbasy z drobiu i przekąski. «Koncentrując się na tych produktach, Bell reaguje na rosnące znaczenie autentycznych, regionalnych wyrobów o własnej tradycji», tłumaczy Stephan Holst, kierownik działu marketingu, komunikacji w Bell Niemcy, odpowiedzialny za prezentację Bell Food Group na tegorocznych targach Anuga.

W przypadku marek Hilcona i Eisberg główną rolę odgrywała inna tendencja żywieniowa. Mianowicie tendencja ukierunkowana na zdrowe i wysokojakościowe produkty, które można szybko przygotować do spożycia. Hilcona zaprezentowała na targach Anuga swój nowy wyrób Pasta Tradizionale, powstały we współpracy z manufakturą «La Pasteria Fattoria». Pasta Tradizionale wyróżnia się opakowaniem, wyglądającym jak z manufaktury, cienkim, lekko oprószonym mąką ciastem i bardzo kremowym, obfitym nadzieniem.

Marka Eisberg z kolei utrafiła w ducha czasu dzięki «Green Drink», gotowej mieszance

umytych i pokrojonych warzyw na dwie porcje zielonego koktajlu smoothie. Tym innowacyjnym pomysłem Eisberg przekonała również fachowe jury dziennikarzy, którzy wybrali «Green Drink» na jedną z najlepszych innowacji na targach Anuga 2017.

Stephan Holst podsumowuje pozytywnie pierwszą wspólną prezentację Bell, Hilcona i Eisberg na targach Anuga: «Bell, Hilcona i Eisberg zostały przyjęte znakomicie pod wszystkimi względami. Te trzy strategiczne marki są postrzegane jako całość pod marką korporacyjną Bell Food Group, przy jednoczesnym rozróżnieniu ich odmiennego asortymentu.» • fv



«Green Drink» marki Eisberg został wybrany jedną z najlepszych innowacji na targach Anuga 2017.



Michael Materna ma u siebie w domu mały kawałek lasu deszczowego

# ZACHWYCONY DRZEWOŁAZAMI

*Wszystko zaczęło się od referatu w piątej klasie. Od tamtej pory Michael Materna jest zachwycony żabami drzewołazami. Dzisiaj hoduje te kolorowe stworzenia, których jad służy Indianom w Puszczy Amazońskiej do wyrobu strzał do polowania. W jego terrariach żaby czują się tak dobrze, że regularnie mają potomstwo. Panuje tam bowiem idealny dla ich warunków życia klimat lasu deszczowego.*

Żaby olśniewają błękitem, są ozdobione brązowymi plamkami na turkusowym tle lub czarno-żółtymi paskami. I nie są jadowite! Dotyczy to przynajmniej drzewołazów, mieszkających w terrariach Michaela Materna. Zamiast jadowitych mrówek i żuków, które zjadałyby w swojej ojczyźnie, dostają tu bowiem muszki owocówki, równonogi i inne nieszkodliwe owady. «Kontakt z człowiekiem jest dla hodowlanych żab bardziej niebezpieczny dla nich niż dla nas, bo my mamy bakterie na skórze, które mogą zaszkodzić tym zwierzętom», tłumaczy Michael Materna. «Dlatego muszę raczej chronić żaby przed sobą. Co nie zawsze jest łatwe, ponieważ są bardzo ciekawskie i przy sięganiu do terrarium skaczą mi na ramię.»

Po pierwszym intensywnym zajęciu się tematem na lekcjach szkolnych, Michael Materna, będący dzisiaj pracownikiem SÚTAG, musiał poczekać jeszcze kilka lat, zanim pierwsze okazy trafiły do jego domu. Miał 18 lat, kiedy znalazł je w sklepie zoologicznym. Był to czysty przypadek, bo w tamtym czasie w Niemczech nie było prawie żadnych hodowli żab. Od tamtego czasu u siebie w domu ma mały kawałek lasu deszczowego. Królestwo tych małych płazów, wielkości monety dwóch euro, składa się z roślin



tropikalnych i niewielkich oczek wodnych. Jest tam przyjemnie ciepło, kilka razy dziennie pada deszcz a od wschodu do zachodu słońca mija dwanaście godzin. Oprócz tego Michael Materna symuluje pory deszczowe i suche. Takie, jakie panują w Amazonii.

Żaby odwiedzają się mu regularnie pojawiającym się potomstwem. Matka składa na liściach od pięciu do sześciu jaj. Kiedy wyklują się młode, ojciec przenosi je na swoim grzbiecie do oczka wodnego. «Kijanki są takie małe, że nieraz nie wiem, ile ich akurat jest», mówi Michael Materna. O tym można się przekonać dopiero po około dwóch miesiącach, kiedy młode wyrosną.

Bywały okresy, że hodował aż siedem różnych gatunków drzewołazów. Ponieważ obecnie jest zajęty budową swojego domu, ograniczył gatunki żab do dwóch w trzech terrariach. Na swoje hobby Michael Materna potrzebuje bowiem wystarczająco dużo czasu. Przede wszystkim musi dobrze dostosować nowe terrarium, odpowiednio wszystko regulując. Oprócz tego swoim podopiecznym sam zapewnia pokarm dzięki własnej hodowli muszek owocowych.

Co do tego, że po przeprowadzce do nowego domu wzrosnie znowu liczba małych kolorowych współlokatorów, Michael Materna już teraz nie ma wątpliwości. W końcu dostaną one tam nawet własny pokój. • *mr*

## O osobie

**Imię i nazwisko:** Michael Materna  
**Praca w Süddeutsche Truthahn AG:** Pracownik w dziale zarządzania jakością  
**W SÚTAG od:** sierpnia 2016  
**Wiek:** 30 lat

## Drzewołazy

Określeniem drzewołazowate nazywa się około 170 gatunków żab. Żyją one w środkowo- i południowoamerykańskich lasach deszczowych, przede wszystkim w dorzeczu Amazonki i atlantyckich lasach deszczowych. Te kolorowe żaby są przeważnie bardzo małe i wydają z siebie gwizdzące dźwięki. Wbrew złej sławie, tylko trzy gatunki tych żab są używane przez Indian do wyrobu trujących strzał. Żaby wydzielają poprzez skórę śmiertelne neurotoksyny, które wytwarzają jedząc jadowitą zdobycz.





# Jubileusze

LOOK! gratuluje jubilatów od grudnia 2017 do lutego 2018 ROKU

Bell Szwajcaria

## 20 lat stażu pracy

**Maurizio Amorosi**, 1 stycznia, Bell, Oensingen  
**Hanspeter Wüest**, 1 stycznia, Bell, Zell  
**Carlos Alberto Marques Pontes**, 5 stycznia, Bell, Cheseaux  
**Zoje Mehdi**, 19 stycznia, Bell, Zell  
**Christophe Zisette**, 23 lutego, Bell, Bazylea  
**Rudolf Hess**, 1 lutego, Bell, Oensingen

## 25 lat stażu pracy

**Manuel Da Silva Goncalvers**, 1 grudnia, Bell, Zell  
**Luc Kastler**, 1 stycznia, Bell, Bazylea  
**Daniel Troxler**, 1 stycznia, Bell, Oensingen

## 30 lat stażu pracy

**Marc Souillot**, 14 grudnia, Bell, Bazylea  
**Theres Fazekas-Vogt**, 4 stycznia, Bell, Oensingen  
**Serge Jean Muttenser**, 1 lutego, Bell, Oensingen

## 35 lat stażu pracy

**Thierry Humber**, 26 stycznia, Bell, Bazylea  
**Alfred Helbling**, 14 lutego, Bell, Zell

## 40 lat stażu pracy

**Leo Ebnetter**, 1 lutego, Bell, Bazylea

## Przejścia na wczesną emeryturę

**Maria Alice Cardoso Silva**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Antonio Coelho Prereira**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Michel Fleury**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Martial Lanuet**, 31 grudnia, Bell, Bazylea  
**Jean-Max Lechnig**, 31 grudnia, Bell, Bazylea  
**Philippe Lesserteur**, 31 grudnia, Bell, Bazylea  
**Ricardo Lopez**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Pascal Meyer**, 31 grudnia, Bell, Bazylea  
**Aimé Ott**, 31 grudnia, Bell, Bazylea  
**Jean-Marc Reymond**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Vincent Vial**, 31 grudnia, Bell, Cheseaux  
**Ignace Reinhart**, 31 stycznia, Bell, Bazylea

## Przejścia na emeryturę

**Aleksandar Kocic**, 2 lipca, Geiser AG, Schlieren (*uzupełnienie*)  
**Hilario Sequeira Viera**, 31 grudnia, Bell, Oensingen  
**Alfred Grogg**, 31 grudnia, Bell, Oensingen

Bell Niemcy

## 20 lat stażu pracy

**Stefan Böhm**, 1 grudnia, Bell, Edewecht  
**Silke Furch**, 1 grudnia, Bell, Suhl  
**Christa Pittroff**, 1 grudnia, Bell, Suhl  
**Alexander Erhardt**, 16 grudnia, Bell, Bad Wünnenberg  
**Birgit Sebastiany**, 15 stycznia, Bell, Harkebrügge  
**Joachim Beckmann**, 15 stycznia, Bell, Harkebrügge  
**Alexej Kimmel**, 19 stycznia, Bell, Seeental  
**Karl-Heinz Winkler**, 21 stycznia, Bell, Harkebrügge  
**Waldemar Kromm**, 26 stycznia, Bell, Harkebrügge  
**Torsten Niemeyer**, 16 lutego, Bell, Harkebrügge  
**Anke Jongbloed**, 16 lutego, Bell, Edewecht  
**Nicole Wulf**, 16 lutego, Bell, Harkebrügge  
**Manuela Pindiche**, 5 stycznia, Bell, Suhl  
**Eva-Maria Wascher**, 5 stycznia, Bell, Suhl

## 25 lat stażu pracy

**Heinrich Lohre**, 1 grudnia, Bell, Bad Wünnenberg  
**Sabri Agirman**, 25 stycznia, Bell, Harkebrügge  
**Wilhelm Klaas**, 15 lutego, Bell, Börger  
**Alfred Piske**, 23 lutego, Bell, Edewecht

## 30 lat stażu pracy

**Annelene Hoting**, 1 stycznia, Bell, Edewecht  
**Hans-Joachim Falk**, 26 stycznia, Bell, Edewecht  
**Heinz-Johann Falk**, 27 stycznia, Bell, Harkebrügge

## 45 lat stażu pracy

**Bernhard Nessenius**, 27 grudnia, Bell, Börger

Bell Food Group

## 20 lat stażu pracy

**Thomas Studer**, 1 grudnia, Bell, Bazylea  
**Davide Elia**, 8 grudnia, Bell, Bazylea

Bell International

## 30 lat stażu pracy

**Sylvie Ploivy**, 13 stycznia, Bell Francja, Val de Lyon  
**Valery Decorps**, 12 lutego, Bell Francja, Val de Lyon

## Przejścia na emeryturę

**Teresa Klementowska**, 25 października, Bell Polska, Niepolomice  
**Janusz Matuszyk**, 27 października, Bell Polska, Niepolomice  
**Wiesław Kuzaj**, 24 listopada, Bell Polska, Niepolomice  
**Monique Audinat**, 31 grudnia, Bell Francja, Teilhède  
**Maryse Dubois**, 31 grudnia, Bell Francja, Teilhède  
**Maria Feldbacher**, 31 grudnia, Hubers Landhendel, Pfaffstätt

Eisberg

## 20 lat stażu pracy

**Adzerka Idrizi**, 1 stycznia, Gastro Star, Dällikon

Hilcona

## 40 lat stażu pracy

**Orosia Lema Trigo**, 1 stycznia, Hilcona, Schaan  
**Ernst Keller**, 31 grudnia, Hilcona, Schaan

## Przejścia na emeryturę

**Anne Jaggi**, 31 grudnia, Hilcona, Orbe  
**Palina Pjetraj**, 8 stycznia, Hilcona, Orbe

## Uczący się zawodu w Bell Food Group

W ostatnim wydaniu przedstawiliśmy absolwentów edukacji zawodowej i nowych uczących się zawodu w Bell Food Group. Niestety zapomnieliśmy o kilku z nich. Bardzo za to przepraszamy i gratulujemy wymienionym poniżej młodym paniom i panom z okazji ukończenia edukacji zawodowej i witamy ich serdecznie w Bell Food Group:

Serdeczne gratulacje z okazji udanego ukończenia edukacji zawodowej

**Isabe Barwon** pracownik działu produkcji żywności, Gastro Star, Dällikon  
**Fränzi Schäppi**, specjalista ds. drobiu, Bell Szwajcaria, Zell

Serdecznie witamy w Bell Food Group

**Iman El Berdiji**, technik technologii żywności, Gastro Star, Dällikon  
**Nilsa Cavele**, fachowiec ds. technologii żywności, Bell Niemcy, Suhl  
**Harry Neeb**, fachowiec ds. technologii żywności, Bell Niemcy, Edewecht  
**Lennard Wichmann**, elektronik przemysłowy, Bell Niemcy, Harkebrügge  
**Lea-Christine Rieckmann**, studentka dwóch kierunków hadlowiec przemysłowy ekonomika przedsiębiorstw (Bachelor of Arts), w jakiej Seevetal

Aktualne oferty pracy znajdują Państwo na stronie internetowej: [bellfoodgroup.com/karriere](https://bellfoodgroup.com/karriere)





Tortelli Pesto Basilico  
z prażonymi orzeszkami  
piniowymi

**Składniki na 2 osoby:**

40 g orzeszków piniowych  
1 mały ząbek czosnku  
kilka listków bazylii  
100 ml tłoczonej na zimno oliwy  
z oliwek  
20 g świeżo startego parmezanu  
sól, świeżo zmielony pieprz  
1 opakowanie (250 g) makaronu  
Hilcona  
Tradizionale Tortelli Pesto Basilico  
listki bazylii do dekoracji

**Przygotowanie:**

Orzeszki piniowe uprażyć na teflonowej patelni na złotobrzązowy kolor. Obrąć czosnek, utrzeć na puree z połową orzeszków piniowych, bazylią i oliwą z oliwek. Wymieszać z parmezanem i doprawić solą i pieprzem.  
Ugotować tortelli według instrukcji na opakowaniu w lekko wrzącej, osolonej wodzie – według upodobania al dente lub do większej miękkości. Przy odlewaniu zostawić ok. 50 ml wody, w której gotował się makaron. Wodę, w której gotował się makaron, wymieszać z pesto, polać tym sosem makaron.  
Posypać makaron pozostałymi orzeszkami piniowymi i udekorować listkami bazylii.

«Pasta Tradizionale» marki Hilcona

# Świeży makaron jak ręcznie wyrabiany

Wprowadzony do sprzedaży dopiero w październiku, a mimo to nienowoty – oto «Pasta Tradizionale» marki Hilcona. Jak sama nazwa wskazuje, w czterech nadziewanych wariantach zawarto dużo tradycji. W celu urzeczywistnienia nowej koncepcji firma Hilcona współpracowała z Frostag.



U Frostag Hilcona znalazła idealne warunki do produkcji nowych makaronów.

Cienkie ciasto makaronowe, lekko oprószone mąką powierzchniową, ładne opakowanie o manufakturowym wyglądzie – tortelli i tortelloni z nowego asortymentu Hilcona naprawdę sprawiają wrażenie ręcznie wyrabianych. A żeby było jeszcze smaczniej, receptury wzorowane są na czterech klasykach tradycyjnych dań makaronowych: Tortelli Pesto Basilico, Tortelli Antipasti di Verdura, Tortelloni Funghi i Tortelloni Prosciutto Crudo e 4 Formaggi. Pierozki zostały tylko w niewielkim stopniu poddane działaniu pary, żeby klienci mogli sami decydować o stopniu ich ugotowania – wybierać od ciasta al dente do miękkiego.

«Starannie wyselekcjonowane składniki i świeżość są ważnymi czynnikami, wpływającymi na wybór akurat tego produktu», opowiada Michael Sedda, menedżer

marki Hilcona. «Nie chodzi nam zawsze o nowe wyroby. Tęsknota za tradycyjnymi, autentycznymi produktami, mającymi charakter domowego wyrobu i za związanym z tym uczuciem własnoręcznej kreacji znacznie wzrosła wśród konsumentów.»

Aby spełnić to pragnienie, Hilcona podjęła współpracę z Frostag. Zakład w Landquart oferuje firmie Hilconie, dzięki swojemu manufakturowemu charakterowi, idealne warunki do produkcji nowego asortymentu. Dzięki wysokim wymogom jakościowym i staranności oraz odpowiedniej technologii powstają tu wykwintne specjały makaronowe. Od października naj-

pierw niemieccy klienci sieci Edeka będą mogli się rozkoszować nowymi produktami. Rozszerzenie na kolejne sieci handlowe i kraje planowane jest na początek przyszłego roku. Aby zachęcić swoich fanów do przygotowania nowych specjałów, Hilcona z okazji wejścia na rynek linii «Pasta Tradizionale», opublikowała znakomite przepisy. Jeden z nich eksperci z Hilcony zdradzili w LOOK! Dalsze przepisy dostępne są na stronie internetowej marki. • mr

Link:  
hilcona.de



Nowości w szwajcarskim asortymencie firmy Bell

## Nadchodzą święta

Za pasem najbardziej smaczny okres w roku i firma Bell w Szwajcarii jest już dobrze przygotowana: w skład nowego trio szynek wchodzi tradycyjne specjały, a opakowania produktów do grillowania na stole i Fondue Chinoise otrzymały nową szatę graficzną.



**Świąteczne klasyki w nowym opakowaniu**

Długie rozmowy i powolne jedzenie – to, co często zaniebawiane jest na co dzień, można w święta celebrować. Bell zapewni też w grudniu tego roku główny składnik smakołyków dla fanów grillowania na stole i Fondue Chinoise: idealnie przyrządzone produkty z owoców morza, kurczaka i wołowiny oraz Mixed Partygrill z wieprzowiną, wołowiną i cielęciną. W tym roku asortyment świąteczny trafi na regały chłodnicze w nowym opakowaniu. Nieco zmienione kolory oraz większe napisy łatwiej zwrócą uwagę klientów. Nowa etykieta oferuje oprócz tego więcej miejsca na konkursy i porady kulinarne – żeby zapewnić spokojny koniec roku. • mr

**Smakołyki z trzech krajów**

Taca z przekąskami jest znakomitym wstępem do świątecznej uczty. Nie może oczywiście na niej zabraknąć wyboru aromatycznych szynek. W opakowaniu trio szynek firmy Bell szwajcarscy klienci znajdą tradycyjne specjały z surowej szynki, pochodzące z trzech krajów: Bündler Rohschinken ze Szwajcarii, Jamon Serrano z Hiszpanii i Prosciutto Crudo z Włoch. Ten nowy wariant jest następcą dostępnego od Wielkanocy trio szynki, w przypadku którego Prosciutto Crudo pochodziło ze Szwajcarii. Teraz Bell pozwoli rozkoszować się swoim klientom jeszcze bardziej międzynarodowymi szynkami.





Małże to popularny specjał w okresie Bożego Narodzenia

# Twarda skorupka kryje smaczny środek

*W muszlach można posłuchać szumu morza lub znaleźć perłę.*

*Zbieranie ich to stały punkt każdego urlopu nad morzem.*

*Swoją pełną elegancję małże wykazują jednak dla wielu dopiero na talerzu.*

*W związku z tym ich delikatnego mięsa, a w szczególności smaku, nie może zabraknąć w bożonarodzeniowym menu. Dlatego też w firmie Bell znowu pojawiła się na nie wysoka koniunktura. Tym razem LOOK! zajrzał specjałom pod skorupkę oraz do świątecznych garnków smakoszy.*

*Ostrygi są we Francji stałym elementem świątecznego menu.*



## Musze św. Jakuba

Nazwa pochodzi od imienia św. Jakuba, patrona pielgrzymów. Kto wędruje jego szlakiem, w wielu miejscach spotka wachlarzowate muszle służące jako znaki rozpoznawcze i drogowskazy. Smakosze interesują się raczej delikatnym wnętrzem o lekko słodkawym smaku. Najlepsze łowiska znajdują się u wybrzeża Szkocji, Irlandii i Francji, gdzie wylawia się je z morza od listopada do marca. Ponieważ większość z nich jest zamrażana na kutrach, można je później spożywać przez cały rok. Klasyczny sposób przygotowania to zapiekanie w muszli. Poza tym smakują po zagotowaniu, pieczeniu lub duszeniu, ale zawsze powinny być przyrządzane krótko, aby pozostały delikatne.

## Ostrygi

Już samo wydobycie ich z muszli wymaga wielkiego kunsztu. Kto się tego nauczy, zostanie nagrodzony szczególną ucztą smakową. Ostrygi są hodowane na wielu wybrzeżach Europy przez cały rok na stołach lub linach. Do najbardziej znanych gatunków należą Fines de Claires i Belons. Puryści wydobywają je bezpośrednio z muszli. Jednak również zapiekane, gotowane lub grillowane są synonimem luksusowego smaku, przede wszystkim z dodatkowo pieniącym się na języku szlachetnym winem musującym. • mr

Małże zaliczają się do najstarszych zwierząt na świecie. Wykształciły się około 500 milionów lat temu. Już w czasach prehistorycznych służyły ludziom jako pożywienie, a dla starożytnych Greków ostrygi były przysmakiem, któremu przypisywano specjalne działanie. Dzisiaj małże znajdują się w wielu jadłospisach, przede wszystkim w świecie zachodnim.

W niektórych regionach Europy małże są nawet tradycyjnie stałym elementem menu w dni świąteczne. Przede wszystkim we Francji, gdzie w Boże Narodzenie ostrygi wyjada się ze skorupki tonami. Do tego lampka szampana i potrawa z owoców morza jest gotowa.

W niektórych rejonach Hiszpanii obiektem pożądania są natomiast kaczenice. I to mimo tego, że to chyba najbrzydsi przedstawiciele gatunku. Hiszpanom do potraw z małży wystarczy kawałek chleba i smaczne białe wino, natomiast dla Neapolitańczyków musi być makaron. U nich w Wigilię oraz na Sylwestra tradycyjnie serwowane jest spaghetti Vongole.

Oczywiście małże nie muszą być przyrządzane klasycznie. W szczególności podczas okazji świątecznych są głównym składnikiem niezliczonych kreatywnych przepisów. Stara zasada, że powinny być jedzone tylko jesienią i zimą, nie obowiązuje w czasach dobrych możliwości chłodzenia. Bell w Szwajcarii oferuje małże przez cały rok. Od stycznia do listopada w rankingu najlepiej sprzedających się produktów prowadzą omułki i muszle św. Jakuba, natomiast przed świętami ich miejsce zajmują ostrygi.

## Omułki

Omułki na rynku europejskim pochodzą najczęściej z Morza Północnego, gdzie rozwijają się w strukturach wiszających lub na palach. Ponieważ czas zbioru jest inny w poszczególnych miejscach hodowli, są sprzedawane przez cały rok również jako towar świeży. Pod ciemną owalną skorupką małży znajduje się pożywe mięso o lekko orzechowym posmaku. Omułki są często gotowane w aromatycznym wywarze i serwowane po prostu z chlebem. Jednak przede wszystkim w kuchni śródziemnomorskiej jest wiele innych sposobów przygotowania tej uniwersalnej potrawy.

**Na świąteczne okazje małże są popularnymi dodatkami do kreatywnych przepisów.**







## «Każdy przyczynia się codziennie do uzyskania jakości»

*Jako kierownik działu koordynacji analiz/reklamacji w szwajcarskiej siedzibie firmy Bell, Steffen Zirkelbach jest odpowiedzialny za to, aby produkty odpowiadały standardom jakościowym Bell Food Group. Poza tym jest członkiem zespołu ds. opracowania nowej strategii jakości dla Bell Food Group, która zostanie wdrożona w następnych miesiącach. To dla LOOK! wystarczający powód, aby zadać mu kilka pytań dotyczących jakości.*

**Do czego potrzebna jest strategia jakości?** Obok dobrego smaku produktów i przyjazności dla środowiska jakość jest jedną z głównych wartości Bell Food Group. Dzięki strategii, która jest konieczna chociażby z powodu rozrostu grupy i zmieniających się warunków otoczenia, tworzona jest jednolita wykładnia jakości wewnątrz Bell Food Group. Oprócz tego wypracowywane są podstawowe i ogólnie obowiązujące warunki ramowe, ważne dla wszystkich przedsiębiorstw w Bell Food Group. Jako że strategia jakości jest strategią podstawową, daje ona również impulsy dla istniejących lub przyszłych strategii funkcjonalnych.

**Jakie tematy obejmuje strategia jakości?** Pojęcie jakości w ramach tej strategii świadomie rozumiemy szeroko i nie ograniczamy go wyłącznie do produktu. Obok jakości produktu, na którą wpływ mają oczywiście surowiec i procesy produkcji, kluczowe znaczenie mają dla nas trzy inne punkty, a mianowicie nasze procesy jako takie, nasza infrastruktura i przede wszystkim nasi pracownicy. My wszyscy jesteśmy firmą Bell i każdy przyczynia się codziennie do jakości marek Bell, Hilcona i Eisberg.

**Co Panu przychodzi jako pierwsze do głowy, kiedy pomyśli Pan o słowie jakość?** Tak jak większość ludzi przy słowie jakość myślę oczywiście przede wszystkim o jakości pro-

duktów, czyli o dobrych i przede wszystkim bezpiecznych produktach, które każdemu konsumentowi codziennie pozwolą rozpieszczać podniebienie.

**Jak ważna jest dla Pana jakość w Pana codziennej pracy?** Jakość jest dla mnie bardzo ważna. Jestem dumny z bycia członkiem rodziny firmy Bell i z tego, że przyczyniam się do oferowanej przez nią jakości.

**Jak może Pan wpływać na jakość w miejscu pracy?** W centralnym dziale zarządzania jakością w szwajcarskiej siedzibie firmy Bell zajmujemy się przede wszystkim grupami towarów. Dlatego mam możliwość przyczyniania się do jakości. Po pierwsze, podczas analizy naszych produktów, a po drugie wtedy, gdy jakiś konsument nie jest zadowolony z naszych produktów, które nie spełniają naszych wymagań jakościowych. Właśnie w dziale reklamacji można zainicjować wiele procesów korekcyjnych, które jeszcze bardziej ulepszą jakość naszych produktów i procesów. • fv