

LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

03 2018



— 1869 —

Samuel Bell

MÂITRE CHARCUTIER

—
Meșteșugul este viu

BELL
FOOD
GROUP



Cu privirea încrezătoare spre viitor

Stimate colege, stimați colegi,

Am depășit un semestru turbulent, cu multe urcușuri și, din păcate, cu unele coborâșuri. Însă privim înainte: domeniul de afaceri Convenience se dezvoltă foarte bine, și mulțumită achiziției cu succes a Hügli. Diviziile Bell Germania și Bell Internațional au putut continua trendul pozitiv și au dat dovadă de o creștere cantitativă îmbucurătoare. Excepția a fost afacerea cu carne de păsări din Austria și Germania. Din păcate, aici nu am atins, în prima jumătate a anului 2018, scopul pe care ni l-am propus. Cauzele au fost prețurile mai mari la furaje și materii prime, precum și desfacerea stagnantă a produselor bio din carne de pasăre. Pe lângă acestea, punerea în funcțiune a construcției noi Süttag din Ampfing a implicat costuri mai ridicate decât am planificat. Și divizia Bell Elveția a crescut, însă e drept că aici afacerea retail mai slabă din grupul de produse din carne proaspătă a influențat rezultatul.

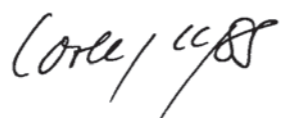
Acești factori au contribuit la scăderea profitului companiei, deși Bell Food Group a crescut din nou în prima jumătate a anului 2018.

Însă ne aflăm doar la jumătatea perioadei. Am identificat cauzele și am inițiat măsurile corespunzătoare. Acum trebuie să le aplicăm consecvent, ca să putem îndeplini obiectivele propuse pentru a doua jumătate a anului. Sunt convins că împreună vom reuși. Pentru că în fiecare zi trăiesc o realitate confirmată și de primul sondaj efectuat în întregul Bell Food Group, în rândul angajaților: avem angajați motivați și dedicați, care lucrează cu plăcere.

Și rețeaua noastră abundă, prin urmare, de produse noi. Acest fapt reiese și din buchetul colorat de noutăți din cadrul tuturor diviziilor de pe paginile 23 până la 25. Dragă inimii mele este, în special, noua linie Samuel Bell, ce va fi lansată în Elveția la sfârșitul lunii august. Iar în ceea ce privește jubileul de 150 ani Bell 2019, cu această linie o să reapară produse clasice de mezelărie tradiționale și de înaltă calitate. Rămân fidel subiectului din titlul acestei broșuri: «Meșteșugul este viu.»

Toate acestea mă fac mândru de compania noastră și de produsele sale și mă motivează să privesc optimist spre a doua jumătate a anului 2018. Sunt multe de făcut, să începem!

Lorenz Wyss
Președintele Comitetului Executiv al Grupului




12



23



18

Rezumat

Din companie

- 4 Bine echipat pentru viitor**
Două linii de ambalare noi instalate în Harkebrügge
- 5 Sharing is Caring**
Program de participare a angajaților la Bell Food Group
- 6 Concluzii importante pentru viitor**
Sondaj în cadrul angajaților Bell Food Group

Privire de ansamblu

- 8 Distincție pentru Zimbo în Ungaria**
Locul doi la cupa sponsorilor HSV
Un șut de succes
- 9 Succesul produselor îmbunătățit împreună**
Discutând cu: Sophie Lucas
- Bell Food Group în febra campionatului mondial Play&Win 2018**

Munca la Bell Food Group

- 10 Vă felicităm și și vă urăm bun venit**
Ucenici la Bell Food Group
- 11 Cu ochii pe generația tânără**
Discutând cu: Andreas Bégre
- La locația din...
- 12 Bucate bune pe farfurie**
Sylvain & CO va face parte din Bell Food Group

Durabilitate și inovație

- 14 Colectare, evaluare, decizie, acțiune**
Business Intelligence și Analytics în Bell Food Group
- 16 Atotputernica cu o lungă tradiție**
Bell se angajează pentru prezervarea vacilor tip Simmental
- 18 Investiție prevăzătoare**
Bell Food Group participă la Mosa Meat

Articol de prima pagină

- 20 Meșteșugul este viu**
Noua linie de produse Samuel Bell 1869
- Lumea noastră culinară
- 23 Este pregătit**
Parada noutăților la începutul anotimpului rece
- 26 În pofda prejudecăților vechi**
Un mic îndrumar despre carnea de vânat

Pasiunea mea

- 28 PESCUIT ÎN FAMILIE!**
După muncă, Montsé Bonnard se recrează lângă râu

Aniversări

- 30 Aniversări**
LOOK! Îți felicităm pe sărbătorii din perioada septembrie – decembrie 2018

Asta da calitate!

- 32 Eden**
My Veggie Paradise

Două linii de ambalare noi instalate în Harkebrügge

BINE ECHIPAT PENTRU VIITOR

Locația Harkebrügge este configurată pentru performanță maximă în domeniul ambalării. Centrul logistic și de feliere al Bell Germania dispune de puțin timp de două linii noi pentru ambalarea șuncilor și a altor specialități în ambalaje pliabile și în tăvi ovale. Instalațiile inovative, create prin înlocuirea sau modificarea constructivă a liniilor existente, permit fabricii cantități de producție duble față de modelele predecesoare.

Clienții germani iubesc șuncile marca Abraham în ambalaje pliabile practice. Și tăvile ovale – așa-numitele ovaltray –, în care Bell Germania oferă de exemplu noile specialități Iberico, sunt foarte cerute.

Deoarece ambele tipuri de ambalaje au atins cifre de vânzare crescătoare în ultimii ani, centrul de feliere din Harkebrügge și-a atins în mod repetat limitele. Erau necesare noi instalații, însă lipsea spațiul pentru ele. Soluția: S-a înlocuit linia existentă pentru ambalaje pliabile și linia pentru ovaltray a fost modificată constructiv, orientată spre viitor.

«Pentru ambalajele pliabile am dezvoltat un concept de linie care, în această formă, este prima din lume», relatează Stefan Potgeter, responsabil la Bell Germania, printre altele, pentru automatizarea proceselor. «Ca și linia standard, constă dintr-un Slicer, o mașină de ambalat și o instalație de pliat, însă a fost completată cu componente inovative.»

Astfel Slicer-ul de înaltă performanță dispune suplimentar de un «modul Interleaver» inovativ, care așează automat foliile separate între feliile de șuncă. Împreună cu niște dispozitive de prindere speciale, care lucrează separat unul față de celălalt cu «modulul Interleaver», Slicer-ul din Harkebrügge este primul de acest tip constructiv din lume.

De instalație aparține și un robot modern de prindere, care așează porțiile pe foliile de ambalaj. Sisteme ample de control pentru cantitatea porțiilor sau detectarea corpurilor străine garantează în plus calitatea constantă și siguranța produselor.

La modificarea constructivă a liniei pentru ovaltray Bell a exploatat posibilitatea oferită în prezent de automatizare. Astfel un robot de prindere dezvoltat special pentru acest proiect așează porțiile gata tăiate în tăvile de ambalaj. Un buffer garantează, că se poate lucra continuu, și dacă Slicer-ul este alimentat pe moment cu o nouă șuncă sau un nou Chorizo.

«În Harkebrügge putem folosi fiecare mână liberă», spune Stefan Potgeter. «De aceea pentru noi este un câștig suplimentar foarte mare faptul că la noua linie necesarul de personal s-a redus la jumătate.» Și nu în ultimul rând se pot vedea și capacitățile noilor instalații: Ambele noutăți sunt de două ori mai performante decât predecesoarele lor. • *mr*

Noul Slicer din Harkebrügge este primul în lume cu acest tip constructiv.



Program de participare a angajaților la Bell Food Group

Sharing is Caring

Prin programul de participare a angajaților, Bell Food Group permite tuturor angajaților să achiziționeze acțiuni ale companiei la preț redus. Următoarea perioadă de referință începe la începutul lui noiembrie și se termină în data de 30 noiembrie 2018. Bell Food Group pune la dispoziția angajaților gratuit un depozit de acțiuni.

În noiembrie 2018 va sosi din nou momentul. Timp de o lună angajații Bell Food Group au ocazia să achiziționeze acțiunile companiei cu o reducere de 20 procente față de cursul actual. Singura condiție este ca aceste acțiuni să nu fie vândute timp de patru ani de la data achiziționării. După expirarea termenului de interdicere de patru ani acțiunile pot fi vândute sau pot fi transferate într-un depozit privat de acțiuni dintr-o bancă.

Programul de participare a angajaților începe de la 1 noiembrie 2018.

Comoditățile la care se poate aștepta un acționar sunt valabile și pentru deținătorii acțiunilor oferite angajaților. Aceștia primesc în fiecare an dividende și au posibilitatea să participe în calitate de acționar la adunarea generală Bell Food Group AG. În plus, compania pune la dispoziție un depozit gratuit pentru acțiunile angajaților.

Programul de participare a angajaților al Bell Food Group a fost introdus în 2001. Obiectivul programului este ca angajații să se identifice cu Bell Food Group și să participe activ la succesul companiei.

Un nou depozit de acțiuni online este în curs de planificare

Se planifică punerea la dispoziție a unui nou depozit de acțiuni online cu login personal pentru toți deținătorii actuali și viitori de acțiuni oferite angajaților. Prin noul depozit angajații



Toți angajații Bell Food Group vor fi informați la sfârșitul lunii octombrie despre procedura viitoare pentru achiziționarea acțiunilor oferite angajaților.

Dacă aveți întrebări, vă rugăm să contactați biroul de acțiuni Bell Food Group la:

Etienne Petitjean
Tel.: 0041 (0)58 326 2020
E-Mail: share.registry@bellfoodgroup.com

vor putea gestiona ei înșiși propriile lor acțiuni, vor putea achiziționa acțiuni noi în cadrul programului de participare a angajaților și, după expirarea termenului de interdicere de patru ani, vor putea tranzacționa liber acțiunile. • *fv*

Sondaj în cadrul angajaților Bell Food Group

60 Concluzii importante pentru viitor

Rezultatele sondajului realizat pentru prima dată în cadrul tuturor angajaților Bell Food Group sunt acum disponibile. Ne bucurăm pentru numărul mare de sondaje completate și pentru rezultatele pozitive în principiu. Sondajul a arătat însă și potențiale de îmbunătățire. Acestea vor fi abordate în următorul pas.

În primăvară 2018 s-a realizat pentru prima dată un sondaj în cadrul angajaților din întregul Bell Food Group (fără Hügli). Rezonanța la sondaj a fost îmbucurătoare. Aproape 60 de procente din toți angajații Bell, Hilcona și Eisberg au participat: o valoare relativ mare.

Sondajul în cadrul angajaților a fost efectuat sub această formă pentru prima dată, și cu atât mai îmbucurător este numărul mare de răspunsuri. După părerea lui Johannes Meister, director HR Bell Food Group, nu se vor opri la o singură desfășurare: «Ne bucurăm foarte mult pentru rezonanța pozitivă, noul format a avut, evident, priză. Pe viitor plănuiim să realizăm la fiecare doi ani sondajul în cadrul angajaților Bell Food Group.»

Multă lumină – puțină umbră

Rezultatele sunt în principiu îmbucurătoare, chiar dacă există încă domenii care prezintă potențial de îmbunătățire. Asta arată rezultatele la nivelul Bell Food Group.

În sondaj au fost evaluate satisfacția generală la locul de muncă, precum și dedicația față de angajator (Commitment). În ambele categorii Bell Food Group a primit o evaluare bună, unde Commitment a fost clasat un pic mai sus decât satisfacția la locul de muncă (v. graficul din dreapta). Și situația muncii a fost pusă sub lumina reflectoarelor în detaliu. Aceasta este compusă dintr-o serie de subiecte, cum ar fi timpul de lucru, atmosfera de lucru sau venitul/prestații secundare. Deoarece aceste subiecte

influențează evaluarea satisfacției la locul de muncă și Commitment, ele servesc drept indiciatori ale posibilităților de îmbunătățire.

Rezultatele în detaliu

O privire mai atentă asupra evaluării subiectelor individuale arată, ce apreciază angajații la Bell Food Group și unde există încă potențial de îmbunătățire. Evaluare peste medie au primit «Conținuturi de muncă», «Atmosfera de lucru», «Șef direct», «Informații și comunicare», precum și «Cunoașterea obiectivelor companiei».

Temele «Cerințe de lucru» și «Procese de muncă» au primit în general tot o evaluare bună, însă în comparație au rămas puțin în urmă.

O imagine similară prezintă subiectul «Loc de muncă». Întrebarea despre mijloacele de lucru a primit evaluare pozitivă, în timp ce condițiile la locul de muncă (de ex. lumină, aer, zgomot, condițiile de spațiu) au primit note mai puțin bune în întregul Bell Food Group.

Unde este lumină, este și umbră. Această zicală veche este valabilă și pentru Bell Food Group. Rezultatele sondajului în cadrul angajaților arată că în unele domenii sunt posibile încă îmbunătățiri.

Aici intră de exemplu subiectele «Timp de lucru» și «Propuneri de îmbunătățire». Aici compatibilitatea dintre muncă și viața privată, precum și întrebarea, dacă se primește răspuns la propunerile de îmbunătățire, au avut re-

zultate sub medie. La tema «Dezvoltarea personalului» a reieșit că angajații văd un necesar de îmbunătățire încă în ceea ce privește posibilitățile de dezvoltare profesională în continuare în cadrul companiei. Întrebarea, dacă angajații au primit instruirea și perfecționarea necesare pentru jobul lor a primit în schimb o evaluare mai pozitivă.

Evaluările cele mai proaste în general a primit subiectul «Venit/prestații secundare». Atât corectitudinea venitului cât și atractivitatea prestațiilor sociale și secundare a primit doar note medii.

Analiză și procedura în continuare

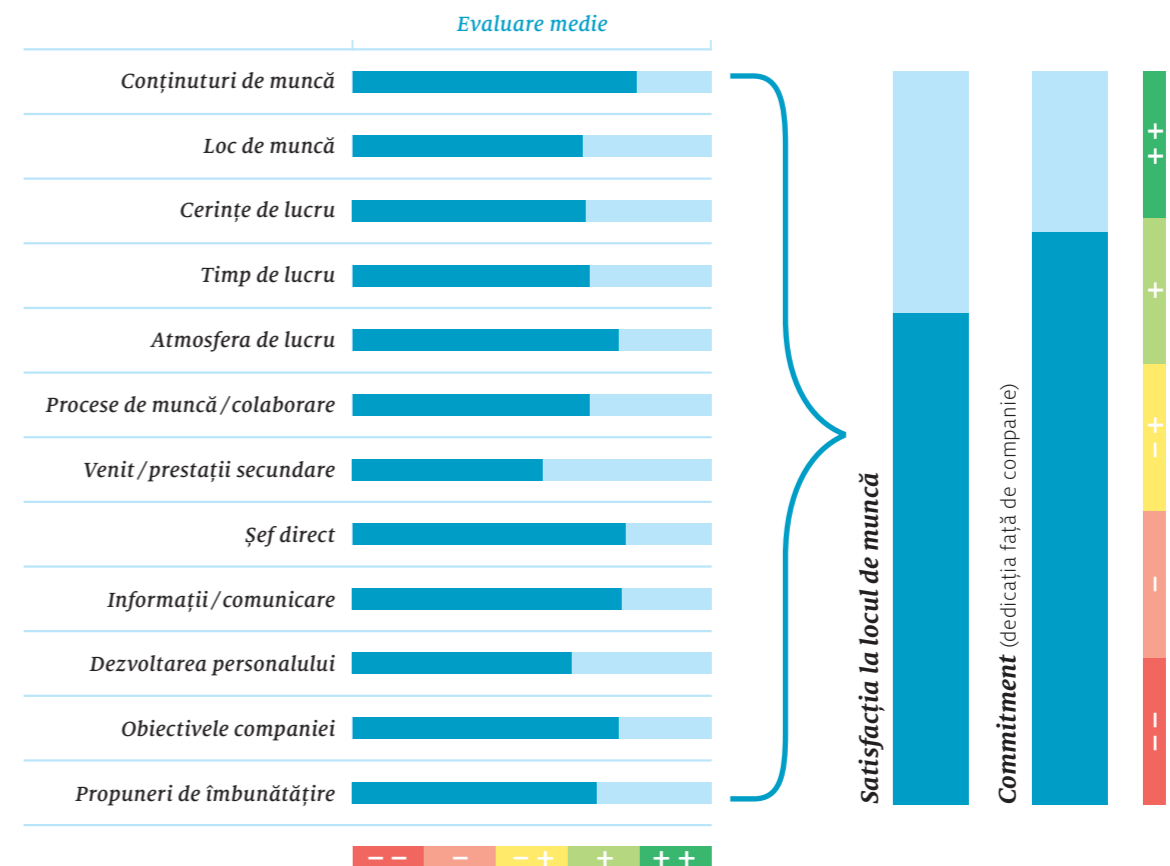
La rezultatele disponibile este vorba de o sinteză privind întregul Bell Food Group. La întrebări individuale rezultatele din diferite divizii sau domenii organizatorice pot diferi relativ mult față de rezultatul de grup. La stabilirea procedurii în continuare s-a luat în considerare acest lucru.

Aproape 60 de procente din toți angajații au completat sondajul.

Până la sfârșitul lunii august au fost prezentate rezultatele diviziilor și domeniilor organizatorice individuale. Într-un al doilea pas vor fi analizate rezultatele și vor fi stabilite domeniile de acțiune posibile. Pe baza acestor domenii de acțiune vor fi definite și puse în practică apoi, într-un al treilea pas, măsurile.

«Pentru mine o parte importantă a structurii companiei este că angajații pot da un feedback, și acest feedback este luat în serios de companie», spune Johannes Meister. În mod corespunzător urmează punerea în practică a măsurilor la nivelul unităților organizaționale (UO) și domeniilor organizaționale (DO). UO și DO individuale vor fi ținute la curent despre starea actuală a punerii în practică. Astfel se poate asigura, că eventualele măsuri de îmbunătățire ajung și acolo, unde este cea mai mare nevoie de ele. • fv

Rezultatul subiectelor





Distincție pentru Zimbo în Ungaria

Zimbo Ungaria a primit titlul «Angajator de încredere». Titlul este acordat de Camera de Comerț Germano-Maghiară și în fiecare an distinge companiile care se implică în mod special în crearea condițiilor de lucru exemplare. Hedvig Szakács, directoarea Zimbo Ungaria, a preluat certificatul la ceremonia de premiere cu ocazia adunării membrilor Camerei de Comerț din mai 2018. Titlul „Angajator de încredere” poate fi obținut de companii printr-un concurs. Sunt evaluate șapte domenii din politica HR. Aici intră în special problemele legate de remunerație, servicii sociale, condiții de sănătate și de muncă, instruire și perfecționări, precum și dezvoltarea personalului. • fv

Un șut de succes

Locul doi la cupa sponsorilor HSV

Pentru Bell Germania vara fotbalistică a început deja la sfârșitul lunii mai. La cupa sponsorilor HSV jucătorii au pășit pe «sfântul gazon» al Volksparkstadion împotriva altor 23 de echipe.

În timp ce anul acesta «Echipa» nu a putut învinge la campionatul mondial din Rusia, o altă echipă germană a excelat pe toată linia: A treia oară la cupa sponsorilor HSV, artiștii cu mingea de la Bell au obținut la final locul doi.

Trupa a intrat în marele turneu al sponsorilor pe Volksparkstadion din Hamburg în plin soare, eveniment cu care în fiecare an HSV încheie sezonul „Bundesliga” împreună cu partenerii săi. Înflăcărați de fanii aduși, colegii Bell și-au arătat talentul cu mingea și dorința de a finaliza deja în faza grupelor. Și în runda k.o. s-a pasat, s-a flancat și s-a șutat cu capul cât s-a putut.



În pauze toți jucătorii și oaspeții au putut să se răcorescă și să se invigoreze gratuit la marele bufet. Și Bell Germania a contribuit, a făcut cinstine cu cârnăciori de grill ZIMBO.

În cele din urmă echipa foarte motivată a trebuit să se lase învinsă în finală, ocupând locul doi, după firma de modă Wellensteyn.

Bell Germania aprovizionează de trei ani HSV cu «Stadion Griller». Cu mare succes: Ultimul sezon s-au dat aproximativ 400000 de cârnăciori ZIMBO prin standurile de grill din Volksparkstadion. • mr

Discutând cu: Sophie Lucas

Succesul produselor îmbunătățit împreună

Din iulie Sophie Lucas de la Bell Franța este președinta «Consortium des Salaisons d'Auvergne». În Look! ea vorbește despre importanța acestei fuziuni și despre obiectivele ei ca președintă.

Ce este «Consortium des Salaisons d'Auvergne»? Sophie Lucas: Consorțiul este fuziunea dintre producătorii regionali de șuncă crudă și de salamuri uscate la aer, precum și dintre crescători și întreprinderile de sacrificare din Auvergne. Consorțiul stabilește, printre altele, specificațiile pentru produsele din carne sărată și mezeluri, pentru a păstra și a proteja tradiția și bunul renume al produselor. De asemenea, consorțiul promovează prin diverse măsuri de comunicare celebritatea produselor în Franța și în străinătate. Aici intră promovarea vânzărilor la POS sau participările la târguri, precum și campaniile publicitare la TV sau pe canalele mediilor sociale.



Ce importanță acordă consorțiul pentru Bell Franța? Produsele din Auvergne cu marcajul g.g.A. sunt foarte importante pentru noi. Astfel, de exemplu, salamurile noastre certificate g.g.A., maturate la picioarele vulcanului din Auvergne, figurează în Top Ten Bestseller al Bell Franța.

Care sunt atribuțiile dumneavoastră ca președintă? Deoarece reprezentăm companii din diferite domenii și de toate dimensiunile, cea mai importantă sarcină a mea este să țin cont de cerințele tuturor membrilor și să asigur, că deciziile luate sunt acceptabile pentru toți.

Ce obiective urmăriți în timpul mandatului dumneavoastră? Doresc să contribui semnificativ la promovarea succesului produselor de înaltă calitate și gustoase din Auvergne pe plan național și internațional. Sunt foarte mândră, că reprezint aceste produse și totodată apreciez munca a celor aproximativ 2000 de oameni din regiunea noastră, deșușă în diferite moduri în aceste produse de charcuterie. În plus, mă voi dedica intens păstrării, protejării și promovării produselor de salam și șuncă g.g.A. din Auvergne. • mr



Play&Win 2018

Bell Food Group în febra campionatului mondial

Nume nou, noroc nou. Cu ocazia campionatului de fotbal din Rusia Bell Food Group a realizat pentru angajați din nou campionatul de pronosticuri cu un nou nume, Play@Win. LOOK! prezintă câștigătorii norocoși ai premiilor principale!

Bell Food Group se schimbă într-un ritm razant, însă rămâne și în acest an aproape la fel. Cu ocazia campionatului de fotbal din Rusia Bell Food Group a realizat campionatul de pronosticuri care a devenit aproape tradițional deja. Campionatul de pronosticuri cu noul nume Play&Win a fost un succes total. 1648 jucători și 269 grupuri s-au înregistrat - este un record! Participarea s-a renunțat din plin anul acesta. Deoarece pe cei mai de succes pronosticari individuali și în grup i-a așteptat pe lângă înregistrarea în cărțile de istorie Play&Win și vouchere de călătorie în valoare de până la 2000 EUR și pentru cele mai bune grupuri un cupon pentru un eveniment comun în valoare de maxim 1200 EUR. • fv



Clasament jucători

1. Sebastian Block, Bell Franța, voucher de călătorie în valoare de 2000 EUR
2. Damian Czerczak, Bell Polonia, voucher de călătorie în valoare de 1500 EUR
3. Marc-Oliver Tappe, Bell Germania, voucher de călătorie în valoare de 1000 EUR

Clasament grupuri

1. Team de Coach, Bell Elveția, cupon de 1200 EUR
2. MT, Hilcona Schaan, cupon de 1000 EUR
3. Werder Werl, Bell Germania, cupon de 800 EUR

Ucenici la Bell Food Group

Vă felicităm și și vă urăm bun venit

În ultimele luni mulți angajați juniori au încheiat cu succes stagiul de pregătire la Bell Food Group și astfel au făcut primul pas în lumea muncii. Îi felicităm pe absolvenți pentru terminarea instructajelor. Pe de o parte ceva ia sfârșit, pe de altă parte începe ceva nou. Ucenicilor noi, care au început în august instruirea la Bell Food Group, le urăm bun venit.

Bell Food Group îi felicită pe cei care au încheiat cu succes instructajele



De la stânga la dreapta: Ganimet Dushku, Estefano Dias Ferreira Soares, Marco Raimondi, Emine Temel, Fernando Marchelli Quintanilla, Riccardo Calabrese, Kevin Correia. Din imagine lipsesc: Alexander Blinkov, Erich Diethelm, Dino Gombar, Jasmin Kissling, Jan Parpart

Bell

Alexander Blinkov, mecanic producție EFZ, Zell
 Riccardo Calabrese, specialist întreținere în întreprindere EFZ, Basel
 Kevin Correia, specialist carne EFZ, Basel
 Estefano Dias Ferreira Soares, specialist carne EFZ, Basel
 Erich Diethelm, economist EFZ, Basel
 Ganimet Dushku, informatician dezvoltator de aplicații EFZ, Basel
 Dino Gombar, specialist carne, EFZ, Basel
 Isabell Haaks, economișă industrială, Seevetal
 Jasmin Kissling, specialistă carne EFZ, Basel
 Fernando Marchelli Quintanilla, specialist carne EFZ, Basel
 Jan Parpart, economist EFZ, Basel
 Lioba Peters, B. A. management industrial și economișă industrială, Seevetal
 Andreas Petrow, specialist în tehnologia alimentară, Bad Wünnenberg
 Marco Raimondi, economist EFZ, Basel
 Felix Schmied, mecanic mașini și instalații, specializarea tehnologie alimentară, Suhl
 Emine Temel, mecanică de instalații EFZ, Zell
 Romina Waldvogel, specialistă în păsări EFZ, Zell



De la stânga la dreapta: Marxer Caroline, Filipic Ratko, Benz Sarah, Seger Luke, Girstmair Selina. Din imagine lipsește: Luca Bon

Hilcona și Frostag

Sarah Benz, economișă EFZ, Schaan
 Luca Bont, logistică EFZ, Schaan
 Diego Coti, logistică EFZ, Landquart
 Ratko Filipic, tehnolog alimentară EFZ, Schaan
 Selina Girstmair, tehnolog alimentară EFZ, Schaan
 Caroline Marxer, economișă EFZ, Schaan
 Luke Seger, economist EFZ, Schaan
 Simona Tettamanti, economișă EFZ (profil M), Landquart

Eisberg

Luana Mancini, economișă EFZ, Gastro Star Dällikon
 Lars Heidelberger, tehnolog alimentară EFZ, Gastro Star Dällikon

Hügli

Marco Mattes, economist industrial*
 Jessica Savaglia, economișă industrială*
 Sercan Cakir, informatician specialist în integrarea sistemelor
 Anne Störk, studiu DH management industrial – industrie

* cu calificarea suplimentară de «management economic internațional»

Bun venit la Bell Food Group

Bell Elveția și Germania

Cedric Bechler, economist EFZ, Basel
 Joshua Borer, tehnolog alimentară EFZ, Oensingen
 Mandy Buchner, specialist în tehnologia alimentară
 Niki Cardoso Da Cunha, logistician EFZ, Oensingen
 Aziz Ullah Eqbali, logistician - an pregătitor profesional
 Susanne Gkagkani, specialist în tehnologia alimentară, Suhl
 Delia Germain, asistentă de specialitate carne EBA, Basel
 Karima Nassar Harambasic, tehnologă alimentară EFZ, Oensingen
 Vanessa Hoffmann, specialistă în păsări EFZ, Zell
 Jan-Luca Huszarik, economist industrial, Seevetal
 Yasin Can Ipek, specialist carne, EFZ, Basel
 Kevin Kohnert, măcelar, Suhl
 Alen Kozarac, mecanic producție EFZ, Zell
 Maximilian Lorenz, mecanic mașini și instalații, specializarea tehnologie alimentară, Suhl
 Abdulsalam Mohamed, curs preliminar de integrare în economia cărnii
 Luca Petersen, automatician EFZ, Basel
 Jérôme Schaub, specialist carne EFZ, Basel
 Tobias Schmidt, mecanic mașini și instalații, specializarea tehnologie alimentară, Suhl
 Cindy Schweng, mecanic mașini și instalații, specializarea tehnologie alimentară, Suhl
 Janjira Suwanthong, economișă EFZ, Basel
 Tobias Warnke, studiu dual management industrial /economist industrial, Seevetal
 Paul-Philippe Wortmann, informatician dezvoltator de aplicații EFZ, Basel
 Kevin Zbinden, specialist carne EFZ, Basel

Hilcona și Frostag

Stefan Braun, logistică, Schaan
 Noah De Marco, economist, Schaan
 Laurin Ehrenzeller, economist, Schaan
 Jordan Falk, tehnolog alimentară, Schaan
 Mara Gomes Silva, economișă, Schaan
 Ismet Güler, tehnolog alimentară, Schaan
 Kristina Ivanova, mecanic instalații, Schaan
 Victoria Kloser, mecanic instalații, Schaan
 Patrick Marxer, logistică, Schaan
 Luisa Walser, tehnolog alimentară, Schaan

Eisberg

Visar Bajrami, economist EFZ, Landquart

Hügli

Yannick Brake, economist industrial*
 Adrian Christ, studiu DH Food Management
 Gabriel Glätsch, economist industrial*
 Jana Lederle, economișă industrială*
 Kirstin Mattes, studiu DH informatică economică
 Sven Radermacher, specialist în tehnologia alimentară
 Marvin Schulte-Bäuminghaus, specialist în tehnologia alimentară
 Lisa Stark, economișă industrială*
 Mareike Stump, studiu DH Food Management
 Theresa Zirell, specialistă în tehnologia alimentară

* cu calificarea suplimentară de «management economic internațional»

Discutând cu: Andreas Begré

Cu ochii pe generația tânără

Andreas Begré a preluat la Bell Elveția o sarcină palpitantă:

În calitate de șef al formării profesionale el coordonează instruirea în profesiile tehnice și industriale.



«Îmbunătățirea imaginii publice nu este suficientă.»

Care sunt cele mai importante sarcini ca șef al formării profesionale? Andreas Begré: Mă ocup înainte de toate de dezvoltarea în continuare a sistemului nostru de instruire. Mă văd ca un element de legătură între actorii interni la Bell și organe externe ca școlile, asociațiile profesionale, universitățile sau cantoanele. Pe lângă aceasta mă ocup, printre altele, și de posibilitățile de formare și dezvoltare în continuare pentru absolvenți.

De ce este atât de importantă pentru Bell această poziție nou creată? Sectorul cărnii se află acum și pe viitor în fața unor mari provocări. Avem nevoie de un concept de formare profesională, pentru a face mai atractive profesiile tehnice și industriale din domeniul producției pentru absolvenții de școală. Un astfel de concept nu se poate naște pe o linie secundară. Este nevoie de cineva care coordonează totul și care colaborează cu diferitele organe.

Cum vreți să contribuiți la popularizarea de către Bell a întreprinderii de instruire în cadrul absolvenților de școală?

Datorită experienței mele vaste în acest domeniu - printre altele ca șef adjunct de formare profesională la Coop - știu cât de importantă este nu numai îmbunătățirea imaginii publice, dar și profesionalizarea la nivel intern a formărilor. Când publicul vede, cum formează Bell tinerii și ce li se oferă în timpul instruirii, putem să ne fortificăm imaginea ca firmă formatoare bună. Din punctul meu de vedere, Bell are cele mai bune condiții, pentru a deveni una dintre cele mai bune firme formatoare din Elveția. • *mr*

Sylvain & CO va face parte din Bell Food Group

Bucate bune pe farfurie

Fie că este vorba de aprovizionarea clienților cu salate, legume și fructe sau de motivarea angajaților – la Sylvain & CO oamenii sunt punctul central. Cu această atitudine, compania, care aparține din aprilie 2018 de Eisberg, se potrivește perfect cu Bell Food Group.

Sylvain & CO are o misiune: să facă totul pentru ca oamenii să mănânce regulat și cu plăcere fructe și legume, precum și salate proaspete, de înaltă calitate și sănătoase. Pentru a reuși, compania elvețiană cu sediul în Essert-sous-Champvent, din cantonul Waadt, facilitează consumul de surse importante de vitamine. Salate gata de consum, legume curățate și tăiate sau pahare cu fructe și iaurt și alte ingrediente – cu sortimentul Sylvain & CO alimentația conștientă este ușoară.

Încă de acum 80 de ani, dorința de dezvoltare continuă a fost o motivație puternică.

Bunicul actualului manager s-a specializat, în anii 1940, în cultivarea legumelor. Dorința de dezvoltare continuă a fost pentru el o motivație importantă, și așa s-a realizat prima cameră frigorifică, pentru a putea păstra produsele mai mult timp, realizându-se astfel morcovi și cartofi ambalați în plase.

60 de ani mai târziu Sylvain Agassis a preluat conducerea. Și el se dovedește a fi un legumicultor plin de forță de inovație, și astfel întreprinderea de familie a primit impulsuri noi. Printre modernizările

inițiate de tânărul care avea atunci 26 de ani s-a numărat, printre altele, construirea unei fabrici noi, pe lângă cea existentă în Essert-sous-Champvent, ceea ce a permis proceduri de producție la scară industrială.

Și comerțul sustenabil a avut, încă de la bun început, o mare valoare pentru Sylvain Agassis. «Comportamentul responsabil se îmbină perfect cu succesul în afaceri», declară acesta convins. «Scopul nostru este să aducem la un numitor comun cerințele actuale și obiceiurile alimentare ale clienților cu respectul față de natură și oameni.» Compania urmărește această pretenție de exemplu prin încheierea contractelor de sustenabilitate cu furnizorii săi. În urmă cu zece ani, a transformat pământurile proprii în culturi bio, pentru care a fost certificat cu sigiliul bio exigent «Demeter».

Printre specialitățile sortimentului se numără salatele verzi tinere bio. Pentru obținerea acestora, se adună doar tulpinile și frunzele tinere. Restul plantei rămâne în sol pentru o recoltare ulterioară. Prin specializarea pe această metodă, compania a deschis o nișă de piață. Se bucură de succes la fel de mare „coșurile BIO” – un serviciu cu abonament pentru clienții-firmă care doresc să facă un bine per-



Echipa compusă din 180 membri este un stâlp important al companiei.



sonalului cu cele mai bune fructe provenite din cultură biologică.

Un stâlp important al companiei este echipa compusă din 180 membri foarte motivați. În pofida tehnizării înalte, ca și înainte, este necesar mult lucru manual executat cu atenție. «Compania noastră nu ar exista fără oameni, care reprezintă <& Co>, adică angajații noștri», spune Sylvain Agassis. Aceștia sunt loiali și de încredere, ceea ce contribuie la apartenența îndelungată la companie și o rată redusă de fluctuație.

Prin urmare, cu Sylvain & CO, Bell Food Group poate ura bun venit unui nou membru în rândurile sale, care împărtășește valorile morale ale grupului de întreprinderi. «Sylvain & CO și Eisberg se potrivesc de minune. Com-

pania aduce multă experiență, forță inovatoare și noi abordări în afacerea noastră internațională», afirmă Christian Guggisberg, CEO la Eisberg și Sylvain Agassis completează: «A aparține de Eisberg și astfel de compania internațională Bell Food Group asigură viitorul nostru și ne permite să promovăm strategia noastră, aceea de a oferi produse de înaltă calitate și de a posibila creșterea noastră în continuare.» • mr



Business Intelligence și Analytics în Bell Food Group

COLECTARE, EVALUARE, DECIZIE, ACȚIUNE

Generăm zilnic o cantitate imensă de date. Printre acestea se ascund informații valoroase, care pot contribui semnificativ la succesul companiei. La Bell Food Group echipa lui Valéry Thomas din cadrul «Business Intelligence» se ocupă ca aceste informații să devină accesibile.

Preconizarea evenimentelor de mâine prin analiza datelor – nu mai este de mult muzica viitorului. Acest lucru este dovedit deja în prezent, în mod impresionant, de prognoza ambuteiajelor de către Google Maps. În acest scop, tot ce trebuie este, este o sumedenie de date.

În munca noastră zilnică folosim programe ca SAP sau CSB, pe care le hrănim fără încetare cu informații. În același timp, dotăm în numele industriei 4.0 tot mai multe dispozitive cu senzori cu capacitate de comunicare, de la Smart Watch, auto-

vehicule și până la instalații de producție. Prin urmare, generăm zilnic o cantitate imensă de date – informații valoroase care pot avea un rol decisiv în succesul unei companii. Pentru a

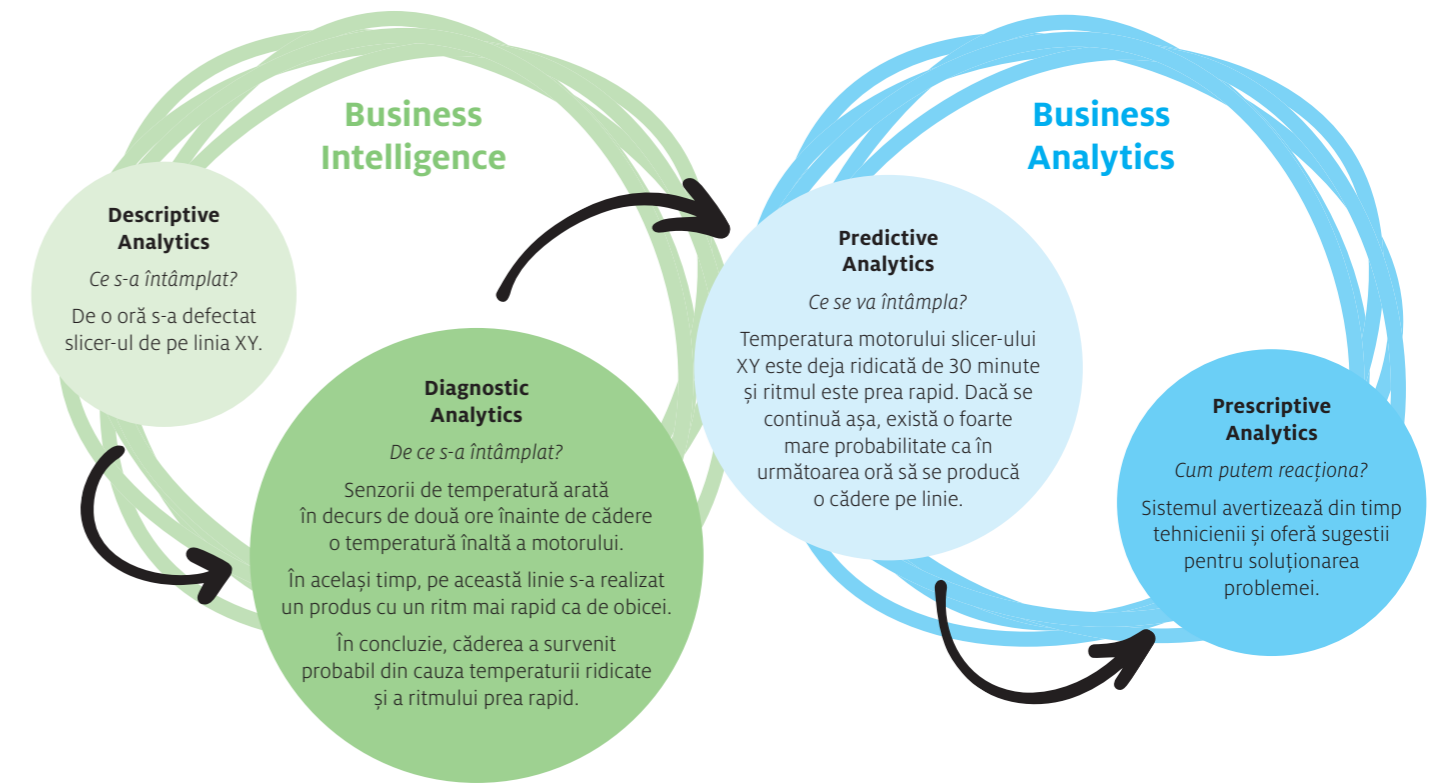
ajunge la informații, prima dată trebuie colectate, procesate și evaluate datele.

La Bell Food Group, departamentul Business Intelligence (BI) aflat sub conducerea lui Valéry Thomas se ocupă de acest lucru. «Suntem implicați întotdeauna atunci când vine vorba de analiza unei cantități mari de date necunoscute, calcularea indicilor de performanță, pregătirea rapoartelor sau generarea dashboard-urilor», declară Valéry Thomas. Business Intelligence creează soluții pentru colectarea datelor din diferite surse interne și externe, le procesează și le pune la dispoziție pentru analize. Provocarea constă în reconcilierea numeroaselor sisteme și softuri diferite în cadrul Bell Food Group.

În cadrul proiectului «Elixir», platforma cu același nume este menită să ofere ajutor. De la începutul anului 2018 echipa Business Intelligence lucrează la platforma care cuprinde întregul grup, pentru a aduce Bell Food Group pe calea digitalizării.

Cele patru etape ale analizei de date

după exemplul căderii producției



S-au început deja proiecte individuale: Bell Elveția testează din iunie 2018 așa-numita «SalesCube», o platformă unde se adună datele clienților, cifre privind vânzările, precum și informații din managementul produselor și SAP. La Bell Germania, testarea unei soluții similare va avea loc începând din 2019. Însă Business Intelligence nu se limitează doar la vânzări. Pentru fabrica din Azuaga, Spania, echipa lui Valéry Thomas lucrează la o soluție BI pentru realizarea analizelor de producție, cum ar fi măsurarea pierderilor de apă în timpul procesului de maturare la jamboanele Ibérico.

«Scopul nostru este extragerea cunoștințelor din date», spune Valéry Thomas. «Datele care vin din sisteme trebuie utilizate drept bază pentru hotărârile organizatorice și, înainte de toate, strategice ale companiei.»

În prezent echipa compusă din cinci persoane se ocupă de adunarea și armonizarea tuturor datelor necesare din cadrul Bell Food Group. Dacă această bază este creată, Bell Food

Group ar putea merge un pas și mai înainte, după cum afirmă Valéry Thomas: «Cu Analytics, care dezvoltă în continuare Business Intelligence, nu analizăm doar ce și de ce s-a întâmplat. Deoarece noi învățăm din date, am putea anticipa evenimentele viitoare și am putea reacționa la acestea din timp - astfel am putea configura planificarea producției mult mai precis, pe baza datelor privind vremea, cifrelor privind vânzările din anul precedent, informațiilor despre zilele de sărbătoare sau trendurilor produselor.» • sh

Bell se angajează pentru preservarea vacilor tip Simmental

Atotputernica cu o lungă tradiție

Robustă, modestă și rezistentă – vacile tip Simmental, ca rasă cu dublă utilizare, sunt un cadou al naturii: reprezintă agricultura elvețiană apropiată de natură, menajatoare de resurse și prietenoasă cu animalele. Cu angajamentul în «Asociația pentru Simmental original» Bell contribuie semnificativ la preservarea acestei rase de vite tradiționale.

Vacile tip Simmental sunt o rasă tradițională cu dublă utilizare.

Sunt atotputernicele din industria creșterii animalelor: vacile din rasa Simmental din Elveția. Ca rasă tradițională cu dublă utilizare, acestea furnizează nu numai laptele cel mai fin, ci și o carne savuroasă, de înaltă calitate. Astfel, vacile tip Simmental devin mici unicate și se diferențiază de alte rase de vite specializate în producția de carne sau de lapte, așa-numitele rase de performanță. Cunoscută pentru modestie, precum și pentru constituția sănătoasă și robustă, vacile tip Simmental excelează în special în producția de lapte și carne din alimentația de bază, chiar și în condiții grele. Prin urmare, vacile tip Simmental sunt de două ori mai valoroase.

Simmental, succesul experților

Aceste proprietăți excelente – mai ales predispoziția redusă la boli – au atras atenția crescătorilor de bovine din Germania sau Austria deja încă din Evul Mediu. În 1930 a înflorit efectiv exportul. Ca produs de export, vacile au câștigat un renume mondial. Preferate pentru încrucișări cu alte rase, animalele au devenit cunoscute în scurt timp pe toate continentele. În prezent vacile tip Simmental reprezintă una din cele mai importante rase de calitate. Pe plan global, există până la 50 de milioane de animale. Însă rasa pură Simmental, așa cum este cunoscută din Elveția, este unică. Crescătorii de bovine convinși au înființat în 1978 «Asociația elvețiană pentru preservarea și promovarea rasei pure Simmental». Astfel contribuie semnificativ la dezvoltarea în continuare și la îmbunătățirea creșterii Simmental în Elveția.

Performanță înaltă vs. dublă utilizare

În contrast cu succesul mondial, introducerea înseminării artificiale și încrucișarea cu rasa Red-Holstein au dus la decăderea rapidă a rasei pure Simmental în Elveția. Rasa clasică Simmental, cu proprietăți inițiale excelente, ca rasă cu dublă utilizare, intră din ce în ce mai mult sub presiune în Elveția. Începând din anii '50, în cadrul specializării agricole ori pe producția de carne, ori de lapte, stocul Simmental scade razant. Încrucișările cu rase importate și focalizarea pe rase de înaltă performanță duc la marginalizarea accentuată a rasei Simmental cu dublă utilizare.

Mulțumită strădaniilor unor agricultori și crescători dedicați, care s-au implicat fără abateri pentru preservarea rasei pure Simmental, astăzi există în Elveția aproximativ 38000 vaci și vite Simmental de rasă pură.



Simmental reprezintă o agricultură durabilă și menajatoare de resurse.

Renaștere în Elveția

În urma prăbușirii prețurilor de lapte și modificării dorințelor clienților, în Elveția tema durabilitate și agricultură menajatoare de resurse și apropiată de natură a ajuns în lumina reflectoarelor, așa cum menționează și consiliul federal din 2017 într-un document corespunzător. Ca rasă modestă cu dublă utilizare, Simmental îndeplinește aceste cerințe într-un mod ideal.

În 2017, nouă agricultori elvețieni au hotărât să dubleze stocul de rasă Simmental în Elveția. Produsele premium de lapte și carne de la rasa originală Simmental vor fi marcate cu sigiliul de calitate «Original Simmental». În august 2018 a fost înființată uniunea «Original Simmental». Bell a decis să sprijine inițiativa agricultorilor și să contribuie activ la comercializarea și prelucrarea produselor Simmental. • sh



Bell Food Group participă la Mosa Meat

INVESTIȚIE PREVĂZĂTOARE

În iulie Bell Food Group a participat la startup-ul olandez Mosa Meat, compania conducătoare la nivel mondial în domeniul cărnii de vită cultivate. În câțiva ani aceasta poate deveni o alternativă pentru consumatorii care pun sub semnul întrebării consumul de carne din motive etice.



Ceea ce nimeni nu-și putea imagina acum zece ani, acum este realitate: Cu ajutorul unui procedeu nou dezvoltat, în prezent este posibilă producția de carne cultivată, fără sacrificarea animalelor. Pentru aceasta se iau de la un animal sub forma unei biopsii câteva celule, care cresc apoi în laborator și devin mușchi. Procesul de creștere este în principiu identic cu creșterea normală a mușchiului unui animal, numai că la carnea cultivată acest lucru se

întâmplă în afara animalului, în laborator. În mod corespunzător, carnea cultivată nu diferă ca structură și compoziție a conținutului de carnea obișnuită.

Startup-ul olandez Mosa Meat este lider în cercetarea și producția cărnii de vită cultivate. Bell Food Group a anunțat în iulie 2018 că participă la compania emergentă cu 2 milioane EUR. Pentru Bell Food Group această investiție este una cu viziune, CFO Marco Tschanz decla-



Mosa Meat vrea să aducă la maturitatea pieței carnea cultivată.

ră cu această ocazie: «Pentru noi carnea cultivată este o alternativă pentru acei consumatori, care pun sub semnul întrebării consumul de carne din motive etice. Pe lângă aceasta se prezintă oportunitatea de a acoperi cererea crescândă de carne într-un mod sustenabil.»

Prin investiția în Mosa Meat Bell Food Group își asigură din timp accesul la o metodă alternativă interesantă de a produce carne. În plus, Bell Food Group sprijină munca de dezvoltare și cercetare cu know-how-ul său în calitate de lider în prelucrarea cărnii din Europa.

Carnea cultivată ar putea reprezenta pe viitor o alternativă suplimentară la producția convențională de carne. Premisele sunt în orice caz foarte promițătoare. Profesorul Mark Post, co-fondator și director de cercetare la Mosa Meat, a prezentat deja în 2013 la Londra primul burger din lume făcut din carne de vită cultivată. Atunci producția a costat aproximativ 325'000 USD.

Datorită dezvoltării în continuare a procesului de producție, Mosa Meat a depășit cu brio aceste sfere de preț. Însă producția de carne de vită cultivată este încă foarte sofisticată și scumpă. Din acest motiv Mosa Meat se focalizează în anii viitori pe dezvoltarea procedurii de producție, pentru a produce carne de vită cultivată în cantități mari și la prețuri rezonabile. Scopul este ca până în 2021 burgerul să coste aproximativ 10 CHF • sh



Cum se produce carnea cultivată?

Față de carnea convențională, carnea cultivată nu provine din creșterea în animal, ci din inginerie tisulară în laborator. Pentru aceasta se iau dintr-un mușchi de animal, de exemplu vită, prin biopsie sub anestezie celule stem.

Pentru creșterea celulelor este responsabil un bioreactor, cum este cazul și la producția altor alimente, cum ar fi berea sau cașcavalul. Celulele se înmulțesc exact cum ar face-o într-un animal. Astfel dintr-o probă mică se nasc trilioane de celule. În următorul pas din celule se dezvoltă celule de mușchi. Acestea cresc și cu timpul formează fasciculi de mușchi. Sub microscop produsul final nu poate fi diferențiat de carnea de vită obișnuită. Din proba unei singure vite se obțin 800 milioane de fasciculi de mușchi – suficienți pentru producerea a 80'000 de Big Mac.



NOUA LINIE DE PRODUSE SAMUEL BELL 1869

MEȘTEȘUGUL ESTE VIU

În industria alimentară toată lumea vorbește despre instalațiile de producție moderne și Industria 4.0 cu procese computerizate. Însă la producția alimentelor există încă un factor decisiv: Meșteșugul vechi, dar bun. LOOK! , pășind pe urmele meșteșugului la Bell, prezintă noua linie de produse Samuel Bell 1869, care celebrează meșteșugul prin noua versiune a clasicilor de mezelărie.

În pofida acestor inovații asul din mâneacă a rămas: meșteșugul.

La început a fost meșteșugul. Când Samuel Bell și-a deschis mezelăria în centrul istoric din Basel acum aproape 150 de ani, majoritatea lucrurilor se făceau încă manual. Existau doar puține mașini și mijloace auxiliare tehnice, care să ușureze munca fizică grea pentru Samuel Bell și angajații săi. În orice caz, această stare de fapt s-a schimbat până la sfârșitul secolului. Primii ani ai Bell din a doua jumătate a secolului 19 au coincis cu apogeul industrializării. Progresul tehnologic din acea vreme a fost razant ca niciodată până atunci în istorie. Iar Samuel Bell a știut să folosească în favoarea sa acest progres. Deoarece

el și succesorii lui au fost înzestrați cu o doză bună de simț pentru afaceri și spirit inovativ. S-au deschis filiale după filiale, prima dată în Basel, apoi în toată Elveția. Sediul central din Basel a fost mutat în spații noi, mai mari, și a fost dotat cu cele mai noi aparaturi tehnice din acea vreme. Astfel mica mezelărie din Basel a devenit până la sfârșitul secolului cea mai mare întreprindere de prelucrare a cărnii și charcuterie din Elveția.

În pofida acestor inovații asul din mâneacă a rămas: meșteșugul. Produsele Bell au fost doar atât de bune, pe cât de priceput a fost mezelarul care i-a făcut. Acesta lucru este și azi la fel, unde instalațiile moderne sprijină procesul de producție. Însă niciun calculator și nicio mașină nu este în stare să facă specialități tradiționale din

Prosciutto Gran Gusto: jambon clasic

După nume mai degrabă o creație bazată pe «Prosciutto cotto» mai recent, italianesc, din punct de vedere al procesului de producție însă un clasic autentic din Elveția, în care se ascunde și azi o porție bună de meșteșug al mezelăritului. Pentru Gran Gusto se utilizează doar cele mai fine bucăți din șunca de porc în calitate de fermă naturală: partea superioară și inferioară. Bucățile sunt înobilate cu saramură făcută din apă, are și condimente și așezate manual. Apoi Gran Gusto este presat

în forma rotundă caracteristică și preparat încet și menajator timp de mai multe ore. Astfel șunca devine zemoasă și obține consistența sa fragedă inegalabilă.



Bell Würstli: o bucată din istoria firmei

Bell Würstli este clasicul absolut din sortimentul Bell. Niciun produs nu conține atâta istorie și este legat atât de strâns de companie. Bell Würstli a fost lansat cu stil la data de 10 martie 1924 de «Morgestraich», începutul carnavalului din Basel. Acel Morgestraich, care a fost inițiat în 1848 de bunicul fondatorului firmei, Samuel Bell. Atunci, ca și acum, Bell Würstli a fost produs din condimente, carne de porc și carne de vită în maț de vită zebu și afumat cu fum de fag. Îl face mai crocant și mai aromat ca și cârnăciorii vienezi făcuți în mod asemănător. Pentru reparația în sortimentul «Samuel Bell 1869» s-a schimbat rețeta și s-a renunțat la potențiatorii de aromă și la adaosuri.



carne și mezeluri. Bell Würstli, Aussteller, Quick Schüfeli – toate produse iconice Bell în Elveția și preparate provenite din tradiționalul meșteșug al mezelăritului, însă întotdeauna mână-n mână cu spiritul de pionier și forța inovatoare. Pentru că dezvoltarea Bell a adus cu sine și atunci întrebarea: Cum reușesc să produc produse meșteșugărești de înaltă calitate în cantitățile cerute, fără să fie în detrimentul calității și gustului?

Cu ocazia jubileului de 150 ani de anul viitor, Bell se ocupă explicit cu această provocare. Compania a hotărât să celebreze moștenirea meșteșugărească primită de la Samuel Bell printr-o linie proprie de produse. În noua linie Samuel Bell 1869 o să reapară câțiva clasici deosebit de delicioși din arta mezelăritului.

Pentru linia Samuel Bell au fost alese 16 produse din fondul variat de specialități tradiționale de charcuterie al firmei Bell. Toate sunt produse cu o lungă tradiție, de care Samuel Bell ar fi mândru până și azi. Produsele sunt subdivizate în categoriile «Servicii de pionierat», «Arta meșteșugărească» și «Clasici de mezelărie».

La serviciile de pionierat intră dezvoltări proprii Bell, cum ar fi Bell Würstli sau Aussteller, care sunt strâns legate de istoria Bell. Produsele din categoria Arta meșteșugărească presupun pentru producție multă experiență și îndemănare meșteșugărească, pe care Bell pune valoarea



Meșteșugul mezelăritului la Bell

Nu doar la Bell Elveția se scrie cu majuscule meșteșugul mezelăritului. Bell produce o serie de specialități de charcuterie în numeroase întreprinderi regionale de producție din întreaga Europa, care cer și în prezent o cantitate considerabilă de meșteșug tradițional al mezelăritului. LOOK! prezintă o selecție mică, incompletă:

Jambon sec de Savoie (Franța):

Jambon sec de Savoie este produs în Virieu-le-Grand din Alpii Rhône. Jambonul crud este sărat manual, înăbușit și maturat cel puțin 10 luni.

Jamón Ibérico (Spania):

Jamón Ibérico aparține de produsele de charcuterie de cea mai înaltă calitate din lume. Carnea provine de la porci Ibérico, care trăiesc în semisălbăcie în Eichelhainen și se alimentează cu furaje naturale cum ar fi ghinda, iarba și verdețuri. În întreprinderea noastră de producție din Azuaga jamboanele crude se maturizează până la 24 de luni.

Jambon Pădurea Neagră (Germania):

Această specialitate tipic regională este făcută în Schiltach, în regiunea centrală din Pădurea Neagră. După conservarea prin uscare în amestec de condimente propriu al firmei și depozitare ulterioară în saramură, jambonul este afumat la rece în afumătoare deasupra fumului de conifere autohtone.

Un «Calador» de la Bell stabilește, dacă jambonul crud a atins gradul dorit de maturitate.

re și până în prezent. Aici intră diferite jamboane fierte făcute manual, precum și mezelurile de înaltă calitate. La clasicii de mezelărie totul se învârtă în jurul specialităților tradiționale, savuroase de pe vremuri, cum ar fi diferite tipuri de caltaboș și pateu de ficat, cârnați de porc sau fălci de vită.

Motto-ul «Back to the roots» este respectat și la rețetele produselor din linia Samuel Bell. Oriunde a fost posibil, s-a renunțat la adaosuri și conservanți. Și, desigur, foarte important: la toate produsele este necesară și în prezent o porție bună din meșteșugul mezelăritului. Astfel este asigurată aceeași calitate a produselor de acum, ca în mica mezelărie de atunci.

Temele tradiție și meșteșug joacă un rol important și la design-ul ambalajelor. Produsele Samuel Bell au primit o înfățișare proprie, inconfundabilă, care le diferențiază de restul sortimentului. Ambalajul este complet bej și poartă – ca un fel de sigiliu de calitate pentru meșteșugul excelent al mezelăritului – portretul și semnătura lui Samuel Bell.

Noua linie de produse este promovată și prin diferite acțiuni de comunicare. Pentru lansare a fost produs un spot publicitar TV, care îi poartă pe telespectatori într-o călătorie emoțională în timp, din zilele noastre până în anii fondării. • fv

Parada noutăților la începutul anotimpului rece

Este pregătit

După canicula de vară, care a tăiat pofta multora, gurmanzii au acum ce recupera. Ce bine, că dezvoltatorii de produse Bell au fost harnici între timp. Look! prezintă în această ediție cele mai importante noutăți din divizii pentru anotimpul rece.

Hügli

Mic dejun ușor

Cine are acasă noile cereale granoVita, marca Hügli, poate începe ziua cu o mică minune. Sortimentele «Omega Wunder», «Venus Wunder» și «Ballaststoff Wunder» sunt configurate pentru diferite necesități nutriționale. «Venus Wunder» se adresează ca prim aliment în special femeilor aflate la menopauză.



Acesta este gustul Crăciunului

Filiala Hügli, Vogeley cu «Edelmousse Lebkuchen» (turtă dulce Edelmousse) are în program o noutate festivă de Crăciun pentru clienții săi Food Service.

Este produsul actual în centrul atenției, oferit de Vogeley în cutia reutilizabilă de Crăciun. Motivele sale așteaptă cu interes clienții săi fideli din gastronomie și restaurație colectivă tot anul.





Bell Elveția

Salam ca în «Bella Italia»

Cu Salame Originale și Salame Spianata au ajuns la sfârșitul lunii august două produse originale italienești în comerțul elvețian. Ambele sunt produse după rețete autentice din țara lor. Salame Spianata, care și-a primit numele după forma sa plată, este perfecționat suplimentar cu Merlot fructat și este maturat douăsprezece săptămâni în mușgai nobil.

Magia sărbătorilor cu Bell Cuisine

După jumătatea lunii noiembrie linia Bell Cuisine asigură din nou atmosfera festivă cu un poulet la cuptor aromat. «Backofen-Güggeli Knoblauch-Kräuter» (pui prăjit la cuptor cu usturoi și plante aromatice) este gata condimentat, trebuie doar prăjit fix o oră, ca să prindă culoare și să fie crocant.



Snacksuri bogate în proteine

De acum cele două sticksuri noi cu conținut înalt de proteine nu pot lipsi din geanta de sport a clienților elvețieni. Chicken Stick este din cea mai bună carne de pasăre din Elveția, iar Angus Beef Stick din carne de vită Angus, conținând pentru o savoare rafinată și carne uscată.



Slow Cooked cu garanția succesului

Pregătirea cărnii la temperatură redusă timp îndelungat și într-un mod menajator este absolut la modă. Dacă trebuie să meargă mai repede, Bell intră cu două produse Slow Cooked noi în joc: «Pork Hock» – ciolan de porc – și «Beef Cheeks», românește «fălci de vită», se încălzesc rapid și ușor în grill sau în cuptor.



Ostenează cât mai puțină pentru clienții Food Service

Cu «Pulled Pork» și «Pulled Beef» după jumătatea lunii octombrie Bell oferă cele două food-trenduri actuale pentru prima dată și în sortimentul său profesional. Un sprijin de nădejde pentru toți clienții Food Service, care vor să preia în meniul lor aceste mâncăruri îndrăgite – fără a le pregăti ei înșiși cu multă trudă.



Bell Germania

Chifteluțe ca acasă

Chifteluțe crocante din ingrediente de înaltă calitate, cu aspect și gust exact ca făcute acasă – investiția într-o instalație de prăjit basculantă la Bell Germania face acest lucru posibil. Aceste chifteluțe speciale sunt prăjite într-o tigaie din fontă turnată. În domeniul Food Service sunt disponibile deja două sortimente. În noiembrie urmează comerțul cu amănuntul cu acest nou concept de produse.

Mărime specială de succes

Cu noua promoție care a atras multă atenție, caltaboșul «Du darfst» seceră un nou succes, printre altele în comerțul cu prețuri reduse. Clienții primesc în mărimea specială de 125 grame conținut la «Feinen Leberwurst mit Kalbfleisch» (Caltaboș fin cu carne de vițel), «Apfel-Zwiebel Leberwurst» (Caltaboș cu mere și ceapă) și «Schnittlauch-Leberwurst mit Pute» (Caltaboș cu arpagic cu carne de curcă) 25% gratuit.



Bell Franța

O combinație reușită

Noile «tăvi» de la Bell Franța sunt combinația perfectă dintre șuncă, salam și cașcaval. Produsele 3în1 există în trei sortimente atrăgătoare și se potrivesc, printre altele, ca aperitiv necomplicat. Pentru așa-numitele «Pauses Gourmandes», în română «pauze de masă», noutatea există și în două mici variante cu câte un sortiment de salam și de cașcaval.



Câștigă cu «Diots»

Din septembrie și «Diots de Savoie» poartă logo-ul Bell. Pentru a sprijini schimbarea de marcă la cârnații fierți din Savoy, Bell oferă la un joc promoțional trei premii constând dintr-o vacanță de schi de o săptămână pentru patru persoane. Două rețete gustoase cu „Diots” se găsesc acum și pe noua pagină web la www.bell1869.fr. • mr



Un mic îndrumar despre carnea de vânat

ÎN POFIDA PREJUDECĂȚILOR VECHI

Când se gândesc la carnea de vânat, mulți își strâmbă nasul – complet pe nedrept! Deoarece vânatul este nu numai comestibil și versatil, ci reprezintă mai bine ca oricare altă carne consumul de carne durabil și ecologic. LOOK! înlătură prejudecățile vechi.

Prejudecățile față de vânat, carnea de căprioară, mistreț, cerb etc., se țin pe poziții: gustul e prea tare, carnea contaminată și pregătirea complicată.

Aceste mituri au rămas însă dintr-o perioadă în care nu fiecare gospodărie avea frigider și congelator. Vânatul care nu se păstra la rece se mânca și după ce de fapt nu mai era comestibil. Pentru a deveni savuroasă, carnea trebuia marinată, macerată și preparată un timp corespunzător de lung. De aceea, așa-numitul «haut-gout» nu este gustul tipic al vânatului, ci rezultatul depozitării necorespunzătoare a cărnii.

La fel ca celelalte tipuri de carne, și carnea de vânat este supusă unui control strict în Europa. Carnea se maturează în camere frigorifice și este preparată în condiții igienice. Frica față de carnea de vânat nesănătoasă, cu miros puternic, aparține prin urmare trecutului.

Produs natural durabil

Vânatul crește – cum o spune și numele – în stare sălbatică. Viața în libertate, creșterea fără stres, precum și alimentația naturală și variată conferă cărnii de vânat ceva special. De aceea, contrar tuturor prejudecăților, vânatul este nu numai extrem de fraged și savuros, ci și foarte comestibil. Din punct de vedere nutrițional depășește în multe privințe carnea animalelor de fermă obținută în mod convențional. Săracă în grăsimi, bogată în proteine, vitamine și substanțe nutritive, carnea de vânat furnizează pe lângă numeroase minerale, și acizi grași omega 3 nesaturați esențiali.

Carnea de vânat este extrem de sustenabilă și sănătoasă.

Stare sălbatică sau crescătorie

La cumpărarea cărnii de vânat trebuie să acordăm atenție înainte de toate provenienței. WWF recomandă în îndrumarul său să ne orientăm către «carnea de vânat din vânătoare sustenabilă și reglementată pe teritoriul UE».

Pentru a nu depinde complet de succesul vânătorii, în multe țări s-au înființat crescătorii pentru animalele sălbatice. Aici este vorba de creșterea animalelor în ferme agricole, ceea ce nu are nimic de-a face cu vânătoarea. Din cauza alimentației influențate de om, vânatul își pierde din punct de vedere culinar gustul său tipic, însă calitatea este la fel ca în cazul exemplarelor crescute în sălbăticie.

Acest lucru este valabil și pentru vânatul ambalat sau congelat. Deoarece există perioade de interdicție la vânat, sacrificarea nu poate fi făcută la comandă. Prin urmare, congelarea vânatului este deseori inevitabilă, pentru a ajunge la timp în magazin.



Carnea de vânat nu se aseamănă cu carnea animalelor de fermă.

Nu numai clasicii vechi

În bucătărie sunt cunoscute, în primul rând, preparate clasice din vânat, cum ar fi friptura, tocana, carnea piperată și gulașul. În zilele noastre însă, vânatul se prepară exact ca și carnea de vită sau de porc. Nu necesită o metodă specială de condimentare sau preparare, iar la grătar este la fel de bună ca și înăbușită sau prăjită. Felurile la modă, precum Pulled Meat, se gătesc din această carne la fel de bine ca și mâncărurile din bucătăria tradițională.

Vânatul îi dă clasă cărnii animalelor obișnuite de fermă și prin diversitatea sa: oferta cuprinde cerbul, căprioara, mistrețul, capra-neagră, iepurele de câmp, rața, fazanul, potârnichea, prepelița și porumbelul. La Bell Elveția sortimentul de vânat cuprinde aproximativ 260 articole.

Cu toate acestea, vânatul este încă un produs de nișă – și complet pe nedrept. Cine pune preț pe alimentația echilibrată și variată, este servit perfect cu carnea de vânat. • sh

După muncă, Montsé Bonnand se recrează lângă râu

PESCUIT ÎN FAMILIE!

Montsé Bonnand este o pescăriță pasionată deja de cinci ani - un sport practicat pe lacurile și râurile din țara sa, Franța, împreună cu soțul ei și cei doi fi.



Montsé cu un
somm de 1 m

Despre persoană

Nume: Montsé Bonnand
Activitatea la Bell:
Producție, Val de Lyon SAS
Lucrează la Bell din: 1997
Vârsta: 44

După munca sa la linia de producție, Montsé – numele ei adevărat este Montserrat, însă «nimeni nu mă strigă așa în afară de management!» – pornește cu soțul și copiii la pescuit. «Luăm mașina, încărcăm echipamentele de pescuit și la drum cu noi! Este benefic după muncă», declară ea, care se consideră extrem de

agitată. Pescuitul și natura o ajută să se deconecteze.

În urmă cu cinci ani, soțul ei, Thierry a vrut să-și învețe fiii, Milann și Loris (11 și 10 ani), să pescuiască. «A mers de mic copil cu tatăl său la pescuit. De aceea, a vrut să le arate, la rândul său, copiilor lui. Atunci mi-am spus: De ce nu și eu?» Peștii mușcau, în orice caz, și Milann și Loris au devenit pescari însufleșiți: «La începutul sezonului participă și ei la pescuitul competitiv de păstrăv. Rafturile lor de cărți sunt pline de cupe!», spune mama mândră.

În prezent, familia practică această pasiune comună cel puțin o zi pe săptămână sau la sfârșit de săptămână. Și vacanța se învârtă în jurul peștilor: «Vara aceasta am mers la Vendée o săptămână. În camping erau numai pescari. Am prins Black Bass.» Black Bass, numit și biban negru sau biban cu gura mare, aparține, ca și știuca, șalăul, somnul sau bibanul, de peștii răpitori. Familia Bonnand caută acești pești în apele curgătoare.

Montsé preferă să prindă știucă. «Pentru că este un răpitor. Pândește prada și este foarte rapid.» Odată prins în cârlig, luptă pentru a supraviețui. «Câteodată durează 10 - 20 de minu-

te până îl scot. La o știucă mare vine soțul în ajutor.» Până acum a scos la mal doar știuci mai mici de un metru. «Nu renunț, odată o să prind un pește mare.» Un somn de un metru și un biban de 500 g s-au prins deja în cârlig. «Este un început bun!»

De unde știu unde sunt peștii? «Din auzite. Se povestește în care râu sau lac sunt pești. Apoi mergem acolo. Observăm apa. Dacă se mișcă, știm că acolo sunt pești.» Montsé aruncă undița și momeala câteodată ore în șir, fără să prindă pești. E nevoie de răbdare: «Dar face parte din joc.» Și când îi prinde, îi aruncă înapoi în apă. «Am mâncat prea mult pește. Uneori duceam chiar și 70 de pești într-un an. E o captură bună, dar copiii mei nu mai vor să mănânce pește. În afară de crochetele de pește pane!»

De ceva vreme au început pescuitul la muscă în Auvergne, cu un instructor. «Este palpitan. Și foarte frumos.» Loris, fiul meu mai mic, îndrăgește acest tip de pescuit: «Are mișcarea în sânge. Când îl privești, ai senzația că este un profesionist.»

Montsé preferă să pescuiască pe lacurile de acumulare. «Este mai sportiv. La un nivel

scăzut al apei trebuie să mergi mai mult până ajungi la apă. Este un fel de pescuit migrator, deoarece omul este în continuă mișcare.» Vreți să pescuiți și pe mare? «Nu, de asta mi-e foarte frică. La noi sunt însă atâtea râuri și pârâuri frumoase.» • sh

Montsé cu fiul
ei, Loris (10 ani)
și știucile

Familia: Thierry,
Loris, Milann și
Montsé Bonnand



Aniversări

LOOK! îi felicită pe sărbătorii din perioada septembrie – decembrie 2018

Bell Elveția

20 ani de serviciu

Gilbert Keller, 1 septembrie, Bell, Basel
Anton Bichsel, 1 septembrie, Bell, Oensingen
Frédéric Judas, 1 septembrie, Bell, Oensingen
Sladana Pavlovic, 1 septembrie, Bell, Basel
Daniel Lang, 1 septembrie, Bell, Basel
Carmen Ihrke-Gebhardt, 7 septembrie, Bell, Basel
Bozica Gavrilovic-Tadic, 21 septembrie, Bell, Oensingen
Mira Ilic, 22 septembrie, Bell, Cheseaux
Andre Sungu, 1 octombrie, Bell, Basel
Sven Keck, 1 noiembrie, Bell, Basel
Leonard Lleshi, 30 noiembrie, Bell, Zell

25 ani de serviciu

Adrian Hofer, 1 octombrie, Bell, Oensingen
Daniel Casagrande, 15 noiembrie, Bell, Basel
Martine Bret, 15 noiembrie, Bell, Basel
Herminio Das Neves, 22 noiembrie, Bell, Cheseaux

30 ani de serviciu

Nathalie Gillet, 1 septembrie, Bell, Basel
Genevieve Ott, 1 septembrie, Bell, Basel
Bernard Sester, 1 septembrie, Bell, Basel
Thomas Denne, 1 septembrie, Bell, Basel
Jean-Luc Groell, 3 septembrie, Bell, Basel
Vinka Gasic, 3 septembrie, Bell, Basel
Eric Blumert, 3 septembrie, Bell, Basel
Christophe Boesch, 18 octombrie, Bell, Basel
Ueli Gerber, 1 noiembrie, Bell, Zell
Ulrich Minder, 1 noiembrie, Bell, Zell

35 ani de serviciu

Willi Eggenberger, 1 octombrie, Bell, Gossau

40 ani de serviciu

Philippe Thiebauld, 18 septembrie, Bell, Basel
Annemarie Lüscher, 24 octombrie, Bell, Zell

Pensionări timpurii

Denis Calbat, 31 august, Bell, Basel (*ulterior*)
Bernard Muller, 31 august, Bell, Basel (*ulterior*)
Moulay Haidara, 30 septembrie, Bell, Oensingen
Zikica Ivanovic, 30 septembrie, Bell, Oensingen
Herbert Fischer, 31 octombrie, Bell, Zell

Ieșiți la pensie

Giovanni Lavorrante, 31 august, Bell, Basel (*ulterior*)
Paula Fischer, 30 noiembrie, Bell, Zell

Hilcona

20 ani de serviciu

Jose Augusto Chaves de Sousa, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Johann Duch, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Agostinho Marques Do Amaral, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Michael Pueringer, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Walter Riedmann, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Juerg Schwengeler, 1 octombrie, Hilcona, Schaan
Maria de Lourdes Ibarra de Frommelt, 14 octombrie, Hilcona, Schaan
Katrin Cavegn-Brunhart, 14 noiembrie, Hilcona, Schaan
Norbert Lampert, 1 noiembrie, Hilcona, Schaan
Olivia Machado Rebelo, 1 noiembrie, Hilcona, Schaan
Reinhard Pointner, 1 noiembrie, Hilcona, Schaan
Karin Schwenninger, 17 noiembrie, Hilcona, Schaan

30 ani de serviciu

Pashalis Potolidis, 23 octombrie, Hilcona, Schaan
Willi Koller, 14 noiembrie, Hilcona, Schaan

Pensionari

Melitta Dietrich, 30 iunie, Hilcona, Schaan
Günther Friesenegger, 31 octombrie, Hilcona, Schaan

Bell Germania

20 ani de serviciu

Bernd Tennagels, 1 iulie, Bell, Seevetal (*ulterior*)
Theodor Wessels, 10 septembrie, Bell, Edewecht
Andrea Menge, 15 septembrie, Bell, Bad Wünnenberg
Andreas Altevers, 1 octombrie, Bell, Börger
Sergej Pawlow, 19 octombrie, Bell, Harkebrügge

25 ani de serviciu

Pavel Sarantscha, 28 iulie, Bell, Harkebrügge (*ulterior*)
septembrie, Bell, Harkebrügge
Werner Rensen, 15 septembrie, Bell, Börger

30 ani de serviciu

Mathias Marks, 22 iunie, Bell, Harkebrügge (*ulterior*)
septembrie, Bell, Harkebrügge

35 ani de serviciu

Hermann Lüken, 14 noiembrie, Bell, Edewecht

Eisberg

20 ani de serviciu

Eleonora Manova, 21 septembrie, Gastrostar, Dällikon
Mary Masila Sinnarasa, 1 noiembrie, Gastrostar, Dällikon
Burhan Güven, 16 noiembrie, Gastrostar, Dällikon

Ieșiți la pensie

Elias Genita Fialho, 30 septembrie, Gastrostar, Dällikon

Bell International

20 ani de serviciu

Nicole Böger, 1 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Margit Bortoli, 1 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Monika Zeminová, 1 septembrie, Hügli Cehia, Zásmyky
Nathalie Bonnier, 28 septembrie, Bell Franța, Val de Lyon
René Kuratle, 1 octombrie, Hügli Elveția, Steinach

25 ani de serviciu

Christian Schädler, 1 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Volker Kerssenfischer, 2 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Dagmar Skoupá, 26 octombrie, Hügli Cehia, Zásmyky
Thomas Freitag, 22 noiembrie, Vogeley, Radolfzell
Tomislav Trajkovic, 1 noiembrie, Hügli Elveția, St. Gallen

30 ani de serviciu

Horst Schüler, 12 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Elwira Seitz, 11 noiembrie, Hügli Germania, Radolfzell
Albert Kathan, 21 noiembrie, Hügli Austria, Hard

Pensionare

Theresia Hattinger, 1 octombrie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Cea mai veche marcă vegetariană din lume

Eden

My Veggie Paradise

Cu un nou sortiment trendy vegetarian, marca Eden My Veggie Paradise îmbogățește, din iunie 2018, comerțul alimentar cu amănuntul și comerțul specializat Bio din Germania, Austria și Elveția. Mai întâi a început cu 17 articole în patru grupe de produse: HAPPY BOWL – seturi alimentare pentru aventuri culinare exotice, SOUP QUICKYS – supe de băut calde și reci, produse savuroase, gustoase «VEGGIE WURST» și «LÖFFEL ZEIT» – feluri de mâncare pentru momente savurate relaxat.

Istoria Eden începe în 1893 în Berlin. O comunitate de vegetarieni convinși a căutat viața ecologică și a prestat muncă de pionierat pentru a aduce mai multă inspirație vegetariană în viața oamenilor. În anul 2015, Hügli achiziționează această comoară de marcă și prezintă, cu ocazia jubileului de 125 ani, Eden Veggie Paradise Next Generation cu un nou look al mărcii și aduce impulsurile celor de la Eden Berlin acum, și aici.

Eden a netezit drumul pentru succesul alimentelor vegetariene în Germania, reprezentând de zeci de ani cea mai bună calitate. Iar pentru grupul-țintă Eden de azi, cei «adaptiv-pragmatici» conform Institutului Sinus, calitatea este un criteriu important. Ei acordă atenție specială acestor trei caracteristici calitative:

Calitate Bio

Grupul-țintă Eden pune preț pe calitatea Bio. Se identifică cu un mod de viață sănătos, conștient și sustenabil și se orientează intens după modă. Pentru acest grup-țintă produsele prezintă interes dacă sunt certificate Bio și traduc tendințele actuale în concepte alimentare sau dacă oferă ocazii de utilizare potrivite stilului lor de viață. De exemplu, Eden Bio HAPPY BOWLS fac ușor accesibilă



Eden reprezintă decenii pentru cea mai bună calitate

WELL DONE – gustos, bestial de bun fără carne și fără alte lucruri. La Eden LÖFFEL ZEIT se spune «Pe lingură, gustos, start».

Calitate vegetariană

Grupul-țintă Eden My Veggie Paradise încearcă adesea noutăți și consumă cu plăcere și ceva vegetarian. Fiind cea mai veche marcă vegetariană din lume, Eden este o adevărată sursă de inspirație pentru toți care doresc să integreze mai multe verdețuri în viața lor de zi cu zi fără prea multe complicații. • sh

moda la castron din SUA, iar Eden SOUP QUICKYS sunt boostere cu legume to go și sunt gustoase atât calde, cât și reci.

Garanția gustului

O caracteristică de calitate la fel de importantă pentru grupul-țintă este gustul. Calitatea Bio este importantă, însă produsele sunt cumpărate din nou doar dacă reușesc să convingă și prin gust. De aceea, liniile directe pentru dezvoltarea produselor Eden cuprind cerința «100 % yummi». Această garanție a gustului este transpusă pe ambalaj. La produsele Eden «VEGGIE WURST», cum ar fi cârnațul vienez vegetarian BEISS REIN se remarcă sigiliul