

LOOK!

Rivista per i dipendenti del gruppo Bell Food

03 2019



**Dietro le
quinte dello
sviluppo
del prodotto**

Gli interruttori sono impostati

Cari dipendenti

Nella prima metà del 2019, il Bell Food Group ha preso decisioni importanti per il futuro. Nonostante il nostro grande impegno, negli ultimi anni non siamo stati in grado di rendere redditizia l'attività di salumi di Bell Deutschland in un contesto di mercato basato sui prezzi e altamente competitivo. Il forte aumento dei prezzi delle materie prime per le carni suine dall'inizio dell'anno ha reso la situazione ancora più difficile. Per questo motivo a giugno abbiamo deciso di vendere l'attività di salumi. Con il gruppo Zur Mühlen, abbiamo trovato un acquirente che ha una posizione forte nel settore dei salumi e quindi possiede i migliori requisiti per continuare a gestire gli stabilimenti di Börger e Suhl. Siamo convinti di aver trovato una soluzione significativa e promettente per tutte le parti interessate.

Presso Bell Deutschland, ci concentreremo sulla nostra esperienza nel settore del prosciutto crudo tedesco e internazionale di alta qualità. Abbiamo fatto un passo importante a tal proposito con l'apertura del nuovo impianto di produzione del prosciutto serrano di Bell Spanien a Fuensalida vicino a Madrid. Questo ci ha aiutato a superare un collo di bottiglia nella produzione del prosciutto serrano, diventato sempre più popolare, e ora abbiamo raggiunto una capacità produttiva di circa un milione di prosciutti all'anno.



Nella seconda metà del 2019, l'espansione del crescente segmento Convenience continuerà ad essere un'importante linea d'azione.

All'inizio dell'anno, Eisberg ha aperto il più moderno impianto Convenience in Europa a Marchtrenk, in Austria. Lo stabilimento è stato avviato secondo le nostre aspettative e alla fine di giugno metà delle linee di produzione pianificate sono state messe in funzione come previsto. L'ex stabilimento Bell Deutschland di Bad Wünnenberg sarà in futuro convertito in un impianto di produzione di prodotti Convenience di Hilcona per il mercato tedesco. Prevediamo di iniziare la produzione entro la fine dell'anno.

Nel breve termine, la costruzione di nuovi edifici, la vendita del settore dei salumi in Germania, la conversione della società a Bad Wünnenberg e la conseguente perdita di produzione hanno comportato costi aggiuntivi considerevoli, che hanno gravato sul nostro bilancio nella prima metà del 2019. Tuttavia, posso assicurarvi, cari dipendenti, che le nostre decisioni sono sempre focalizzate sullo sviluppo a lungo termine e sostenibile del Bell Food Group. Siamo pertanto convinti che questi provvedimenti abbiano creato importanti prerequisiti in modo da poter continuare ad avere successo in futuro.

Lorenz Wyss
Presidente della direzione del gruppo



Contenuti

Dall'azienda

- 4 «Potenziale aggiunto»**
Intervista a Volker Baltes e Xavier Buro

In sintesi

- 6 Un viaggio nel passato**
Concorso per i dipendenti «Play & Win – History Challenge»
- 7 Dalla produzione all'amministrazione**
TOP BPM in ufficio

Lavorare presso il Bell Food Group

- 8 Pronti per il prossimo passo**
Apprendisti presso il Bell Food Group
- 10 Grande impegno per la salute sul posto di lavoro**
Hilcona è il primo «Friendly Work Space» nel Liechtenstein

Sostenibilità

- 12 Carne o non carne?**
Analisi sulla produzione e sul consumo di carne

Il nostro mondo del piacere

- 14 Il lato sostanzioso dell'autunno**
La «Metzgete» svizzera

Storia di copertina

- 16 Dalla buona idea alla novità di successo**
Dietro le quinte dello sviluppo del prodotto

Nella sede di...

- 22 Bell diventa milionaria**
Nuovo impianto di produzione di prosciutto serrano a Fuensalida

Tradizione

- 24 Manifesti della «Scuola di Basilea»**
I manifesti pubblicitari di Bell hanno attirato l'attenzione nazionale nel secolo scorso

Pensionamenti

- 28 Anniversari**
LOOK! si congratula con i anniversari da settembre ad novembre 2019

Il mio hobby

- 30 In estate sostituisce il bob con il cucchiaino di legno**
Per l'atleta Simon Friedli, il lavoro è un hobby

Ecco come funziona la qualità

- 32 Ambiente pulito – produzione salubre**
Uno sguardo dietro le quinte della pulizia aziendale nel Bell Food Group

Colophon Rivista per i dipendenti del Bell Food Group, 4 numeri all'anno, n. 3/2019, settembre 2019, volume 25.

Editore: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilea, Svizzera. Indirizzo: Bell Schweiz AG, Redazione LOOK!, casella postale 2356, 4002 Basilea, Svizzera.

Tel. +41 58 326 2257, fax +41 58 326 2114, bell.news@bellfoodgroup.com, www.bell.ch. Team di redazione: Fabian Vetsch (fv), Responsabile, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl),

Supporto editoriale: Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Grafica: oblografik, Olten, Svizzera. Adattamento delle immagini: Proacteam AG, Allschwil, Svizzera.

Stampa: Druckerei Riebelmann, Lohne, Germania, Werner Druck & Medien AG, Basilea, Svizzera. Stampato su carta FSC.

Intervista a Volker Baltes e Xavier Buro

«POTENZIALE AGGIUNTO»

Con la riorganizzazione della struttura societaria del Bell Food Group del 1° luglio 2019, Volker Baltes, come direttore della divisione Convenience, e Xavier Buro come CFO, hanno assunto recentemente le loro funzioni nella direzione del Gruppo. In questa intervista per LOOK! facciamo la loro conoscenza e scopriamo i loro obiettivi per il Bell Food Group.



Con Volker Baltes (a sinistra) e Xavier Buro la direzione del gruppo è stata rafforzata in modo competente.

A partire dal 1° luglio 2019, la società è stata suddivisa nelle divisioni Bell Schweiz, Bell International, Convenience e Finanza/Servizi. La riorganizzazione ha inoltre determinato alcuni cambiamenti nella direzione del Gruppo. La divisione Bell Schweiz continuerà ad essere diretta dal CEO Lorenz Wyss. Marco Tschanz

ha assunto la direzione della nuova divisione aziendale Bell International. Nuovi nel Bell Food Group sono Volker Baltes in qualità di direttore della divisione Convenience e Xavier Buro come responsabile della divisione Finanza/Servizi.

LOOK!: Benvenuti nel Bell Food Group. Che ne dite di raccontare ai nostri lettori qualcosa sulla vostra carriera professionale?

Xavier Buro: Negli ultimi anni ho ricoperto il ruolo di CFO di Transgourmet Central and Eastern Europe in Germania. In precedenza, ho diretto vari progetti finanziari presso Coop.

Volker Baltes: Ho lavorato in varie aziende alimentari, tra cui il gruppo Oetker, Campell e Campofrio. Il mio ultimo lavoro l'ho svolto presso Nestlé. Lì ho diretto l'azienda Herta, successivamente sono stato responsabile dell'intera divisione Chilled Food in Germania.

Conosceva già il Bell Food Group?

Baltes: Sì, certo l'azienda era un nome familiare, innanzitutto come concorrente. Avevo intuito che il Bell Food Group era una delle aziende dell'industria degli alimenti refrigerati meglio posizionate in Europa. Un'impressione che è stata successivamente confermata.

Per lei, questa domanda è probabilmente superflua, vero signor Buro?

Avendo lavorato anche nel gruppo Coop, ho dovuto confrontarmi molto spesso con il Bell Food Group. Alcune persone, come il CEO Lorenz Wyss, le ho conosciute nell'ambito di progetti comuni. Io e Hansueli Loosli avevamo anche lo stesso capo. È così che è nato il contatto, che alla fine ha determinato il mio passaggio al Bell Food Group.

Invece per lei come è avvenuto, signor Baltes?

Mi è stato chiesto ad aprile 2018 se conoscessi un candidato adatto per il Bell Food Group. Allora ho risposto: sì, che ne dici di me (ridendo). Da quel momento abbiamo avuto molti colloqui e nel dicembre 2018 abbiamo preso la decisione.

Come le è sembrata l'azienda nei primi giorni??

Buro: Sono in azienda già da un po' di tempo e ho avuto l'opportunità di incontrare molti nuovi colleghi. Sono stato accolto apertamente e calorosamente, e questo mi ha reso molto felice. Sono anche convinto che esiste un grande potenziale nelle singole divisioni e unità, sia in termini di dipendenti che di assortimento diversificato e ampiamente basato, nonché nell'ambito della cooperazione.

Baltes: Sono stato qui solo di recente, ma posso confermare quest'impressione già dai primi giorni. È anche evidente che l'azienda è cresciuta considerevolmente negli ultimi anni e ora è posizionata in modo diverso rispetto a pochi anni fa. Naturalmente, non mancano anche alcune paure e incertezze. Tuttavia, questo è un normale e sano processo di cambiamento e, in definitiva, un motivo per cui il Bell Food Group oggi è così ben posizionato.

Potreste illustrare il vostro nuovo incarico in modo più dettagliato?

Baltes: Per me l'obiettivo è piuttosto chiaro. La strategia aziendale prevede che la quota Convenience debba ammontare a circa il 50 per cento nel medio termine. Attualmente siamo a poco più del 25 per cento. Ecco perché so cosa ci si aspetta da noi.

Buro: Io vedo la nostra divisione come un dipartimento di prestazione di servizi per tutte le aziende. Voglio iniziare da questo. Inoltre, il nostro obiettivo deve essere quello di crescere in modo sano. Al momento, questo è particolarmente realizzabile per la divisione Convenience, per la quale è stata formulata una chiara strategia di crescita. Tuttavia, ritengo importante sottolineare che vogliamo anche continuare a sviluppare Bell Schweiz e Bell International. Ci concentriamo su una crescita sostenibile e sana in tutti i settori. • fv

«Vogliamo sviluppare ulteriormente tutti i settori.»



TOP BPM in ufficio

Dalla produzione all'amministrazione

TOP Bell Productive Management si fa strada nell'amministrazione. Il programma è stato lanciato all'inizio dell'anno nel Dipartimento di gestione della qualità/sostenibilità presso la sede di Basilea. L'esperienza iniziale dimostra che l'implementazione in ufficio differisce significativamente per alcuni aspetti dall'implementazione nella produzione.

Dall'inizio del 2019, TOP Bell Productive Management, in breve TOP BPM, il programma per l'incremento dell'efficienza, della produttività e della qualità sul posto di lavoro, è stato utilizzato anche nell'amministrazione. L'obiettivo del TOP BPM è di rilevare i cosiddetti sprechi e di eliminarli in un processo continuo. È stato introdotto quasi quattro anni fa nella produzione di salumi a Basilea. Dopo essere stato avviato in varie aree di produzione, il sistema è stato ora implementato anche in ufficio. Il lancio è stato effettuato nel Dipartimento di gestione della qualità/sostenibilità (QM/NH) presso la sede di Basilea.

L'introduzione e l'implementazione in ufficio differiscono sostanzialmente per alcuni aspetti dalla situazione nell'ambiente di produzione. Soprattutto per la questione che di solito non esiste un prodotto fisico su cui calcolare gli sprechi e contenerli. Tuttavia, gli scarti esistono anche nell'ambiente d'ufficio: che si tratti di ostacoli per l'interfacciamento con altri reparti, o di lead time dei processi non ottimizzati o di processi semplicemente troppo complicati. Gli indici per misurare i progressi sono quindi molto più creativi in ufficio.

Le differenze dall'implementazione nella produzione si rilevano anche in cose abbastanza profane come il coordinamento delle riunioni. Il personale amministrativo è generalmente più coinvolto in incontri e riunioni. Le riunioni TOP BPM devono quindi essere pianificate in anticipo e generalmente non possono essere convocate con breve preavviso.

Poiché il dipartimento QM/NH funge da ufficio di coordinamento e fornitore di servizi interni, di solito lavora in processi complessi



con numerosi punti di interazione con altri dipartimenti e settori. TOP BPM offre ora l'opportunità di arrivare alla base di tali processi e renderli più facili ed efficienti.

In un primo momento, sono stati analizzati i processi chiave e sono state interrogate le esigenze e le aspettative dei clienti interni, come ad esempio produzione, acquisti, vendite o sviluppo. Da queste analisi sono derivati vari campi d'azione, che sono stati ulteriormente elaborati nell'ambito di progetti specifici. Questo consentirà a QM/NH di supportare ancora meglio i propri clienti interni in futuro e di allineare i propri processi in modo più coerente alle loro esigenze. • sh



History Challenge

Play and Win!

Concorso per i dipendenti «Play & Win – History Challenge»

Un viaggio nel passato

In occasione del 150° anniversario di Bell, il concorso per i dipendenti «Play & Win» di quest'anno riguarda il passato. Per quattro settimane, i dipendenti potranno rispondere a varie domande sulla storia di Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli in un quiz online e vincere fantastici premi per un totale di 6000 franchi svizzeri.

Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli: quattro marchi tradizionali, quattro straordinarie storie aziendali, un gruppo.

In occasione del 150° anniversario di Bell, il concorso per i dipendenti che si terrà quest'autunno sarà incentrato su un viaggio alla scoperta del passato di Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli.

Il concorso scava nel passato del Bell Food Group.

Per quattro settimane, i dipendenti potranno rispondere a una serie di domande di valutazione e conoscenza relative al passato del Bell Food Group in un quiz online. Dal 7 ottobre al 1° novembre 2019, ci saranno ogni settimana otto nuove domande a cui rispondere. Per i vincitori, sono previsti premi per un totale di 6000 franchi svizzeri. • sh

La sfida speciale: scatta una foto del 1869!

Nel 2019 Bell celebra il suo 150° anniversario in Svizzera. Una sfida speciale mette quindi al centro del mirino il 1869, l'anno di nascita.

Per tutta la durata del quiz hai la possibilità di caricare una foto del numero «1869». Sii creativo! Hai individuato la cifra in un numero di telefono, l'hai calcolata nel compito di matematica dei tuoi figli, o la tua sveglia indica per sbaglio l'ora 18.69? Scatta subito una foto e carica su www.playandwin.bellfoodgroup.com.

Le foto inviate verranno quindi visualizzate in una galleria fotografica. Le dieci proposte migliori e soprattutto più creative riceveranno un premio speciale del valore di circa 200 franchi svizzeri.

Come partecipare

Per partecipare al concorso, registrati a partire dal 9 settembre 2019 su:

www.playandwin.bellfoodgroup.com

La partecipazione come gruppo non è possibile.

Cosa puoi vincere

1° posto: un buono viaggio del valore di 3000 franchi svizzeri.

2° posto: un giorno all'Europapark Rust incluso pernottamento al Park Hotel «Bell Rock» e viaggio per due persone del valore di circa 2000 franchi svizzeri.

3° posto: un iPhone X 128 GB (nero) o un Samsung Galaxy S10 128 GB (nero) del valore di circa 1000 franchi svizzeri.

Apprendisti presso il Bell Food Group

Pronti per il prossimo passo

Per alcuni è arrivato il momento di dire addio, per altri se ne parlerà dopo l'estate: negli ultimi mesi, molti giovani professionisti del Bell Food Group hanno terminato la prima fase della propria carriera professionale. Ci congratuliamo con i laureati per il completamento positivo dell'apprendistato. Allo stesso tempo, diamo un cordiale benvenuto ai nuovi apprendisti che hanno iniziato la loro formazione presso il Bell Food Group nel mese di agosto. Siamo lieti di accompagnarvi nei vostri primi passi nel mondo del lavoro.

Laureati Hügli Steinach

Da sinistra a destra:
Berk Baybudogaglu, Julian Eicher,
Tatjana Kobas (Noah Signer
non è presente in foto)



Laureati Hilcona

Da sinistra a destra: Selina Billet,
Oliver Senti, Kail Kasemir,
Luis Gouveia, Mertcan Tedik



Laureati Bell Schweiz

Da sinistra a destra: Julian Laya, Janik Brunner, Dylan Gertschen,
Erkam Yilmaz, Simon Streuli, Lara Wolf, Amy de Boers, Nico
Ambrosini, Luca Wiedemann, Jasper Kugler (Nicole Aregger,
Vanessa Hoffmann e Luka Ristanovic non sono presenti in foto)



Laureati Hügli Radolfzell

Da sinistra a destra sotto: Gabriela Szczypka,
Sabrina Fetzler, Selina Fraider, Faiza Khadir,
Hannah Veit, Jessica Reinartz
Da sinistra a destra sopra: Stefan Dieng (istruttore),
Timo Schneider, Michael Doser, Jonas Gnriss,
Stefan Rehffuss (istruttore)



Bell Food Group si congratula per il completamento positivo dell'apprendistato

BELL SCHWEIZ

Nico Ambrosini, Operatore in automazione, Basilea
Nicole Aregger, Tecnica alimentarista AFC, Zell
Janik Brunner, addetto di macelleria CFP, Oensingen
Amy de Boers, Impiegata di commercio Responsabile supporto Macelleria, Basilea
Dylan Gertschen, Macellaio-salumiere, Basilea
Vanessa Hoffmann, Avicoltrice AFC, Zell
Jasper Kugler, Impiegato in logistica AFC, Basilea
Julian Laya, Macellaio-salumiere, Basilea
Luka Ristanovic, Adetto alla logistica CFP, Oensingen
Simon Streuli, Macellaio-salumiere, Basilea
Luca Wiedemann, Informatico Tecnica dei sistemi, Basilea
Lara Wolf, Impiegata di commercio Marketing Service, Basilea
Erkam Yilmaz, Operatore di edifici e infrastrutture, Basilea

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:
Harry Neeb, Specialista in tecnologia alimentare

CONVENIENCE

Hilcona, Schaan:
Selina Billet, Impiegata di commercio AC – Profilo E
Louis Gouveia, Impiegato in logistica AC
Kail Kasemir, Operatore in automazione SC
Oliver Senti, Informatico AC
Mertcan Tedik, Operatore di linee di produzione AC

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:
Berk Baybudogaglu, Impiegato in logistica AFC
Julian Eicher, Impiegato di commercio AFC
Tatjana Kobas, Impiegato in logistica AFC
Noah Signer, Tecnico alimentarista AFC

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:
Michael Doser, Specialista in tecnologia alimentare
Sabrina Fetzler, Studentessa, Studio duale in economia aziendale – settore industriale
Selina Fraider, Impiegato industriale con CQ
Jonas Gnriss, Impiegato industriale con CQ
Faiza Khadir, Impiegato industriale con CQ
Jessica Reinartz, Specialista in tecnologia alimentare
Timo Schneider, Specialista in tecnologia alimentare
Gabriela Szczypka, Studentessa, Studio duale in economia aziendale – settore industriale
Hannah Veit, Impiegato industriale con CQ

Benvenuti nel Bell Food Group

BELL SCHWEIZ

Betim Aliu, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Marko Bahor, Cuoco AFC, Basilea
Philippe Cattin, Operatore di edifici e infrastrutture AFC, Basilea
Damian Dürr, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Aziz Ullah Eqbali, Impiegato in logistica AFC, Oensingen
Laurent Frei, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Nestor Haradithohadi, Operatore in automazione AFC, Basilea
Lukas Haurin, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Nicolas Horny, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Gian Knoepfli, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Samantha Leuenberger, Impiegata di commercio AFC, Basilea
Tabea Meyer, Impiegata di commercio AFC, Basilea
Abdulsalam Mohamed, Assistente Macellaio-salumiere EBA, Oensingen
Amanuel Mulubhan, Addetto di macelleria CFP, Oensingen
Antonio Nedeski, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
Jan Reist, Informatico AFC Sviluppo applicazioni, Basilea
Fesnike Rushiti, Tecnico alimentarista AFC, Basilea
Lorena Schelb, Gestione delle risorse umane DHBW (inizio il 01.10.2019), Basilea
Fabio Teles, Addetto di macelleria CFP, Basilea
Igor Trajanov, Assistente d'ufficio CFP, Basilea

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht:
Lennart Jaspers, Specialista in tecnologia alimentare

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:
Marvin Erik Cramer, Tecnico elettronico per ingegneria industriale
Hendrik Oltmanns, Tecnico elettronico per ingegneria industriale
Nico Verweyen, Operatori di macchine e impianti, Specialisti in tecnologia alimentare

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:
Susan Geysersbach, Impiegata di commercio Industria
Dominik Siemer, Impiegato di commercio Industria
Robin Thurm, Studio duale in economia aziendale (B.A.) / Impiegato industriale

CONVENIENCE

Hilcona, Schaan:
Francisco Fernandez Alvite, Impiegato in logistica AC
Sidney Brigggen, Impiegato in logistica AC
Michal Karczmarzyk, Operatore in automazione AC
Ekim Kardesoglu, Operatore di linee di produzione AC
Hatice Kocatas, Operatore di linee di produzione AC
Lars Meier, Tecnico alimentarista
Lorin Murk, Tecnico alimentarista
Veronika Anastasia Watzke, Impiegata di commercio AFC – Profilo E
Laurin Zenger, Informatico AC

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:
Lara Brunner, Impiegata di commercio AFC – Profilo E
Asmitha Canagathas, Addetto alimentarista CFP
Menil Demiri, Operatore in logistica AC
Patic Graf, Tecnico alimentarista AFC
Jack Stepke, Impiegato in logistica AC
Marc Sutter, Addetto alimentarista CFP
Jordan Sutter, Impiegato di commercio AFC – Profilo E

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:
Ramazan Bakici, Meccatronico
Luisa Berchtold, Studio duale in economia aziendale – settore industriale
Fabian Dan, Impiegato di commercio Industria con CQ
Christian Dornhof, Meccatronico
Laura Hagelkrüs, Impiegata di commercio Industria con CQ
Jan Hammer, Studio duale in economia aziendale – settore industriale
Luica Kral, Impiegata industriale con CQ
Jaroslav Osinka, Impiegato di commercio Industria con CQ
Hamzah Ragoubi, Esperto di logistica di magazzino
Eric Wiedenbach, Esperto di logistica di magazzino

Hilcona è il primo «Friendly Work Space» nel Liechtenstein

Grande impegno per la salute sul posto di lavoro

Hilcona è impegnata nel benessere dei propri dipendenti con un approccio olistico. L'azienda del Liechtenstein è stata la prima del principato a ricevere l'etichetta «Friendly Work Space». Si tratta dell'etichetta svizzera più importante nel campo della gestione della salute in azienda.

Buon ambiente di lavoro, una salutare atmosfera lavorativa, supervisor in grado di motivare i propri team: coloro che vogliono definirsi «Friendly Work Space» devono impegnarsi in vari aspetti per il benessere dei propri dipendenti. A partire da questa primavera, anche Hilcona è stata una delle oltre 80 aziende a cui è stato assegnato il marchio di qualità per la gestione sistematica della salute in azienda (GSA).

Incoraggiare i dipendenti a tutti i livelli

«Hilcona sta crescendo e con essa anche le esigenze dei nostri dipendenti», spiega Birgit Schmidinger, responsabile delle risorse umane di Hilcona e principale responsabile del pro-

cesso di certificazione. «Una gestione efficace della salute in azienda è quindi essenziale ed è uno dei fattori di successo per il futuro della nostra società.»

Hilcona è ben posizionata nell'ambito del GSA da molti anni. Con la candidatura per l'etichetta «Friendly Work Space», l'azienda ha voluto analizzare minuziosamente le attività già stabilite, identificare le esigenze di ottimizzazione e unire i provvedimenti in una strategia globale.

Dal momento che Bell Schweiz possiede il sigillo giallo (2016), Birgit Schmidinger ha potuto ricevere in anticipo preziose informazioni in prima persona da Harry Bechler, responsabile delle risorse umane presso il Bell Food Group. Nella primavera del 2018, il processo di certificazione è iniziato con un'autovalutazione. A novembre, i responsabili del marchio di qualità hanno visitato lo stabilimento di Schaan e lo hanno sottoposto a un severo esame. Lo scorso marzo, Hilcona è stata la prima azienda del Liechtenstein a ricevere l'ambito sigillo durante una cerimonia solenne.

Stabilire la gestione della salute sul lavoro in azienda

Una delle misure che i professionisti del settore Convenience stanno adottando per la tutela della salute dei propri dipendenti è, tra le varie cose, la collaborazione con il medico del

I responsabili della GSA di Hilcona (da sinistra a destra): Thomas Stigger, Michèle Stingelin, Birgit Schmidinger, Mario Kuschny, Günter Grabher, Monika Esperanza Fernandez



lavoro dott. Nada Ivica. La dottoressa ha visitato la sede di Schaan regolarmente per quasi un anno, analizzando le postazioni di lavoro e consentendo indagini della medicina del lavoro obbligatorie e facoltative.

Inoltre, Hilcona collabora con lo specialista in ergonomia Tobias Gredel, che fornisce consulenza ai dipendenti su tutte le questioni relative all'ergonomia direttamente sul posto di lavoro, sia nella produzione che negli uffici.

Dopo il successo del duo a Schaan, è ora previsto il lancio del supporto medico professionale in altre sedi.

Inoltre, il perfezionamento dei dipendenti delle posizioni dirigenziali di Hilcona ha una priorità assoluta. Al fine di preparare i dirigenti della Supply Chain ai loro compiti in modo ottimale, Hilcona ha commissionato alla società di consulenza «Hiking Days» una serie di work-

shop. La strategia si basa su una visione positiva dell'umanità, in base alla quale ogni dipendente vuole fare del proprio meglio e gli errori non si verificano di proposito. I workshop della durata di uno a due giorni si sono svolti durante l'anno in sedi esterne. Un aspetto importante di questi eventi è stato passare parte del tempo nella natura. In questo modo, i partecipanti hanno ripetutamente avuto l'opportunità di cambiare prospettiva.

«Grazie alla certificazione <Friendly Work Space> abbiamo avuto la conferma che siamo sulla strada giusta con il nostro GSA. E ora sappiamo esattamente in quali settori possiamo ancora migliorare», afferma Günter Grabher, che come coordinatore della formazione professionale è corresponsabile dell'applicazione operativa della strategia GSA. «Adesso inizieremo a rendere la nostra azienda un ambiente ancora più sano per i dipendenti.» • mr

I dirigenti sono preparati in modo ottimale ai loro compiti.

Analisi sulla produzione
e sul consumo di carne

CARNE O NON CARNE?

Il consumo di carne è stato molto discusso negli ultimi tempi. Si tratta di una follia ecologica e nociva o di un sinonimo culturale di piacere e dieta equilibrata, nonché una parte importante del ciclo agricolo? È giunto il momento di svolgere un'analisi obiettiva dei fatti.

Il consumo di carne è il nuovo fumo, come ha recentemente sottolineato un giornale svizzero, o una parte importante di una dieta equilibrata?

Dal punto di vista della fisiologia della nutrizione, ci sono molte buone ragioni per mangiare carne.

Il consumo di carne è stato oggetto di molte discussioni negli ultimi tempi, sia sui media che negli ambienti privati, un argomento emotivo e spesso controverso. Si viene additati come chiari sostenitori o come avversari accaniti. Ma raramente si effettuano analisi obiettive dei fatti.

L'uomo ha bisogno di proteine

Un aspetto non contestato è che il corpo umano ha bisogno di proteine. Le proteine sono costituite da 20 diversi aminoacidi, nove dei quali sono essenziali per il corpo umano perché non possono essere prodotti da soli o si producono solo in modo incompleto. È necessario quindi assimilarli attraverso il cibo. Per molti secoli la carne è stata considerata la più importante fonte di proteine per l'uomo, e ancora oggi è così. Sebbene esistano altri alimenti che contengono proteine, le proteine della carne sono particolarmente ricche di importanti aminoacidi e nella loro composizione sono molto simili alle proteine del corpo umano. La carne non è solo ricca di proteine vitali, ma contiene anche molti altri nutrienti come vitamine, acidi grassi polinsaturi e tracce di minerali come ferro, iodio e zinco che sono importanti per il corpo umano. Dal punto di vista della fisiologia della nutrizione, ci sono molte buone ragioni per mangiare carne.

La questione dell'ambiente

La questione è: la produzione di generi alimentari ha bisogno di energia, risorse naturali come acqua o terra, rilascia emissioni e quindi ha un impatto sull'ambiente. Secondo i dati dell'Organizzazione delle

Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), l'allevamento mondiale rappresenta il 14,5 per cento delle emissioni di gas serra. Questa proporzione varia in base alla regione. In Svizzera, secondo l'Ufficio federale dell'ambiente, l'agricoltura totale rappresenta il 13,5 per cento delle emissioni nazionali di gas serra. Per la maggior parte, la responsabile è la zootecnia. Pertanto, è importante che l'agricoltura contribuisca a un migliore equilibrio climatico. Ma rappresentare l'agricoltura come la principale responsabile del cambiamento climatico è sbagliato. In Svizzera i trasporti, le abitazioni e l'industria rappresentano oltre il 70 per cento delle emissioni di CO₂.

C'è anche una serie di fattori che deve essere presa in considerazione quando si analizza l'impatto ambientale dell'agricoltura.

In termini di emissioni, l'agricoltura non può essere equiparata ad altri settori dell'economia. Sebbene l'agricoltura causi emissioni, funge anche da luogo di stoccaggio. I terreni ricchi di humus immagazzinano CO₂, mentre altri settori economici operano solo come emittenti. Inoltre, per motivi naturali, solo circa un terzo della superficie agricola del mondo è adatta all'agricoltura o alla coltivazione di cereali, ortaggi e frutta. Il resto è costituita da prati, pascoli e steppe. Le specie vegetali che crescono in questi luoghi non possono essere utilizzate direttamente dall'uomo. Ma mucche, capre, pecore e altri animali da pascolo possono riciclarle e produrre alimenti di alta qualità per l'alimentazione umana in aree che altrimenti non sarebbero utilizzabili per la produzione alimentare.

Riesaminare il comportamento del consumatore

Infine, i consumatori decidono anche sul bilancio ecologico della carne. Da un punto di vista ecologico, è opportuno utilizzare prodotti locali e stagionali. Ciò consente di risparmiare lunghi tempi di trasporto e refrigerazione. E altrettanto importante: bisognerebbe acquistare solo ciò che si vuole davvero consumare.

Soprattutto nei paesi ricchi, il cosiddetto spreco alimentare rappresenta un grosso problema. Secondo la FAO, a seconda della regione, vengono sprecati tra i 120 e i 300 chilogrammi di cibo pro capite all'anno. La riduzione degli sprechi alimentari è quindi un'ulteriore leva per ridurre le emissioni di gas serra. Perché ciò che non viene prodotto non causa alcuna emissione. • *fv*

Il comportamento dei consumatori è un fattore importante nel bilancio ecologico di alimenti come la carne.

L'organizzazione interprofessionale Proviande ha raccolto informazioni dettagliate sulla produzione di carne:

www.proviande.ch/de/dossiers/oekologie.html

La «Metzgete» svizzera

Il lato sostanzioso dell'autunno

In autunno, gli amanti della carne svizzera non vedono l'ora di gustare uno dei più famosi piatti di selvaggina: la tradizionale «Metzgete». Una vecchia usanza, nata da una necessità, che oggi sta guadagnando nuovamente importanza come parte del movimento «Nose to tail».



Da una necessità è nata una tradizione

In Svizzera, la «Metzgete» (la mazza del maiale) appartiene all'autunno, come la salsiccia alla griglia appartiene all'estate. Nessuno sa precisamente quando ha avuto luogo per la prima volta. Prima che la suinicoltura professionale prendesse piede, le famiglie erano solite possedere diversi maiali. Questi si cibavano di scarti di verdura oppure venivano condotti nella foresta dai guardiani dei porci per nutrirsi. Nessuno poteva permettersi di nutrire gli animali durante l'inverno. Pertanto, nel tardo autunno e all'inizio dell'inverno, alcuni maiali dovevano essere macellati.

Prima dell'inverno, gli animali dovevano essere macellati.

Tutte le parti del maiale venivano utilizzate il più possibile, perché la carne era preziosa. Le parti deperibili, che non potevano essere conservate con l'essiccazione, la salagione, l'affumicatura o l'inscatolamento, dovevano essere consumate il giorno stesso; dopotutto, non esistevano le celle frigorifere. Pertanto, la «Metzgete» significava non solo un duro lavoro per il macellaio, ma soprattutto una vera festa per tutta la famiglia prima dell'inizio dell'avvento natalizio. Non di rado venivano invitati i vicini, gli amici, i preti e gli insegnanti: la «Metzgete» era considerata una delle celebrazioni familiari più importanti.

Oggi gli agricoltori non sono più costretti a macellare i loro maiali prima dell'inverno. Questi vengono macellati durante tutto l'anno. Tuttavia, l'usanza della «Metzgete» autunnale è rimasta ed è diventata da tempo una tradizione culinaria.

Dal naso alla coda

L'obiettivo del «Metzgete» è sempre stato l'utilizzo olistico del maiale. Dal naso alla coda, nessun pezzo doveva essere sprecato.

I maiali venivano solitamente macellati la mattina presto. Le parti deperibili, come frattaglie e sangue, venivano utilizzate subito. Testa, coda e frattaglie (reni, fegato e stomaco) venivano portate in cucina e bollite in pentola. Inoltre, rappresentavano anche la base per la produzione del famoso sanguinaccio e salsiccia di fegato. Addome, petto, collo, spalla e schiena venivano conservati e lavorati durante l'inverno. Le natiche venivano trasformate in prosciutto e il filetto veniva servito sul piatto pochi giorni dopo.

Oggi questo piatto di macellazione include come da tradizione sanguinaccio e salsicce di fegato, stinco di maiale, carne bollita e pancetta. I contorni più amati sono patate bollite o rösti. I crauti o i fagiolini secchi non devono mancare, così come le fette di mela al vapore. Conferiscono un po' di dolcezza a questo abbondante piatto principale.

Sostenibilità e rispetto per l'animale

Negli ultimi anni, come parte del movimento «Nose to tail», la «Metzgete» ha anche vissuto un vero e proprio risveglio fuori dalle locande e dalle taverne borghesi, e da tempo è arrivata nelle città. Oggi, anche nella gastronomia di alto livello, «i tagli di carne di seconda scelta» sono presentati sui menu che da tempo hanno dovuto cedere il passo ai pezzi pregiati. Il tutto nello spirito di sostenibilità e rispetto per l'animale. • sh

La «Metzgete» è da tempo entrata nella gastronomia di alto livello.

Dietro le quinte dello sviluppo del prodotto

DALLA BUONA IDEA ALLA NOVITÀ DI SUCCESSO

Che si tratti di una novità mondiale o di un classico con una ricetta modificata, gli sviluppatori di prodotti del Bell Food Group continuano a presentare nuove tendenze. All'inizio si parte solitamente con una buona idea. In che modo questa venga trasformata in un prodotto da lanciare sul mercato, LOOK! lo ha appreso dagli esperti del dipartimento di sviluppo dei prodotti di Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli.



Lo sviluppo del prodotto è abbastanza simile in tutte le aree.

Più di 100 nuovi prodotti vengono realizzati nel Bell Food Group ogni anno. La gamma spazia da salumi, insalate e dessert alle alternative vegane per carne e pesce. Per quanto diversi siano i singoli segmenti, lo sviluppo del prodotto è generalmente abbastanza simile.

Prima di tutto, è importante che tutti i marchi del gruppo siano al passo coi tempi. Che si tratti di store check in metropoli all'avanguardia come Londra o Amsterdam, di workshop sull'innovazione, di visite alle fiere o di scambi con esperti esterni, gli sviluppatori di prodotti di Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli utilizzano tantissimi modi diversi per scovare le ultime tendenze.

E anche le richieste dei clienti sono spesso la scintilla per lo sviluppo di nuovi prodotti. Questo vale sia per il segmento della vendita al dettaglio, sia per quello del Food-Service.

Una volta nata l'idea, di solito viene prima sottoposta a un esame accurato. Il prodotto è realizzabile? Quali materie prime sono necessarie? Come dovrebbe essere confezionato? In quale fascia di prezzo rientra? Rispetta tutte le linee guida relative agli ingredienti e alla sostenibilità? Se le risposte a tutte queste domande e ad altre pertinenti sono positive, inizia finalmente la fase calda dello sviluppo del prodotto.

La teoria viene quindi messa in pratica nel laboratorio di cucina. Per gli sviluppatori, questo significa verificare tutti i parametri dalla A alla Z, a partire dall'aroma fino alla preparazione del prodotto finale. Tra le varie fasi, i prodotti campione devono ovviamente essere assaggiati più volte. Se si tratta di un ordine per un determinato cliente, questo riceverà anche dei campioni iniziali da degustare. Soprattutto in caso di novità più complesse, è necessario

Samuel Bell: classico con una nuova ricetta

Anche il 150° anniversario di Bell ha coinvolto gli sviluppatori di prodotti. In occasione dell'anniversario, hanno progettato una linea che trasferisce nel presente la tradizione artigianale del marchio. Per «Samuel Bell 1869» hanno preso 16 classici come il Bell Würstli, il prosciutto campagnolo o la salsiccia di Lione a base di vitello e hanno adattato le loro ricette in modo da eliminare il più possibile gli additivi e i conservanti.

«La sfida per noi era che gusto e qualità non dovevano cambiare rispetto al prodotto originale», riferisce Jan Schemmer. «Al fine di ottenere in anticipo un feedback più ampio da parte dei clienti, abbiamo anche testato questa linea sui consumatori.»

Inoltre, i prodotti dovevano trasmettere anche dall'aspetto l'artigianato tradizionale che racchiudono. I responsabili hanno inoltre richiesto che questi dettagli fossero conciliati con la produzione industriale.

Come sempre, la creazione di un design adeguato per la confezione è andata di pari passo con lo sviluppo della linea. La confezione beige con il ritratto del padre fondatore rispecchia, così come il contenuto, la lunga tradizione della specialità.

Per introdurre questi prodotti sul mercato, gli esperti di marketing di Bell hanno fatto molta pubblicità, incluso uno spot televisivo, che unisce gioiosamente il passato al presente.

Stein's Best di Hügli: fuori dalla cucina con un nuovo marchio

Il fatto che anche gli sviluppatori di prodotti affrontino intensamente l'argomento del marchio e della confezione è stato dimostrato da Hügli con il suo progetto Stein's Best. Per supportare i ristoratori nella tendenza duratura del BBQ, salse composte e miscele di spezie hanno perso un'immagine moderna del marchio.

Tra queste citiamo anche la maionese, il ketchup, e le salse da cocktail e per bistecche che prima erano confezionate in grandi contenitori, e oggi si presentano con un nuovo outfit. Le confezioni squeeze trasparenti non sono più riservate ad un uso esclusivo all'interno della cucina del ristorante, ma presentano un bell'aspetto anche esposte sul tavolo nella sala degli ospiti.

Allo stesso tempo, gli sviluppatori hanno anche adattato le ricette al nuovo uso. Inoltre, hanno assicurato che le salse possono conservarsi per almeno sei mesi fuori dal frigo. E non contengono ingredienti dichiarabili. Un sollievo per i ristoratori, che in questo modo possono risparmiarsi le indicazioni corrispondenti sul menu.

Le salse possono essere conservate per almeno sei mesi fuori dal frigo.



Le ricette per i nuovi prodotti di Hügli vengono create nel laboratorio di cucina di Radolfzell.

«Lo sviluppo di un prodotto complesso può richiedere nove mesi.»

un po' più di tempo prima che la ricetta sia affinata e il «prototipo» diventi definitivo.

Contemporaneamente alla creazione del campione, si svolge anche la realizzazione della confezione più appropriata. «Crediamo fermamente che la confezione sia parte integrante del prodotto», afferma Jan Schemmer, responsabile della gestione e dello sviluppo del prodotto presso Bell in Svizzera. «In effetti, lo sviluppo della confezione spesso richiede più tempo rispetto a quello del suo contenuto.» Uno dei motivi è non solo che la confezione deve essere fatta su misura per il prodotto, ma anche che gli elenchi degli ingredienti, le dichiarazioni e la data di scadenza devono essere attentamente calcolati ed esaminati per l'etichettatura.

Una volta che i campioni di prodotto e la confezione sono stati approvati sotto tutti gli aspetti, ha inizio la successiva entusiasmante fase: il trasferimento alla produzione. Nella

maggior parte dei casi, si parte con la cosiddetta tiratura di prova. Questo primo test mostra se la novità dà buoni risultati anche nella produzione industriale. Questo è particolarmente importante per i prodotti che potrebbero comportarsi diversamente quando trasferiti su macchine di grandi dimensioni rispetto al laboratorio di prova.

Ad esempio, l'impanatura diventa più sottile durante il processo industriale rispetto all'impanatura fatta a mano. E anche per quanto riguarda le salse liquide, la mescolazione nelle grandi macchine può produrre un risultato diverso rispetto a un piccolo miscelatore.

Al contrario, ci sono anche casi in cui la produzione può iniziare direttamente su larga scala. «Per i prodotti in polvere, la tiratura di prova non è sempre necessario, poiché la formulazione sviluppata su scala di laboratorio può di solito essere trasferita bene alla pro-

Nelle ricette sono stati ampiamente evitati additivi.

Manifattura d'insalate: ultrafresche di Eisberg

Ordinate alle 8 di sera, disponibili in negozio alle 6 del mattino. Ciò che sembra magia è già una realtà in Eisberg. In un progetto pilota, gli esperti del settore Convenience hanno testato, negli ultimi mesi, un'idea per pasti a base di insalate.

La sfida per gli sviluppatori di prodotti è rappresentata dal processo di produzione ultrafresco. Come per tutti i prodotti Eisberg, la lavorazione avviene in locali refrigerati. Le insalate utilizzate vengono lavate in acqua ghiacciata, quindi rimangono belle croccanti.

Nelle varianti pronte c'è anche molto lavoro manuale. Ad esempio, i dipendenti tagliano a mano gli ingredienti come il petto di pollo in gustose fette.

Tutto ciò accade a partire dalla mezzanotte, in modo che le insalate siano pronte puntualmente alle cinque del mattino successivo per la consegna nei negozi da asporto nella regione di Zurigo. E la sera, il processo ricomincia, perché le bombe vitaminiche ultrafresche hanno anche una data di scadenza molto breve della durata di un giorno.



«Abbiamo sempre
da imparare con ogni
nuovo prodotto.»

Il trasferimento alla produzione è sempre un passo entusiasmante.

duzione industriale e agli impianti di miscelazione più grandi», riferisce Matthias Geyer, responsabile del marketing strategico nell'area Food Service di Hügli.

Se tutto funziona, la novità può andare in produzione. A seconda del canale di vendita, si iniziano le strategie di marketing e le discussioni sul rendimento. Per i prodotti al dettaglio, ad esempio, l'introduzione può essere accompagnata dalle degustazioni nei supermercati. Per alcuni progetti, si svolgono anche ampie promozioni, ad esempio su Internet o in TV. Per i nuovi prodotti per il settore del Food Service vengono interpellati in particolare i rappresentanti di vendita. In modo che possano presentare l'innovazione nel modo migliore possibile, e possano anche assaggiare i prodotti in anticipo e familiarizzare con la preparazione, se necessario.

Quanto tempo impiega l'intero processo dall'ideazione alla commercializzazione è molto diverso da prodotto a prodotto. «Lo sviluppo di una semplice insalata in busta, inclusa la confezione ci richiede circa quattro mesi, un semplice prodotto a base di molluschi circa sei mesi. Un prodotto a base di molluschi più complesso può richiedere anche fino a nove mesi», afferma Roland Zehnder, product manager e responsabile dello sviluppo del prodotto presso Eisberg. «Abbiamo impiegato anche due anni per sviluppare filetti di pesce vegetariani», spiega Julia Sackers, responsabile tecnologica di Hilcona. «Ma si trattava di un caso speciale perché le condizioni generali sono cambiate più volte nel tempo.»

Alla fine, è sorprendente per gli sviluppatori di prodotti. Perché finalmente possono verificare in che modo i clienti recepiscono il prodotto. «Fortunatamente, spesso non accade che un nuovo progetto non venga accettato dai consumatori», afferma Jan Schemmer. «Poiché grazie all'attenta preparazione delle nostre novità, limitiamo al minimo il rischio di un flop.» • *mr*



Julia Sackers sviluppa alternative vegane ai prodotti a base di pesce e carne per Hilcona.

Tre domande a Julia Sackers

Lei sviluppa alternative vegetariane e vegane ai prodotti a base di carne per Hilcona. Quale progetto segue? Julia Sackers: I prodotti devono essere il più vicino possibile all'originale in termini di aspetto, gusto e consistenza. Inoltre, i valori nutrizionali, come il contenuto proteico, si avvicinano quasi all'originale di carne e pesce. E un aspetto importante per i vegani: questi prodotti contengono vitamina B12, che non è presente a sufficienza in una dieta prettamente vegetale.

Da quando Hilcona è stata coinvolta in questo segmento di tendenza? Quando sono arrivata in Hilcona nel 2015, eravamo solo all'inizio. Da allora, il nostro team ha avuto sempre da imparare con ogni prodotto e sta diventando sempre più informato su ciò che conta davvero. E le materie prime, le cosiddette proteine vegetali derivanti da piselli, soia, grano o girasoli, stanno migliorando sempre di più. Tuttavia, oltre al know-how, ogni novità richiede molta sperimentazione fino a quando non riusciamo a trovare la ricetta perfetta. L'eccellente feedback dei clienti ci mostra che il nostro impegno quotidiano viene davvero ripagato.

Detto sinceramente: i prodotti che sviluppate rappresentano davvero un'alternativa ai loro modelli di carne o pesce? Hanno già un sapore molto simile. Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo assaggiato i bastoncini di pesce vegani più volte fino a quando non si sono avvicinati il più possibile alle varianti a base di pesce. A casa, sono già riuscita a creare confusione: una volta ho portato i campioni con me, mio marito ha scoperto solo dopo il quinto bastoncino di pesce che si trattava di bastoncini di pesce vegani. La qualità ha convinto anche lui.



Nuovo impianto di produzione di prosciutto serrano a Fuensalida

BELL DIVENTA MILIONARIA

Bell España si sta preparando. A Fuensalida, nelle vicinanze di Madrid, è stato costruito un nuovo impianto di produzione di prosciutto serrano all'avanguardia. Grazie al nuovo impianto, oggi è possibile produrre circa un milione di prosciutti serrano all'anno in Spagna.

Fuensalida è una piccola città di provincia alle porte di Madrid. Non possiede una strada affollata per lo shopping all'ora di punta, al contrario è caratterizzata da edifici industriali e commerciali. Tra questi troviamo il nuovo impianto di produzione di prosciutto serrano di Bell España.

All'arrivo, il capannone può essere avvistato già da lontano e ha assunto dimensioni impressionanti. Con una superficie di 26 000 metri quadrati, il nuovo edificio offre ampi spazi in 64 locali di essiccazione per la produzione di circa un milione di prosciutti serrano all'anno. Circa 45 milioni di euro sono stati investiti nel nuovo edificio. Pertanto il progetto di Bell España rappresenta una delle maggiori opere di investimento nel mercato spagnolo dei salumi negli ultimi anni.

Oltre alla produzione, anche la sede centrale di Bell España verrà trasferita dalla vicina Casarrubios del Monte a Fuensalida. La messa in servizio è avvenuta a giugno 2019. Parti dei dirigenti, degli impiegati e degli addetti alla produzione si sono già trasferiti a Fuensalida. Fino ad oggi, i mezzi di produzione sono stati testati e messi in funzione passo dopo passo. Entro la fine dell'anno si

dovrà raggiungere la piena capacità produttiva. Quindi circa 100 dipendenti lavoreranno a Fuensalida. A fine settembre, il nuovo impianto verrà ufficialmente inaugurato con una cerimonia di apertura.

Il perché di questa nuova costruzione è molto incoraggiante. Il nuovo impianto è diventato necessario perché negli ultimi anni la popolarità delle specialità di salumi spagnoli è aumentata notevolmente in Europa. Da qualche tempo, la capacità produttiva del vecchio stabilimento di Casarrubios del Monte non era in grado di tenere il passo con la domanda crescente. «A causa del lungo periodo di stagionatura del prosciutto serrano, non avevamo locali a sufficienza per l'essiccazione, quindi eravamo sempre più spesso costretti a immagazzinare il nostro prosciutto presso terzi», spiega Rodrigo Fernandez, responsabile marketing di Bell España.

Il nuovo stabilimento di Fuensalida ha rappresentato la soluzione e ha gettato le basi per l'ulteriore crescita di Bell España. I moderni impianti di produzione offrono spazio sufficiente e sono completamente adatti per la salatura, il disossamento e l'essiccazione del prosciutto serrano. A circa mezz'ora di distanza, la sede di Casarrubios del Monte verrà convertita in un centro logistico con capacità di essiccazione aggiuntive. Il terzo impianto di produzione di Bell España si trova ad Azuaga, nel cuore dell'Estremadura, la regione di allevamento dei famosi maiali iberici. Qui, come sempre, l'attenzione si concentrerà sulla produzione di prosciutto iberico di alta qualità e di «embutidos» spagnoli come salchichón, lomo o chorizo. • fv

64 locali di essiccazione offrono ampi spazi a circa un milione di prosciutti serrano.



I manifesti pubblicitari di Bell hanno attirato l'attenzione nazionale nel secolo scorso

MANIFESTI DELLA «SCUOLA DI BASILEA»

I migliori grafici della Svizzera hanno progettato manifesti pubblicitari senza tempo per Bell nel XX secolo. Soprattutto, le opere della cosiddetta «Scuola di Basilea» di Donald Brun e Herbert Leupin si sono presentate come opere d'arte molto apprezzate.

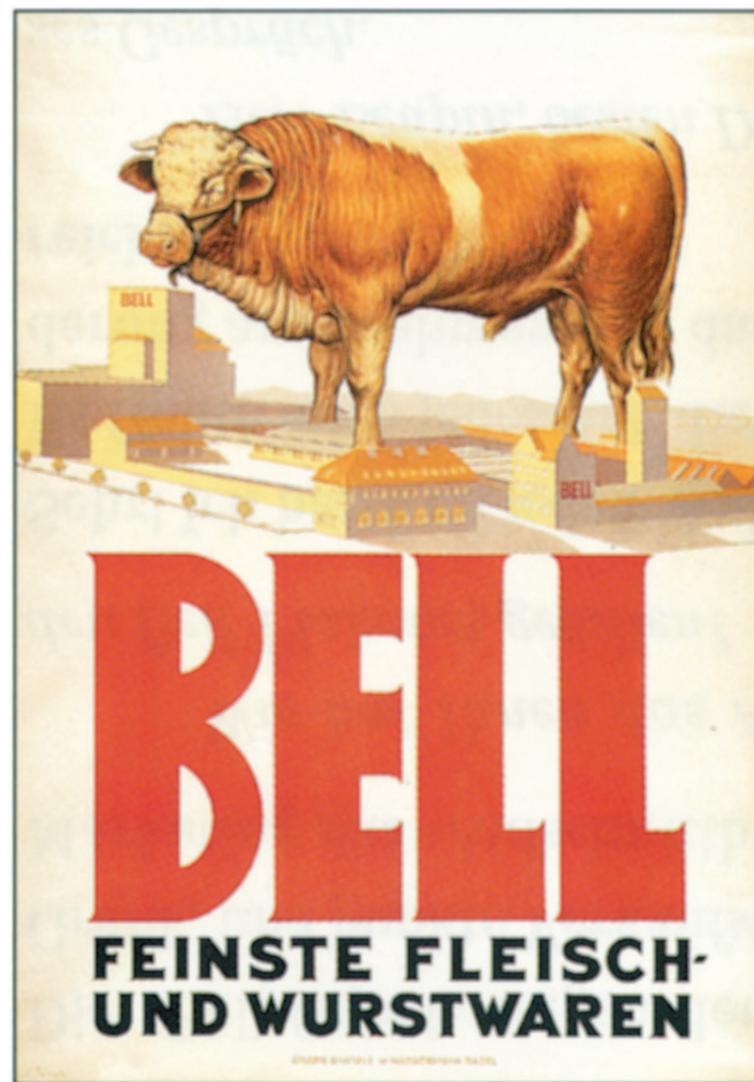
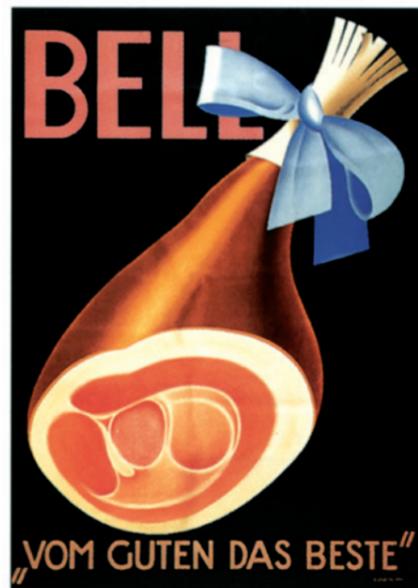
«Vom Guten das Beste.» (Il meglio della bontà). Questo semplice ma accattivante slogan si è fatto strada anche nel primo manifesto pubblicitario artistico dell'ex Bell AG nel 1923. A quel tempo, l'azienda era uno dei maggiori produttori di carne in Europa; l'area di produzione sulla Elsässerstrasse, costruita nel 1908, era in costante crescita e la pubblicità era diventata sempre

più importante. Il pittore di Basilea Niklaus Stöcklin ottenne il grande successo desiderato: il motivo del prosciutto con l'osso è stato utilizzato per più di tre decenni nella pubblicità. Nel 1952 fu lo stesso Stöcklin a dare un tocco di modernità al suo manifesto e a riproporlo.

Stöcklin fu il primo ma presto non l'unico grafico pubblicitario e artista di manifesti a lavorare per Bell. Un anno dopo il debutto, August Haas rappresentò graficamente una mucca sull'edificio di Bell. A quel tempo, il motivo decantò anche la prima brochure illustrativa di Bell, che fu pubblicata nel 1928. All'interno, i 132 prodotti Bell disponibili erano numerati e mostrati a colori.

Nel 1939, il noto artista e grafico di Beinwil, Herbert Leupin, che si era formato all'Ecole Paul Colin di Parigi e si era stabilito successivamente a Basilea, consegnò la sua prima opera a Bell. Si tratta del noto tagliere di carne, che è stato creato poco prima della seconda guerra mondiale e doveva ricoprire un ruolo speciale alla fine di questo momento difficile. Tre anni dopo la fine della guerra, nel 1948, il razionamento a lungo termine della carne in Svizzera fu revocato. Alla Bell AG, questa giornata fu celebrata regalando a tutti i dipendenti una salsiccia di Lione. E il lavoro di Herbert Leupin fu poco dopo rappresentato di nuovo sui cartelloni pubblicitari della città. Il capo della propaganda di Bell, Peter Miescher, agì rapidamente: tutto doveva tornare ad essere come prima della guerra. Il tagliere di carne tre anni fa faceva parte della mostra «Happy Birthday Dear Leupin» per il centesimo compleanno dell'artista, scomparso nel 1999, e ha conosciuto un rinascimento nel «reale» nella Collezione di manifesti di Basilea. Per l'aperitivo dell'inaugurazione il tagliere di carne grafico con la stampa appropriata è stato proposto sull'offerta culinaria.

Il primo manifesto pubblicitario artistico dell'ex Bell AG, progettato da Niklaus Stöcklin, 1923.



La mucca giace sulla sede della fabbrica, August Haas, 1924

Numerosi manifesti di Bell sono conservati oggi nella Collezione di manifesti di Basilea.

Leupin progettò altri tre manifesti per Bell nei suoi anni successivi, sempre con grande successo. Era da tempo diventato il rappresentante più famoso dell'allora «Scuola di Basilea», anch'essa fondata da Donald Brun. Nel 1937 Leupin lavorò a tappe nello studio di Brun, che aveva preso lezioni come artista pubblicitario da Ernst Keizer e poi si era reso indipendente.

Nel 1939, nello stesso anno del debutto di Bell, Leupin progettò anche il manifesto per la festa di tiro a segno federale a Lucerna e un anno dopo il manifesto molto pubblicizzato per la Muba. Ben presto fu interpellato in tutta la Svizzera e all'estero. Famosi sono anche i suoi numerosi manifesti per la Sissacher



Concorso di manifesti per i 150 anni di Bell

Per celebrare il suo 150° anniversario, Bell organizza un concorso di manifesti a Basilea in collaborazione con la rinomata Hochschule für Gestaltung und Kunst (HGK) di Basilea. In questa occasione, gli studenti di HGK reinterpretano un manifesto storico di Bell a loro scelta e lo traducono in tempi moderni. Dal 14 al 19 novembre 2019, sarà possibile ammirare i manifesti in una mostra che avrà luogo nell'HGK di Freilager-Platz 1 a Basilea. Il 14 novembre 2019, la mostra aprirà alle ore 17:00 con una inaugurazione, durante la quale verrà anche annunciato il manifesto vincente. L'ingresso è gratuito e tutti i dipendenti sono calorosamente invitati.

Mineralquelle Eptinger. È anche considerato il creatore delle fondamenta della successiva mucca viola di Milka. Nel 1970 creò la Società del Sigillo per la prima «Art Basel». Il manifesto del circo, in cui un clown del circo nazionale svizzero Knie bilancia simbolicamente le quattro lettere sul ginocchio sinistro, è uno degli evergreen nell'opera di Herbert Leupin.

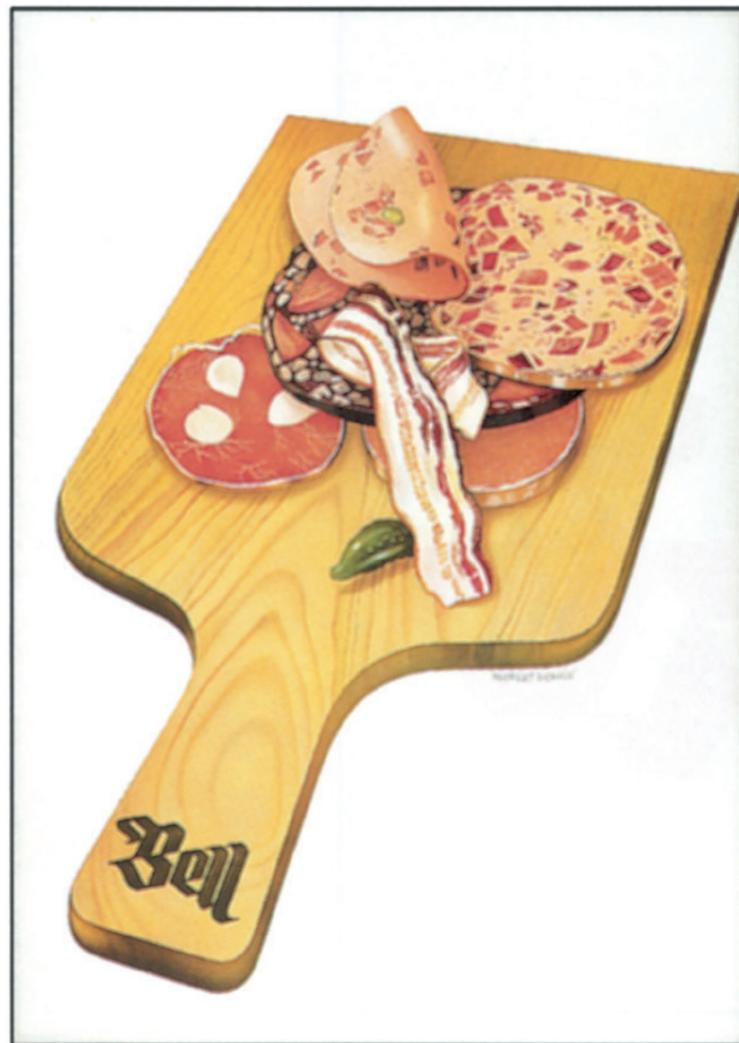
Alla «Scuola di Basilea» appartenevano Hermann Eidenbenz e Celestino Piatti, altri due artisti che lavoravano per Bell. Gli artisti grafici che all'epoca erano nati dalla scuola di Arti applicate erano considerati leader in Svizzera negli anni 1930 e 1940.

In occasione del suo 125° anniversario, Bell AG ha distribuito una scheda della sua storia di manifesti artistici. 42 manifesti dal 1923 al 1994 mostrano lo sviluppo dell'azienda negli ultimi 70 anni circa. In un'intervista, il disegnatore grafico Herbert Leupin commenta l'importanza dei manifesti pubblicitari nel tempo. Nell'anno dell'anniversario, viene istituito anche un concorso nazionale di manifesti nell'ambito della lunga tradizione dei manifesti. Durante l'estate, i 125 manifesti più belli vengono presentati in una mostra itinerante attraverso dodici città svizzere.

Numerosi manifesti di Bell sono ora conservati nella Collezione di manifesti di Basilea, che possiede oltre 90000 manifesti svizzeri.



Nel 1952, Stöcklin modernizzò il motivo del manifesto e lo completò con la scritta Bell di Paul O. Althaus.



Nel 1939, Leupin consegnò il suo primo lavoro su commissione per Bell AG, il leggendario tagliere di carne.

«La diagonale è un mezzo stilistico che Stöcklin ama usare.»

1939, Herbert Leupin

Herbert Leupin è stato ispirato da molti artisti grafici, tra cui Niklaus Stöcklin, Hermann Eidenbenz e Donald Brun, tutti artisti di manifesti per Bell. Nel 1939 Leupin consegnò il suo primo lavoro su commissione per la Bell AG, un tagliere di carne in legno con pancetta, sanguinaccio, salumi e un cetriolo. È ancora considerato un classico tra i manifesti di Bell. «La diagonale è un mezzo stilistico che Niklaus Stöcklin amava usare. Anche per Leupin diventò qui molto attraente, ma la grafica non si adatta molto alla tridimensionalità e presenta difetti che non sfuggono agli occhi», afferma Patricia Jordanov. Questo manifesto appartiene anche al «realismo magico» tipico della scuola di Basilea.

1949, Paul O. Althaus

Innanzitutto, Paul O. Althaus è noto come il creatore della scritta Bell del 1938 nel vecchio carattere tipografico, che sarebbe durata 65 anni e modificata solo leggermente nel 2003. Ma Althaus, un'icona pubblicitaria del suo tempo, ha anche lavorato come artista di manifesti per Bell. Nel 1949 prese le famose «Bell-Würstli» come modello. Lo sfondo giallo-dorato, i wurstel fumanti e gli occhi spalancati hanno una sorprendente somiglianza con un manifesto di ovomaltina del 1937 di Viktor Rutz. «La glorificazione alquanto esagerata del prodotto era il suo marchio», afferma Patricia Jordanov, che vede nell'espressione dei membri della famiglia maschile uno sguardo «per niente rilassato, piuttosto spaventoso». E sottolinea che questo è l'unico manifesto della storia di Bell fino al 1950 che raffigura le persone.

«La glorificazione alquanto esagerata del prodotto era il suo marchio.»



Un'opera di Donald Brun in occasione del centenario di Bell nel 1969.

1969, Donald Brun

Un'opera d'arte è quella di Donald Brun con il suo motivo per il 100° anniversario di Bell che ha ottenuto successo nel 1969. Il motto dell'anno era «Bell epoche» e Brun raffigurava un'immagine storica multicolore sullo shopping di una grande dame che risale ai primi tempi dell'azienda nel XIX secolo e un cane che schioccava la lingua davanti a un salsicciotto penzolante dal cesto della spesa. «Il linguaggio del manifesto ricorda il francese Jules Chéret, che dal 1890 divenne il primo artista a utilizzare i motivi femminili nella pubblicità», spiega Patricia Jordanov. Tipici di Chéret sono anche le lettere arrotondate utilizzate, che si riflettono nello slogan «Bell epoche». Il manifesto del 1969 con le sue chiare sfumature di colore, in particolare nel colorato copricapo floreale, è tipico dell'epoca. • Daniel Schaub, storico di Basilea, ha rielaborato la storia di Bell per il 150° anniversario.

Anniversari

LOOK! si congratula con i anniversari da settembre ad novembre 2019

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Vilvarajah Kandiah, 1° settembre, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne
Joachim Messner, 1° settembre, Bell, Oensingen
William Ritt, 1° settembre, Bell, Basilea
Sylvain Tiili, 1° Settembre, Bell, Basilea
Cristiano Zapatero, 1° settembre, Bell, Gossau
Fahri Kuqi, 6 settembre, Bell, Zell
Sébastien Block, 13 settembre, Bell, Basilea
Bubacarr Jaiteh, 13 settembre, Bell, Basilea
Kikeba Mpebele, 13 settembre, Bell, Basilea
Dritim Sadiku, 27 settembre, Bell, Basilea
Arsim Asani, 1° ottobre, Bell, Basilea
Ceryani Can, 1° ottobre, Bell, Basilea
Giuseppe De Marco, 1° ottobre, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne
Gerald Kueny, 1° ottobre, Bell, Basilea
Jessica Rapp-Hermann, 1° ottobre, Bell, Basilea
Sivasutha Tharmalingam, 1° ottobre, Bell, Basilea
Rajiny Thiyagarajah, 1° ottobre, Bell, Basilea
Philippe Collonge, 4 ottobre, Bell, Cher-Mignon
Christine Messmer, 4 ottobre, Bell, Oensingen
Alain Le Faou, 11 ottobre, Bell, Basilea
Ursula Bachmann, 1° novembre, Geiser, Schlieren
Philippe Furst, 1° novembre, Bell, Basilea
Elvira Meyer, 1° novembre, Bell, Oensingen
Jean-Pierre Mouglin, 1° novembre, Bell, Basilea
Ilyas Oezcan, 1° novembre, Bell, Basilea
Harald Baumann, 15 novembre, Bell, Oensingen
Pilar Pérez, 16 novembre, Geiser, Schlieren
Dragoslav Ivanović, 22 novembre, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne

25 anni di servizio

Giai Tat, 19 settembre, Bell, Basilea
Christian Haenggi, 1° ottobre, Bell, Cher-Mignon
Aferdita Mehmeti-Avdiu, 1° ottobre, Bell, Oensingen
Sandra Ndione, 3 ottobre, Bell, Basilea
Borce Stojanoski, 3 ottobre, Bell, Basilea

30 anni di servizio

Claudia Fiorillo, 1° settembre, Bell, Basilea
Joaquín Flores, 1° settembre, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne
Laurent Bachmeyer, 11 settembre, Bell, Basilea
Andreas Hurni, 16 ottobre, Bell, Oensingen
Thomas Müller, 30 ottobre, Bell, Zell
Gabriel Ifrid, 1° novembre, Bell, Basilea
Mario Ramseier, 2 novembre, Bell, Oensingen
Bertrand Kaiser, 13 novembre, Bell, Basilea

35 anni di servizio

Jean-Luc Rasser, 1° ottobre, Bell, Basilea
Nadine Groell, 8 ottobre, Bell, Basilea
Rosario Donato Gagliarde, 15 ottobre, Bell, Cher-Mignon

40 anni di servizio

Catherine Becoye, 10 settembre, Bell, Basilea
Monika Wyss, 1° ottobre, Bell, Basilea

Pensionamenti

Beatrice Contarato, 30 novembre, Bell, Basilea

Pensionamento anticipato

Yoganathan Kanapathipillai, 31 agosto, Bell, Zell (*supplemento*)
Marc Pelletier, 30 settembre, Bell, Basilea
Pierrot Pennestri, 30 settembre, Bell, Basilea
Marcello Tocci, 31 ottobre, Bell, Basilea
Antonio Leite, 30 novembre, Bell, Cher-Mignon

Deceduti

Frank Honold, 26 maggio, Bell, Basilea (*supplemento*)

Bell International

20 anni di servizio

Stefan Höter, 1° settembre, Bell Germania, Seevetal
Lilija Mass, 6 settembre, Bell Germania, Harkebrügge
Elvira Rissling, 6 settembre, Bell Germania, Harkebrügge
Claudia Hartwich, 13 settembre, Bell Germania, Seevetal
Larissa Eirich, 1° ottobre, Bell Germania, Harkebrügge
Tatjana Fedotov, 1° ottobre, Bell Germania, Harkebrügge
Wilfried Kramer, 1° ottobre, Bell Germania, Edeweicht
Annick Robert, 2 novembre, Bell Frankreich, Val de Lyon
Isabelle Desayes, 15 novembre, Bell Frankreich, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Marlies Sahr, 16 novembre, Bell Germania, Seevetal

25 anni di servizio

Alicja Romanek, 31 luglio, Bell Polonia, Niepolomice (*supplemento*)
Silvia Bronn, 29 agosto, Bell Germania, Harkebrügge (*supplemento*)
Emma Benz, 31 agosto, Bell Germania, Harkebrügge (*supplemento*)
Elke Kahrels, 19 settembre, Bell Germania, Harkebrügge
Andreas Röben, 10 ottobre, Bell Germania, Edeweicht
Gabriele Rassbach, 17 ottobre, Bell Germania, Suhl
Gennadi Konnow, 2 novembre, Bell Germania, Edeweicht
Albert Benz, 7 novembre, Bell Germania, Harkebrügge

30 anni di servizio

Gerold Schulte, 6 luglio, Bell Germania, Harkebrügge (*supplemento*)
Henry Bauroth, 1° settembre, Bell Germania, Suhl
Michael Bienek, 1° settembre, Bell Germania, Suhl
Olivera Andrejic, 16 ottobre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Hans-Dieter Wester, 6 novembre, Bell Germania, Börger
Brigitte Konermann, 27 novembre, Bell Germania, Börger

35 anni di servizio

Ralf Körte, 16 luglio, Bell Germania, Edeweicht (*supplemento*)
Mike Günther, 1° settembre, Bell Germania, Suhl
Egbert Groeneweg, 20 settembre, Bell Germania, Harkebrügge

40 anni di servizio

Ramona Droese, 1° settembre, Bell Germania, Suhl
Dominique Bernard, 17 settembre, Bell Francia, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

Pensionamenti

Georg Hattinger, 31 agosto, Frisch Express, Pfaffstätt (*supplemento*)
Brigitte Rezongle Laty, 31 ottobre, Bell Frankreich, Salaison Polette
Rosemarie Seywald, 30 novembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Convenience

20 anni di servizio

Szabó Gáborné, 15 marzo, Eisberg Ungheria, Gyál (*supplemento*)
Paulo Dos Amjos Goncalves, 1° settembre, Hilcona, Schaan
Ronald Gisinger, 1° settembre, Hilcona, Schaan
Stefan Heim, 1° settembre, Hilcona, Schaan
Gjergj Noshi, 1° settembre, Eisberg, Dällikon
Nazmi Basöz, 20 settembre, Hügli, Radolfzell
Ali-Haydar Turan, 27 settembre, Hügli, Radolfzell
Abraham Ess, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Adelina Fenoy, 1° ottobre, Hilcona Taste Factory, Landquart
Andreas Krenn, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Angelika Koch, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Juan Alonso Mouzo, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Oemer Suicmez, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Sonja Zueger, 4 ottobre, Hilcona, Schaan
Maria Allenspach, 1° novembre, Hügli, Steinach
Susanne Bochsler, 1° novembre, Eisberg, Dällikon
Bernd Gaechter, 1° novembre, Hilcona, Schaan
Albert Gotzmann, 1° novembre, Hügli, Radolfzell
Ulrike Studer, 1° novembre, Hilcona, Schaan
Ali Tedik, 1° novembre, Hilcona, Schaan
Markus Tusch, 1° novembre, Hilcona, Schaan
Wolfgang Mayer, 15 novembre, Hügli, Radolfzell

Le attuali offerte di lavoro
sono disponibili su:
bellfoodgroup.com/karriere

25 anni di servizio

Endrik Dallmann, 1° settembre, Hügli, Radolfzell
Claudia Rotter, 1° settembre, Hügli, Radolfzell
Brigitte Ruh, 1° settembre, Hügli, Radolfzell
Maria Torre-Kleer, 6 settembre, Hügli, Radolfzell
Manuel Francisco Calvo Lago, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Marilia Teixeira Carvalho, 1° ottobre, Hilcona, Schaan
Gabriele Sander, 10 ottobre, Hügli, Radolfzell
Maria Marques Mendes, 1° novembre, Hilcona, Schaan
Heinz Walther, 1° novembre, Hügli, Radolfzell
Norbert Hajesch, 8 novembre, Hügli, Radolfzell

30 anni di servizio

Fiore Franca, 14 settembre, Hügli, Radolfzell
Beat Bayer, 1° ottobre, Hügli, Steinach
Brigitta Benz, 1° ottobre, Hügli, Stienach
Michael Ogriseck, 2 ottobre, Hügli, Radolfzell
Monika Hiller, 23 ottobre, Hügli, Radolfzell

35 anni di servizio

Benno Eggenschwiler, 1° ottobre, Eisberg, Dällikon
Eva Mayer, 5 novembre, Hügli, Radolfzell
Margreth Huber, 15 novembre, Hilcona, Schaan

Pensionamenti

Ivanka Samardzic, 30 giugno, Hügli, Radolfzell (*supplemento*)
Stefka Marija Breuss, 30 settembre, Hilcona, Schaan
Maria Mumbi Gossen-Kameri, 30 settembre, Eisberg, Dällikon
Martha Kiener, 31 ottobre, Eisberg, Dällikon
Riccardo Alexandre Biaggi, 30 novembre, Eisberg, Dällikon

Pensionamento anticipato

Helen Heeb, 31 ottobre, Hilcona, Schaan

Deceduti

Szellár Tamás, 17 marzo, Eisberg Ungheri, Gyála (*supplemento*)
Karl Michalka, 11 maggio, Inter-Planing, Langenhaslach (*supplemento*)



Per l'atleta Simon Friedli, il lavoro è un hobby

IN ESTATE SOSTITUISCE IL BOB CON IL CUCCHIAIO DI LEGNO

Quando Simon Friedli appende la sua giacca da chef al chiodo nel mese di ottobre, i colleghi della Bell di Oensingen sanno che, nei prossimi mesi, non vedranno più il ventottenne in cucina, ma solo in televisione. Perché in questi mesi il professionista del bob corre sulle piste di ghiaccio di tutto il mondo. Poiché lo staff del ristorante per il personale è ben organizzato, la sua assenza per diversi mesi non rappresenta un problema. Per la gestione semplificata degli atleti olimpici, Bell ha persino ricevuto l'etichetta «Performance Sport Friendly Employer».

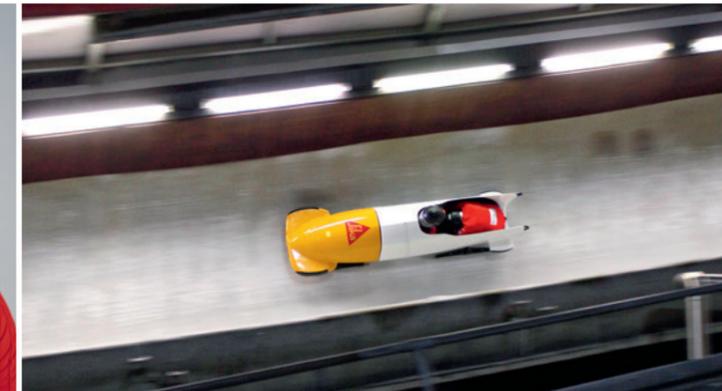
Identità

Nome: Simon Friedli

Attività presso Bell: Cuoco

Presso Bell dal: 2018

Età: 28



Oggi Simon Friedli è uno dei migliori piloti di bob in Svizzera, e questo grazie a una coincidenza. Da adolescente, si allenava con successo presso un'associazione di atletica leggera. Un giorno arrivò il pilota di bob Rico Peter. Stava cercando nuovi frenatori per la sua squadra, e ha trovato Simon Friedli. «Tutto è andato bene sin dall'inizio: il test delle prestazioni è stato eccellente, come il primo allenamento», racconta il gigante di Derendingen.

E così nel 2011, è diventato un frenatore nella squadra di Rico Peter e ha celebrato con lui numerosi successi. Tra questi, ricordiamo il terzo posto nel bob a quattro ai Campionati Mondiali 2016 a Igls, e il quarto posto alle Olimpiadi del 2018 a Pyeongchang.

Da ottobre ad aprile Simon Friedli è impegnato con allenamenti e gare. Fino a poco tempo fa, in questo periodo doveva anche preoccuparsi di trovare un lavoro per i mesi estivi. Oggi, grazie a Bell, può concentrarsi sul bob. Perché dallo scorso agosto lo chef qualificato appartiene allo staff del ristorante per il personale di Oensingen.

Anche se potrebbe sembrare che il lavoro di cuoco sia un hobby per Simon Friedli, lavorare per Bell è molto importante per lui. «È fantastico che tutto stia andando bene», afferma l'atleta. «Da un lato, il lavoro mi dà la sicurezza finanziaria. Dall'altro lato,

posso davvero rilassarmi al lavoro e pensare ininterrottamente al mio sport».

Pertanto non abbandona il bob neanche durante la stagione calda. Dopo il lavoro, ogni giorno sono previste due o tre ore di allenamento per la forza e la resistenza. Inoltre, lo scorso inverno si sono aggiunte anche le attività organizzative. Perché ha assunto la posizione di pilota e ora guida la sua propria squadra di bob a due. «È un po' come gestire una piccola azienda», afferma il 28enne. «Ad esempio, devo cercare sponsor o futuri talenti del bob».

Naturalmente, Simon Friedli ha anche stabilito grandi obiettivi per la sua carriera di pilota: insieme al frenatore Gregory Jones, ora deve continuare a raggiungere le massime prestazioni e acquisire ulteriori esperienze sulla scena internazionale. Infine, ci sono i prossimi Giochi olimpici invernali tra due anni e mezzo, e le migliori due squadre in Svizzera sono già state autorizzate per il viaggio a Pechino. «Anche la mia prima partecipazione alle Olimpiadi è stata un successo assoluto che non dimenticherò mai. Mi piacerebbe riviverlo ancora nel 2022», afferma Simon Friedli.

Quindi a breve andrà via dalla cucina bollente per raggiungere la pista ghiacciata. La divisione dei compiti in sua assenza può essere pianificata con largo anticipo grazie ai tempi stabiliti. I suoi colleghi di Oensingen, nel frattempo, incrociano le dita per lui davanti alla televisione e sperano di ascoltare molte storie di successo al suo ritorno in primavera. • *mr*



Recentemente ha assunto la posizione di pilota e ora guida la sua propria squadra.

Datore di lavoro a favore dello sport agonistico

Per dare agli atleti come Simon Friedli una giusta opportunità nel mercato del lavoro svizzero, la federazione Swiss Olympic e il fornitore di servizi per il personale The Adecco Group Switzerland hanno sviluppato l'etichetta «Performance Sport Friendly Employer». Le aziende che ricevono questa etichetta consentono pertanto agli atleti di acquisire esperienza lavorativa e di costruire un secondo punto d'appoggio. Grazie alla flessibilità, ad esempio, nell'orario di lavoro che i datori di lavoro possono offrire, vengono ricompensati con dipendenti motivati, determinati e tenaci.

Uno sguardo dietro le quinte della pulizia aziendale nel Bell Food Group

Ambiente pulito – produzione salubre

Condizioni igienicamente perfette nei locali di produzione ci consentono di garantire prodotti sicuri e di alta qualità. Sia che si tratti di insalata, pasta, carne o spezie, è necessario pulire dappertutto; a seconda dello stabilimento si possono notare alcune differenze.



tempo di applicazione, temperatura dell'acqua e tecnica di pulizia è fondamentale. A seconda della complessità delle attrezzature, la pulizia può richiedere da una a sei ore. Sono necessarie molte conoscenze, soprattutto perché alcune attrezzature devono essere smantellate per una corretta pulizia.

A seconda dello stabilimento, tuttavia, ci sono alcune differenze nel processo di pulizia. Presso Bell, le grandi attrezzature vengono pulite di notte, soprattutto dopo la fine della produzione, a cui si aggiungono numerose pulizie intermedie al giorno, poiché Bell, come Hilcona, non ha strutture autopulenti, ma la maggior parte delle attrezzature vengono pulite a mano.

Presso Eisberg, invece, la produzione fresca giornaliera significa che la fine della produzione varia notevolmente a seconda del processo di produzione e che le pulizie devono essere adeguate di conseguenza. Il team di pulizia lavora pertanto in maniera molto flessibile.

Presso Hilcona e Hügli, frequenti cambi di ricetta e di prodotto richiedono numerose pulizie intermedie. Queste garantiscono che non ci sia nessuna mescolanza tra le varie ricette. A differenza di Hilcona, presso Hügli, la maggior parte delle pulizie non viene eseguita con acqua, ma con l'aspirapolvere. • sh

Per la produzione di prodotti sicuri e di alta qualità, è essenziale un'accurata pulizia e disinfezione delle attrezzature e dei locali di produzione. Che si tratti di insalate, pasta, carne o spezie, la corretta pulizia riduce il rischio di contaminazione microbologica e la cosiddetta contaminazione crociata, ad esempio da allergeni. Quando si utilizzano materie prime fresche come frutta o verdura, tuttavia, è necessario anche rimuovere dai locali corpi estranei, come sabbia o terra.

I programmi di pulizia determinano quando bisogna effettuare la pulizia, quali attrezzature devono essere pulite e quali mezzi devono essere utilizzati. Soprattutto nella pulitura a umido, la combinazione tra detergente,

Una corretta pulizia garantisce condizioni igienicamente perfette.

Per un articolo più dettagliato, consultate:

www.bellfoodgroup.com/stories/clean