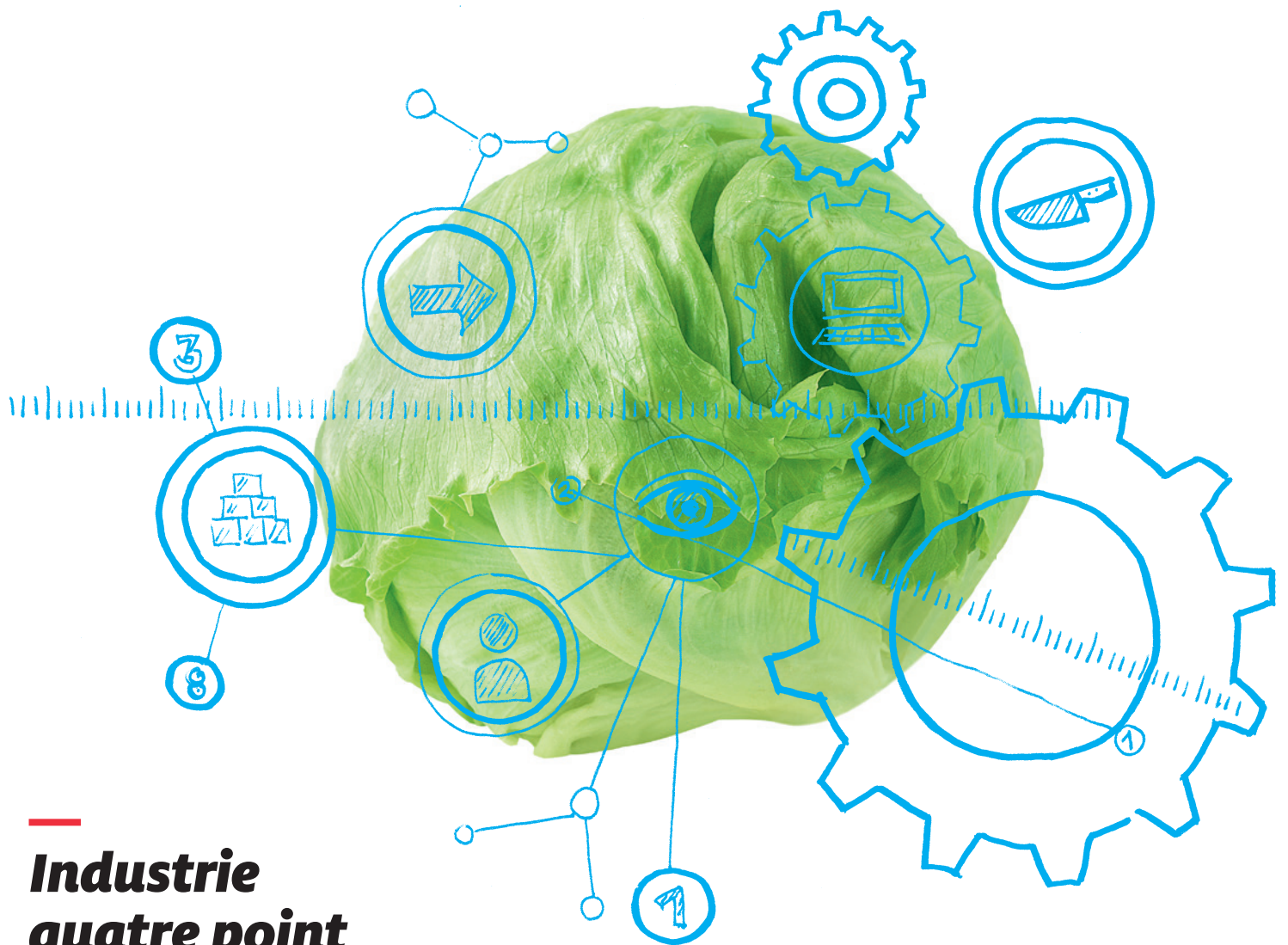


# LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

01 2020



**Industrie  
quatre point  
quoi?**

# Une bonne année malgré tout

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Pour Bell Food Group, 2019 a été une année difficile : le volume de vente et le chiffre d'affaires ont été légèrement inférieurs à l'année précédente, tandis que le bénéfice a presque été divisé par deux, atteignant seulement 49,6 millions de francs. Cela dit, ce résultat est marqué par toute une série d'effets extraordinaires, qui ont eu un impact majeur sur les affaires de Bell Food Group. La réorganisation de Bell Allemagne, avec la vente des activités des produits de charcuterie échaudés, l'augmentation considérable du prix de la viande de porc en Europe, due à la peste porcine africaine, ainsi que les frais de démarrage des nouveaux sites de production, à Marchtrenk et Fuensalida, se sont traduits pour l'année dernière par un coût total de plus de 53 millions de francs.

Le point positif, ce sont les progrès opérationnels que nous sommes parvenus à réaliser dans tous les domaines d'activité. Chez Bell Suisse, nous avons réussi à améliorer le résultat grâce à une gestion efficace des coûts, mais aussi grâce aux mesures d'optimisation des processus amorcées l'année précédente. Cette année, nous entendons nous concentrer sur le gain de parts de marchés dans les secteurs Retail et Food Service.

Chez Bell International, l'année a été difficile en raison, d'une part, de la situation affectant les matières premières et, d'autre part, de la réor-

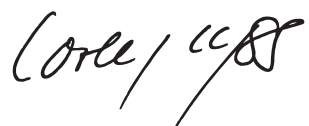
ganisation à l'œuvre en Allemagne. Toutefois, nous sommes persuadés qu'avec le recentrage sur les spécialités de jambon cru allemandes et internationales, nous sommes bien placés pour consolider notre positionnement, déjà très fort sur ce segment. Au sein des divisions Europe Ouest/Est et Hubers/Sütag, les progrès opérationnels n'apportent également que du positif.

Quant au domaine d'activité Convenience, il a poursuivi sa croissance grâce à un assortiment de produits innovants. Il est même parvenu à renforcer sa présence en Europe en 2019. Cette année, nous entendons continuer sur cette voie et conquérir de nouvelles parts sur le marché Convenience en Europe, en nous appuyant sur les nouvelles capacités de production de Marchtrenk, en Autriche, et de Bad Wünnenberg, en Allemagne.

Pour moi, il est éminemment positif que nous soyons parvenus, après un début d'année plutôt morose, à monter en régime progressivement et à décoller véritablement au second semestre. Cela montre bien que nos mesures stratégiques nous mettent sur la bonne voie.

Mais tout cela, chères collaboratrices et chers collaborateurs, c'est aussi grâce à vous. J'aimerais donc profiter de l'occasion qui m'est donnée ici pour vous remercier pour votre investissement. Cette année, je suis convaincu que nous réaliserons de nouvelles avancées. Je me réjouis par avance de relever avec vous les défis qui nous attendent.

Lorenz Wyss  
Président de la direction générale du groupe




## Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 Un résultat annuel marqué par des effets extraordinaires**  
Entretien avec le directeur financier Xavier Buro
- 6 La plus grande chambre froide du Bell Food Group**  
Nouvelle chambre froide pour Oensingen
- 8 Think, act, be safe!**  
Sensibilisation à la cybersécurité : dix règles pour une utilisation sûre des outils numériques

En bref

- 10 Le meilleur des deux mondes**  
Refonte des marques Hügli
- 11 Davantage d'espace pour davantage de produits**  
Eisberg augmente ses capacités en Hongrie

Immersion dans...

- 12 Aux petits soins pour ses petits sachets**  
Hügli Redditch : près de 40 ans d'expertise en « aliments fonctionnels »

Article de couverture

- 14 Industrie quatre point quoi ?**  
Sur la voie de l'usine connectée

Notre monde de saveurs

- 18 La fraîcheur à table**  
Les nouvelles saveurs printanières de Bell
- 21 Une gamme toute de saveurs**  
Nouveaux jus de fruits et smoothies Eisberg
- 22 La salade a la cote.**  
Du rôle secondaire au rôle principal

Travailler pour Bell Food Group

- 24 « Une bonne formation est très importante pour moi ! »**  
Un apprenti de Bell sur la glace pour l'équipe U-17 de l'EHC Basel
- 26 Prévenir plutôt qu'ignorer**  
Sensibilisation à la question de l'intervention précoce

Anniversaires de service

- 28 Anniversaires de service**  
LOOK! félicite toutes celles et ceux qui fêtent un anniversaire de service de mars à mai 2020

Notre hobby

- 30 Une communauté très active**  
Le club de sport Hügli de Steinach existe depuis plus de 40 ans

Ainsi va la qualité

- 32 Hilcona ne rejette que de la vapeur d'eau**  
Neutralité CO<sub>2</sub> grâce à la récupération de chaleur à Schaan

Comment trouvez-vous notre magazine interne ?  
Participez à notre enquête et donnez-nous votre avis.



[www.bellfoodgroup.com/look](http://www.bellfoodgroup.com/look)

**Mentions légales** Revue du personnel de Bell Food Group, 4 éditions par année, n° 1/2020, mars 2020, 26<sup>e</sup> année.

Éditeur : Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse : Bell Suisse SA, rédaction Bell LOOK1, case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse.

Tél. +41 58 326 2547, fax +41 58 326 2114, [bell.news@bellfoodgroup.com](mailto:bell.news@bellfoodgroup.com), [www.bell.ch](http://www.bell.ch). Équipe rédactionnelle : Fabian Vetsch (fv), direction, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl), assistance à la rédaction : Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Mise en page et composition : oblògrafik, Olten, Suisse. Traitement des images : Proacteam AG, Allschwil, Suisse.

Impression : Druckerei Riebelmann, Lohne, Allemagne, Werner Druck & Medien AG, Bâle, Suisse. Imprimé sur papier FSC.



Entretien avec le directeur financier Xavier Buro

# Un résultat annuel marqué par des effets extraordinaires

Depuis le mois de juillet 2019, Xavier Buro est le directeur financier de Bell Food Group. Dans un entretien accordé à LOOK!, il explique comment il analyse le résultat annuel (son premier depuis son arrivée chez Bell Food Group) et en quoi les effets extraordinaires de l'année précédente ont joué un rôle décisif.

**Monsieur Buro, comment jugez-vous le résultat annuel de Bell Food Group ?** Quand on regarde les chiffres, le résultat ne semble pas satisfaisant. Cela dit, en 2019, il y a eu toute une série d'effets extraordinaires qui ont influé négativement sur le résultat.

**Vous parlez d'effets extraordinaires. De quel ordre étaient-ils ?** En 2019, le résultat de Bell Food Group a été marqué par trois effets extraordinaires majeurs : la réorganisation en Allemagne – avec la vente des activités des produits de charcuterie échaudés et la réaffectation du site de Bad Wünnenberg –, la forte augmentation des prix de la viande de porc en Europe et, enfin, les coûts de démarrage des nouvelles usines, notamment celle de Marchtrenk.

**Dans quelle mesure ces effets extraordinaires ont-ils affecté le résultat ?** Abstraction faite des chiffres bruts, ils ont fortement impacté l'évolution des résultats annuels. En 2019, nous avons réalisé un bénéfice d'environ 50 millions de francs. Cela représente nettement moins que l'année précédente. L'année dernière, les effets extraordinaires nous ont coûté près de 54 millions de francs, dont environ 38,5 millions pour la réorganisation en Allemagne (le plus gros poste). Autrement dit, sans ces effets extraordinaires, le bénéfice aurait été d'environ 104 millions de francs, soit nettement plus qu'en 2018.

**À quoi sont dus ces effets extraordinaires ?** Sur l'exercice précédent, il faut distinguer des facteurs internes et externes. L'augmentation du prix de la matière première pour la viande de porc, par exemple, est un phénomène sur lequel nous n'avons pas d'influence directe. La volatilité du prix des matières premières fait partie de notre quotidien et nous y sommes préparés. Cela dit, quand la peste porcine africaine s'est déclarée en Chine, les pays d'Extrême-Orient sont devenus tellement demandeurs de viande de porc européenne que les prix se sont envolés. Sur un marché où la concurrence est rude, il faut du temps pour s'adapter, ce qui a affecté notre résultat annuel.

**Et pour les autres effets extraordinaires ?** Les autres effets extraordinaires constituent, pour ainsi dire, des effets « maison ». La réorganisation en Allemagne, de même que la construction de nouveaux sites de production, constituent des décisions stratégiques de l'entreprise. Elles s'inscrivent dans une perspective de moyen terme, voire de long terme. Malheureusement, sur le court terme, l'exemple de la réorganisation montre que ces décisions

peuvent être douloureuses et produire des effets négatifs dont on se passerait bien, comme une suppression de postes ou une hausse des coûts. La vente d'un pan de l'entreprise se traduit aussi par une perte de chiffre d'affaires. La réaffectation d'un site, comme à Bad Wünnenberg, produit le même effet. Quant aux nouveaux sites de production, malgré tout l'investissement dont fait preuve le personnel local, ils demandent toujours un certain temps avant d'atteindre le niveau de productivité prévu.

**Quelles conclusions en tirez-vous ?** On peut en conclure que les chiffres de fin d'année ne suffisent pas toujours à expliquer si on a bien réussi ou pas.

**Vous voulez dire que le résultat de 2019 est meilleur qu'il n'y paraît ?** Oui, tout à fait. On peut dire ça comme ça. Si l'on met de côté les effets extraordinaires, nous nous sommes améliorés dans tous les domaines d'activité. Nous sommes restés sur la bonne voie dans notre domaine historique, c'est-à-dire la viande et la charcuterie, et nous avons poursuivi notre croissance dans le domaine Convenience. Par ailleurs, nous avons nettement progressé au second semestre. Pour moi, tout cela est très positif, même s'il nous reste encore beaucoup à faire en 2020.

**Qu'attendez-vous de l'exercice ?** Nous avons pris un certain nombre de décisions stratégiques qui me semblent importantes pour l'avenir. Je pense notamment à la vente des activités des produits de charcuterie échaudés et au recentrage sur le jambon cru en Europe, au développement des capacités de production pour les articles Convenience en Allemagne et en Autriche, à la nouvelle organisation structurelle de Bell Food Group et, enfin, aux mesures destinées à renforcer notre position de leader en Suisse. Je suis persuadé que nous sommes sur la bonne voie et qu'en 2020, nous atteindrons nos objectifs jusqu'ici contrariés. • fv



Nouvelle chambre froide pour Oensingen

# LA PLUS GRANDE CHAMBRE FROIDE DU BELL FOOD GROUP

Le programme d'investissement dans les sites de production de Bell Suisse se poursuit. À Oensingen, plusieurs projets d'aménagement sont en cours, à commencer par une nouvelle chambre froide, dont la première pierre sera posée en avril 2020.

Suite à la réalisation de notre tout premier projet, consacré au parking couvert de Bâle en 2018, nous n'avons cessé de travailler d'arrache-pied pour mettre en œuvre les autres projets du programme d'investissement, destiné à moderniser les sites de production de Bell Suisse. L'une des priorités portait sur le site d'Oensingen qui va connaître de grands changements.

La construction d'une nouvelle chambre froide doit débuter prochainement. Le premier coup de truelle aura lieu au printemps 2020. Cette installation ultramoderne est destinée à remplacer ses devancières de Bâle, qui commençaient à devenir vieillissantes. Par

## Bien des changements sur le site d'Oensingen.

ailleurs, elle permettra de centraliser les capacités de stockage qui, aujourd'hui, faute de place, sont dispersées entre plusieurs sites externes. Outre la chambre froide proprement dite, d'une capacité de 35 000 pa-

lettes, la nouvelle construction intégrera différentes installations pour les processus amont et aval, notamment la surgélation et l'acclimatation des matières premières. Non seulement elle répond aux critères de rentabilité et d'efficacité les plus stricts, mais elle réduit aussi la consommation de ressources. L'impact sur l'environnement est nettement réduit : l'empreinte carbone, par exemple, est diminuée de moitié.

À Oensingen, d'autres projets d'aménagement sont programmés. Sur le secteur d'Holinden, il est prévu un parking couvert, un centre de tranchage et une plateforme de logistique et de distribution nationale. En ce qui concerne la Dünnerstrasse, les installations d'abattage et de traitement doivent être modernisées à moyen terme. Nous vous informerons de l'avancement de ces projets en temps voulu. • fr



### Holinden

- 1 | Centre de tranchage
- 2 | Plateforme de distribution
- 3 | Parking couvert
- 4 | Chambre froide

### Dünnerstrasse

- 5 | Abattoir pour bovins

Visualisation de la nouvelle chambre froide d'Oensingen.








Sensibilisation à la cybersécurité : dix règles pour une utilisation sûre des outils numériques


# Think, act, be saf

La cybersécurité a pour objectif de protéger les ordinateurs, les serveurs, les appareils mobiles, les systèmes électroniques, les réseaux et les données contre les attaques de personnes malveillantes. En tant que collaboratrices et collaborateurs, nous pouvons y apporter une contribution importante. En respectant les dix règles de la cybersécurité, nous protégeons non seulement notre entreprise, mais aussi – invariablement – nos données personnelles. • sh



**1. Gestion des mots de passe** ✕

Vos mots de passe sont strictement confidentiels. Modifiez les mots de passe initiaux dès que vous les recevez, en utilisant des associations de lettres et de chiffres suffisamment sûres. N'utilisez JAMAIS le mot de passe de Bell Food Group pour des services Internet privés. Si vous soupçonnez une utilisation frauduleuse, modifiez immédiatement votre mot de passe.




**2. Cybercriminalité** ✕

Les fraudeurs essaient souvent d'extorquer des informations internes à l'entreprise par des contacts interpersonnels (piratage psychologique). Ils utilisent le téléphone, les réseaux sociaux ou les e-mails, et la supercherie passe le plus souvent inaperçue. Posez-vous toujours des questions si une demande inhabituelle vous parvient.




**4. Protection des données** ✕

Les données doivent toujours être correctement protégées, que ce soit au format papier ou au format électronique. Les services de sauvegarde privés (Google Drive, par exemple) ne respectent pas les critères de sécurité de Bell Food Group. L'utilisation de ce genre de média est donc interdite.



**3. Usurpation d'identité** ✕

Aujourd'hui, les attaques visant à obtenir des renseignements personnels – l'hameçonnage – touchent également la sphère professionnelle et peuvent, là encore, passer inaperçues. Traitez les e-mails d'expéditeurs inconnus ou d'origine douteuse avec la plus grande prudence. N'ouvrez jamais les liens ou les fichiers envoyés par un expéditeur que vous ne connaissez pas ou de qui vous n'attendez rien.




**5. Échanges de données** ✕

Les e-mails sont comme les cartes postales : ils peuvent être lus par des tiers. Il en va de même des pièces jointes. Pour l'envoi d'informations confidentielles, utilisez donc toujours les services fournis par Bell Food Group (SharePoint ou FTAPI, par exemple).




**7. Logiciels malveillants** ✕

N'utilisez pas de supports de stockage externes (clés USB, par exemple) dont vous ne connaissez pas la provenance. Utilisez toujours exclusivement les logiciels fournis par Bell Food Group. Veillez à ce que les appareils des visiteurs ne se connectent à Internet que par l'intermédiaire du wi-fi fourni par Bell Food Group.




**10. Un doute ?** ✕

Vous avez un doute au sujet d'un ou plusieurs de ces points ? N'hésitez pas : adressez-vous directement à votre service d'assistance informatique local. Mieux vaut trop de prudence que pas assez.



**6. Sécurité des données** ✕

Enregistrez vos données sur les services fournis par Bell Food Group (SharePoint, par exemple), lesquels sont synchronisés à des fins de sécurité.



**8. Vol** ✕

Les ordinateurs portables, les smartphones et les tablettes présentent un fort risque de vol et ne doivent pas être laissés sans surveillance. Protégez-les contre les accès non autorisés en utilisant un code PIN, une empreinte digitale ou tout autre dispositif similaire.



**9. Smartphone** ✕

Votre smartphone recèle des données sensibles qui peuvent être lues de manière systématique par des applications. Ne téléchargez des applications que sur les App Stores officiels. Accordez-leur le moins d'autorisations possible et utilisez exclusivement des réseaux wi-fi dignes de confiance et chiffrés.



Familie  
**Vogeley**  
1892

**INFINITELY  
SWEET**



Refonte des marques Hügli

## Le meilleur des deux mondes

*Une identité visuelle inédite, des assortiments réorganisés... Depuis le printemps, les marques Hügli et Vogeley présentent un nouveau visage à leur clientèle. Cela permet à ces deux marques phares de Hügli de s'inscrire dans une dynamique d'avenir.*

Peut-on concilier un nouveau look et une identité reconnaissable? Hügli le prouve. La fameuse soupière figurant sur les produits s'est transformée en un logo rond et moderne tout en conservant les mêmes couleurs. L'élément clé est constitué par la flamme centrale qui symbolise non seulement les fourneaux des grandes cuisines du monde, mais aussi la dévotion de Hügli à ses produits et à ses clients.

Parallèlement au renouvellement de l'identité visuelle de la marque, Hügli a également restructuré son assortiment. L'absorption de la marque « Supro » s'inscrit dans cette démarche. « Nous nous sommes penchés sur toutes les recettes, puis nous avons conservé le meilleur des deux mondes », se réjouit Carolin Garbe, responsable du marketing international Food Service chez Hügli.

Il en résulte quatre lignes de produits, parfaitement adaptées aux attentes des différents groupes cibles. L'assortiment « Premium » s'adresse au secteur de la restauration au niveau d'exigence très élevé. La gamme « Selektion » offre un grand choix de plats issus de la cuisine traditionnelle. La ligne « Menu » allie un caractère très fonctionnel et un bon rapport qualité/prix pour les cantines, les traiteurs et restaurants à gros volumes. Quant aux produits « Pure », ils constituent une offre spécifique pour l'alimentation des personnes aux besoins spéciaux, notamment en hôpital ou en maison de retraite.

En ce qui concerne les desserts, le nouvel assortiment Vogeley offre également plus de clarté. Pour ce qui est du logo, les responsables



ont opéré des modifications discrètes. « Nous sommes fiers de la longue histoire de la marque. C'est pourquoi l'année de création (1892) occupe une place de choix sur le nouveau logo », précise Carolin Garbe.

Le renouvellement de la présentation et la restructuration de l'assortiment aident les commerciaux de Hügli à vendre les produits. L'entreprise s'adapte aussi aux modifications des habitudes de la clientèle qui apprécie de plus en plus de pouvoir acheter le plus grand nombre possible de produits au même endroit. En effet, le commerce de gros représente un canal de distribution dont l'importance va croissant. La présentation homogène et le re-centrage sur quelques marques facilitent le repérage et améliorent la reconnaissance des produits en rayon.

Il a fallu un an de travail à l'équipe Category Management internationale en charge de la refonte pour élaborer les nouveaux designs et rationaliser les assortiments. Elle a été secondée, entre autres, par le Brand Management, par les Culinary Advisors et par les développeurs produits.

Le résultat a été présenté en avant-première aux visiteurs du salon Intergastra, qui s'est tenu à Stuttgart à la mi-février. À présent, le nouveau visage des produits va être dévoilé à la clientèle petit à petit, mesures marketing à l'appui. Une grande campagne de lancement est également prévue en Autriche pour Vogeley, où la marque fait ses débuts. • mr

Eisberg augmente ses capacités en Hongrie

## Davantage d'espace pour davantage de produits

*Afin de répondre aux besoins croissants de la clientèle hongroise, Eisberg agrandit son site local de Gyál. Un nouveau bâtiment annexe doit être mis en service à la mi-2020.*



Les produits Convenience constituent une tendance depuis longtemps au sein de l'espace germanophone. Cette tendance se propage aujourd'hui au marché hongrois, où la clientèle est de plus en plus demandeuse de produits largement préparés.

Leader hongrois du marché des salades fraîchement coupées, Eisberg entend désormais élargir sa gamme de produits afin de répondre à l'augmentation des besoins. D'ici mi-2020, le site de production de Gyál sera complété par un nouveau bâtiment annexe qui accueillera des lignes supplémentaires (barquettes de salade, verrines de fruits et plats avec salade). L'annexe comportera,

entre autres, une zone de conditionnement moderne, un entrepôt plus grand, mais aussi davantage d'espace pour les parties laboratoire et bureaux. Un réaménagement des anciens secteurs de production est également prévu. Ainsi, les nouvelles lignes Convenience s'intégreront parfaitement aux processus qui pourront être rationalisés et gagner en efficacité. Par ailleurs, la nouvelle surface d'exploitation fera baisser les coûts de stockage externe, ce qui ouvrira de nouvelles perspectives en ce qui concerne le LEAN et l'industrie 4.0. L'exploitation du bâtiment annexe débutera à la mi-2020. • sh



Hügli Redditch : près de 40 ans d'expertise en « aliments fonctionnels »

# Aux petits soins pour ses petits sachets

L'année dernière, le site Hügli de Redditch, en Grande-Bretagne, a fabriqué 57 millions d'articles. Pourquoi ce chiffre record ? Parce que l'usine s'est spécialisée principalement dans les sachets dosés. Ces derniers contiennent non seulement des soupes et des mélanges de condiments, mais aussi de nombreux « aliments fonctionnels », autrement dit des aliments à valeur ajoutée.

« Si nous mettions bout à bout tous les sachets dosés que nous produisons en une année, ils iraient théoriquement du portail de l'usine de Redditch jusqu'aux célèbres lettres du mot Hollywood à Los Angeles », ironise Chris Hurt.

**Depuis 2008, l'usine de Redditch appartient au groupe Hügli.**

Bien entendu, le directeur général de Hügli au Royaume-Uni a de bien meilleures idées pour les aliments qui sortent de son usine. Alors que les soupes, les sauces et les condiments ont uniquement vocation à être dégustés, une grande partie des mélanges

possèdent des fonctions supplémentaires. Ils aident, par exemple, à perdre du poids, à compenser les carences d'origine malade ou encore à compléter l'alimentation des sportifs. Les sachets dosés très pratiques dont l'usine s'est fait une spécialité améliorent la commodité déjà élevée des produits.

Qu'il s'agisse d'aliments conventionnels ou d'« aliments fonctionnels », la plupart des produits sont fabriqués pour les marques distributeurs des clients britanniques par une centaine d'employés. Une petite partie est vendue dans les commerces de gros et de détail sous les marques Hügli et Granovita (la marque Hügli dédiée aux aliments végétariens et végétans).

L'usine a été ouverte en 1981. Depuis 2008, elle appartient à Hügli qui n'a cessé d'investir dans le site depuis le début. En 2010, par exemple, une annexe a été ajoutée au bâtiment existant, multipliant la surface par deux.

Les « aliments fonctionnels » ont fait partie de l'assortiment de Redditch dès le départ. Aujourd'hui, ils comptent pour environ la moitié de la production. Leur fabrication est très complexe et nécessite les plus grands soins.

« Le profil nutritif, le goût et la texture doivent être les mêmes d'un sachet à l'autre », souligne Richard Bailey, le directeur com-



mercial de Hügli au Royaume-Uni. « Pour le garantir, nous vérifions la teneur en micronutriments dans notre laboratoire dès le premier lot. Les étapes de production suivantes seront aussi étroitement surveillées afin d'assurer une qualité constante ».

**Parmi les tendances d'avenir figurent les produits au chanvre ou au collagène.**

Par ailleurs, les « aliments fonctionnels » sont soumis à des exigences spécifiques. Les « shakes », en tant que substituts de repas, doivent respecter certaines normes européennes.

La composition des poudres pour sportifs, quant à elle, doit être conforme aux prescriptions de l'Agence mondiale antidopage (AMA). « Souvent, nos clients imposent leurs propres exigences aux produits que nous fabriquons pour leur compte. Ils souhaitent, par exemple, des variantes véganes ou protéinées ou encore des ingrédients respectant certains critères de bien-être animal », précise Richard Bailey.

À l'avenir, cet expert en « aliments fonctionnels » voit d'autres tendances se dessiner, notamment des ingrédients comme le chanvre, le cannabidiol ou le collagène. Quoi qu'il en soit, le site Hügli de Redditch est bien armé pour faire face à l'augmentation de la demande d'aliments à valeur ajoutée. Cette usine de 9 000 mètres carrés a produit quelque 3 800 tonnes de mélanges divers et variés au cours de l'année dernière, et il lui reste de la marge : ses lignes pourraient fabriquer jusqu'à 5 000 tonnes de poudres.

Qui plus est, elle a anticipé depuis bien longtemps un élément très important : « le brexit ? On n'en connaîtra sans doute les effets qu'à la dernière minute. Depuis deux ans, nous nous préparons donc à différents scénarios », conclut Chris Hurt. • *mr*



Sur la voie de l'usine connectée

# INDUSTRIE QUATRE POINT QUOI ?

Les noms compliqués cachent parfois des thèmes passionnants. L'« industrie 4.0 » en est la preuve. En bref, cette notion désigne le passage à des systèmes numériques et connectés. Cela vous semble ennuyeux ? Il n'en est rien ! LOOK! a mené l'enquête pour découvrir les possibilités insoupçonnées qu'offre cette 4<sup>e</sup> révolution industrielle.

Le matin, chez la famille Kluge, c'est toujours un peu la course jusqu'au moment du départ de la maison. Auparavant, lors de sa première pause café au bureau, Monsieur Kluge se demandait souvent si

**Dans l'« industrie 4.0 » l'« Internet des objets » joue un rôle central.**

la dernière personne à avoir pris sa douche avait bien baissé le chauffage, ou encore si toutes les fenêtres de toit étaient bien fermées.

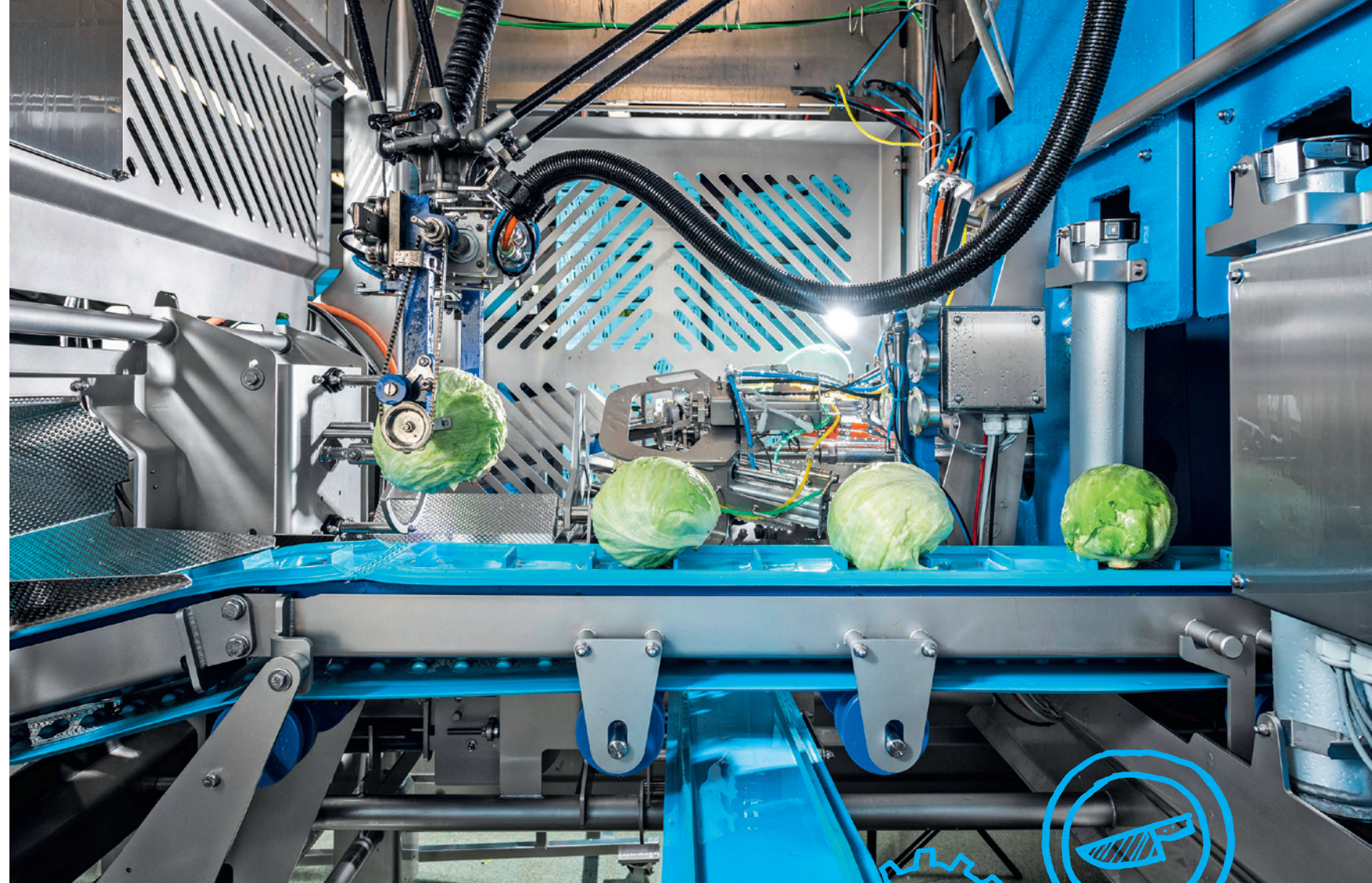
Aujourd'hui, une application pour smartphone dédiée à sa « maison connectée » lui donne la réponse à toutes ces questions. Mais ce n'est pas tout : grâce à elle, il peut aussi éteindre à distance les appareils qui consomment de l'énergie inutilement, et même éviter les flaques d'eau sur le parquet.

Madame Kluge a également un souci de moins : depuis que sa famille a équipé le logement de sa mère, dans la localité voisine, elle reçoit un message sur son téléphone

portable si sa maman, devenue fragile, n'a pas ouvert ses volets roulants le matin, ou si la lumière est restée allumée toute la nuit. En cas d'urgence, elle peut réagir rapidement et venir en aide.

La famille Kluge et Bell Food Group ont un point commun : tous deux misent sur des solutions numériques et connectées pour rendre le quotidien plus facile. Dans l'industrie, on parle de quatrième révolution industrielle. Lors de la troisième phase, il n'était encore question que d'automatisation. Aujourd'hui, à l'ère de l'« industrie 4.0 », tout tourne autour de l'« Internet des objets ». Ce dernier permet une large interconnexion des systèmes, et même une communication autonome entre eux. À cela s'ajoutent des technologies toujours plus intelligentes, voire douées d'apprentissage.

« En production, le développement du numérique n'est pas une fin en soi, mais il nous apporte une vraie valeur ajoutée », explique Markus Ettlin, responsable de l'industrie 4.0 et de l'automatisation chez Bell Suisse. « L'automatisation et l'interconnexion des processus peuvent nous aider pour de nombreuses étapes de fabrication, tout en améliorant l'efficacité et



L'étroneuse « CoreTakr » d'Eisberg Suisse élimine les trognons de salade automatiquement.

la flexibilité. Le recours aux nouvelles technologies a toujours pour but de rendre le travail plus facile, et non de remplacer le personnel ». Il y a deux ans, Bell s'est engagé sur la voie de l'usine connectée. L'une des premières problématiques consistait à harmoniser les systèmes existants. En effet, comme pour les maisons connectées, seule une norme unique permet d'interconnecter les différents éléments et de les gérer de manière centralisée.

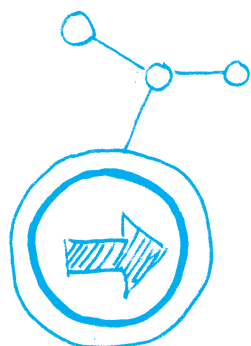
« Chez Bell Suisse, nous avons défini une norme, puis mis au point une plateforme d'intégration utilisable par toutes les usines », précise Markus Ettlin. Cette plateforme offre de multiples possibilités aux usagers pour la surveillance des systèmes et l'analyse des processus de fabrication.

**Seule une norme unique permet l'interconnexion.**

Une machine pour éliminer les trognons de salade

Les salades Eisberg possèdent par nature des tailles et des formes diverses. Pour les traiter malgré tout de manière entièrement automatique, l'usine Eisberg autrichienne de Marchtrenk utilise une machine innovante. À l'aide de caméras 3D, un bras robotisé positionne la salade de manière à ce que l'outil de coupe puisse éliminer le trognon. Les lames sont désinfectées automatiquement après chaque opération, ce qui améliore l'hygiène par rapport au travail manuel.

Grâce aux images et aux données enregistrées, couplées à l'intelligence artificielle, la machine ne cesse d'apprendre : elle s'améliore constamment en termes de précision et de rapidité.









Les nouvelles saveurs printanières de Bell

# La fraîcheur à table

Des salamis raffinés, des burgers délicieux, des plats de pâtes originaux, des infusions rafraîchissantes – Chez Bell Food Group, la nouvelle décennie débute avec toute une gamme de saveurs. Au printemps, pour manquer d'inspiration en cuisine, il faudra le faire exprès !

## Bell Suisse : fromage d'Italie hot&cold

Chaud et doré, froid sur une tranche de pain... Le nouveau fromage d'Italie hot&cold se prête à tout. Pour satisfaire les inconditionnels de cette spécialité, Bell lance en ce début d'année deux déclinaisons destinées au commerce de détail suisse : une version classique à base de porc et de bœuf et une autre au poulet. Les personnes qui préfèrent manger chaud peuvent les passer au four, et même les faire joliment dorer.



**Le nouveau fromage d'Italie hot&cold proposé par Bell Suisse se prête à tout.**

## Bell Suisse : aiguillettes de poulet au sel et au poivre

À partir de la mi-avril, les bonnes choses iront par trois, du moins en ce qui concerne les toppings Bell. Avec les aiguillettes de poulet « Salt & Pepper », la clientèle suisse bénéficiera d'une nouvelle variante savoureuse pour agrémenter les soupes, les salades ou les pizzas. Ces aiguillettes très tendres, issues de viande suisse de qualité supérieure, se dégustent aussi bien froides que chaudes, tout comme les deux produits d'ores et déjà disponibles au sein de l'assortiment : « Herbs » et « Honey ».



## Bell Suisse : burgers haut de gamme à base de bœuf de race d'origine suisse

Les morceaux de bœuf d'origine suisse, rigoureusement sélectionnés, donnent un goût unique aux nouvelles variantes de burgers proposées par Bell. Le secret ? Un élevage respectueux des animaux, mais aussi une alimentation naturelle, composée principalement de lait maternel, d'herbe et de foin. Les deux produits, « Angus » et « Simmentaler », ne sont ni hachés trop finement, ni relevés. Bref, le plaisir du burger à l'état pur, au rayon surgelés.



## Hilcona : de nouveaux plats de pâtes originaux pour la clientèle foodservice

Depuis peu, Hilcona propose de nombreuses nouveautés à sa clientèle foodservice. Parmi elles figurent notamment des produits aux formes inédites, comme les nouveaux raviolis aux épinards en forme de cœurs. Non seulement ils sont beaux mais, en plus, ils sont totalement végans. Il en va de même des nouveautés Agnolotti lentilles curry, Tortelli all'arrabbiata, Gnocchi et Spätzli. Elles s'adressent toutes aux personnes, de plus en plus en plus nombreuses, qui entendent supprimer les produits d'origine animale de leur alimentation. En parallèle, Hilcona étoffe son offre bio avec différentes recettes de pâtes. Toutes les nouveautés de cette gamme remplissent les critères très stricts du label bio Knospe.

**Les nouveaux raviolis aux épinards en forme de cœur commercialisés par Hilcona attirent immanquablement le regard.**



## Sylvain&CO : des Eaux botaniques rafraîchissantes et peu caloriques

Les nouvelles Eaux botaniques de Sylvain&CO ont toutes de sérieux atouts. Elles contiennent moins de 20 kilocalories et même pas 4 grammes de sucre.

**Les nouvelles Eaux botaniques de la marque Sylvain&CO sont très peu caloriques.**

Leur arôme raffiné est dû à des herbes d'origine régionale et biologique. Même la bouteille provient de producteurs locaux basés en Suisse. Ces infusions inédites, déclinées dans les parfums « ortie-tilleul », « romarin-cynorrhodon-mélisse » et « verveine citronnelle-menthe », arriveront au tout début du printemps dans les commerces suisses, pour une pause délicieusement rafraîchissante dès les premiers jours de chaleur.



### Bell Allemagne : les steaks Gourmet naturel en emballage écologique

Depuis la fin de l'année dernière, avec ses quatre variantes de steaks tendres, Gourmet naturel fait goûter non seulement la clientèle foodservice, mais aussi les clients finaux, aux délices de la viande de taurillon charolais d'origine France. L'une des nouveautés, en l'occurrence, est l'emballage écologique « FlatSkin ». Il utilise 75 % de plastique en moins par rapport aux emballages de viande classiques. Par ailleurs, le film et le carton se détachent et peuvent être éliminés séparément. Pour le lancement de sa ligne de steaks, Gourmet naturel inaugure un nouveau site Internet dont la nouvelle conception correspond bien au caractère haut de gamme de la marque.

Lien : [www.gourmet-naturel.com](http://www.gourmet-naturel.com)



### Bell Allemagne : jambon Abraham Serrano Reserva en tranches ultrafines

Le jambon Abraham « Serrano Reserva » est affiné pendant 12 mois. Cela lui laisse le temps de développer son arôme unique et sa fermeté fondante. Ces caractéristiques se marient particulièrement bien avec la découpe ultrafine que Bell Allemagne propose désormais en 2020. Quant à l'emballage transparent, il permet de voir intégralement les tranches finement découpées et librement disposées, rendant ainsi la présentation attrayante.



### Bell Pologne : de nouveaux salamis originaux

Les enquêtes le prouvent : la clientèle polonaise aime varier les plaisirs sur son pain. Les nouveaux salamis que Bell Pologne commercialise actuellement en supermarché tombent donc à pic. La ligne de produits comprend cinq variétés, à savoir des salamis aux olives, au poivre vert, aux noix et au bœuf, mais aussi un salami au bœuf à l'italienne relevé d'arômes méditerranéens. Toutes les variétés sont riches en viande et sans gluten.



### Bresc : de nouvelles recettes pour les produits à base de tomates

Depuis le début de l'année, les produits « Pomodoro Marinati » et « Tomaten-Bruschetta » de Bresc se différencient nettement. Les pots de tomates marinées contiennent désormais de plus gros morceaux : ils conviennent donc parfaitement pour les bars à salades ou les recettes italiennes. La Bruschetta, quant à elle, possède une structure un peu plus fine : elle est idéale pour étaler sur du pain. Par ailleurs, tous les produits de la filiale néerlandaise Hügli destinés à la clientèle foodservice possèdent désormais un emballage au design inédit et homogène. • mr



Nouveaux jus de fruits et smoothies Eisberg

## Une gamme toute de saveurs



*Manger suffisamment de fruits et légumes n'est plus un problème grâce aux nouveaux jus de fruits et smoothies Eisberg ! Les six variétés ont le goût du fruit fraîchement pressé – et ce, pendant presque tout un mois. Et cela grâce à un procédé innovant entièrement sans application de chaleur.*

Dorénavant, avec Eisberg, le goût et les vitamines sont mis en bouteilles. Les nouveaux smoothies et jus de fruits de ce spécialiste de la fraîcheur portent les noms de « Green Boost », « Tropical Charge », « Chia Burst », « Orange Crush », « Purple Power » et « Veggie Bomb ». Ils contiennent uniquement les meilleurs fruits et légumes, sont 100 % naturels et vegan. Avec leur durée de conservation de 28 jours, ils se conservent cinq fois plus longtemps que les jus de fruits et smoothies fraîchement pressés.

Une longue conservation obtenue grâce à un ingénieux procédé utilisé lors de la fabrication des nouvelles créations Eisberg. Les fruits et légumes sont d'abord pressés à froid et mis en bouteilles. Ces bouteilles sont ensuite placées dans une cuve haute pression où règne une pression de l'eau comparable à celle à 60 km en dessous du niveau de la mer. De cette manière, les germes sont tués alors que les composants sensibles sont conservés.

Cette méthode de conservation des aliments est appelée « High Pressure Processing » ou « HPP ». Contrairement aux jus pasteurisés qui sont chauffés, le goût et les vitamines sont ici préservés.

« La méthode « HPP » est un procédé déjà établi dans le secteur des jus de fruits », explique Martin Wohlwend, directeur Business Development/Communication. « Cette

technologie est également intéressante pour divers autres produits de commodité comme les soupes, les sauces, le houmous, ou encore le jambon et la charcuterie. »

Eisberg a lancé sa nouvelle gamme à la fin de l'année dernière. Les produits, pour l'instant commercialisés en Suisse, le seront peut-être prochainement en Autriche si le succès est au rendez-vous. Un lancement qui s'accompagne de présentations sur des salons et de dégustations de ces bombes de vitamines fruitées chez les clients existants et potentiels.

Avec ce nouveau concept, Eisberg s'adresse en priorité aux entreprises de restauration. Les boissons ont l'avantage notable de rendre inutile l'utili-

sation d'une machine à jus pour proposer aux clients des boissons au goût de fruits fraîchement pressés. Et bien sûr, il n'y a plus de machine à nettoyer et entretenir, ce qui demandait souvent bien du temps. Mais les produits sont bien entendus également intéressants pour le commerce de détail et la restauration rapide.

Le prix de l'innovation la plus délicieuse et la plus simple pour avoir sa ration quotidienne de fruits et légumes, est décerné sans conteste à Eisberg. • mr

**Avec ce nouveau concept, Eisberg s'adresse aux entreprises de restauration.**





Du rôle secondaire au rôle principal

# La salade a la cote

*Pour la salade, la page est tournée. Il y a une cinquantaine d'années, elle était un accompagnement peu considéré. Aujourd'hui, elle est devenue un plat principal apprécié. Eisberg a contribué à cette tendance. En effet, l'entreprise a été un précurseur des salades en sachet prêtes à manger.*

## La salade apporte davantage d'acide folique que d'autres légumes.

La salade se marie avec tout : du fromage sur un morceau de pain, un filet de poulet dans une barquette repas, une vinaigrette et des croûtons dans un saladier, et bien d'autres choses encore. Ses feuilles vertes et croquantes s'accordent parfaitement au style de vie actuel. Toutefois, il serait faux de croire que manger de la salade est juste l'un des phénomènes de mode du XXI<sup>e</sup> siècle. Dans l'Antiquité déjà, les hommes mangeaient des légumes crus, souvent assaisonnés d'huile, de vinaigre et de sel. En outre, le mot « salade » vient d'un mot latin – « salus » – qui veut dire « salé ». La salade a été cultivée en Europe centrale dès le VIII<sup>e</sup> siècle environ. Comme pour de nom-

breux autres aliments, les moines ont été des précurseurs en la matière. Jusqu'au milieu du XX<sup>e</sup> siècle, la salade était plutôt assimilée à un accompagnement. Aujourd'hui, elle fait figure de plat principal et se décline sous de multiples formes sur de nombreux menus.

Cela dit, l'acception du mot « salade » a fortement varié au fil des époques. Au Moyen Âge, par exemple, la petite angélique était souvent dans les assiettes, alors qu'aujourd'hui, elle est perçue comme une mauvaise herbe envahissante, à éliminer absolument. À l'inverse, la roquette, longtemps boudée à cause de sa saveur piquante, est devenue une variété à la mode. Le terme « salade » n'est pas non plus très précis. Ne parle-t-on pas de salade de fruits, ou encore de salade de saucisse ?

Les salades dont on mange les feuilles, quant à elles, se divisent en deux groupes : les laitues et les chicorées. La mâche et la roquette constituent des cas à part, qui se classent dans

## Les salades vedettes d'Eisberg

### Les hommes mangent des salades depuis l'Antiquité.

d'autres familles. Le groupe des laitues englobe la feuille de chêne ; celui des chicorées les endives. Toutes les variétés ont en commun d'être constituées d'environ 95 % d'eau, et donc de contenir très peu de calories.

La teneur nutritive de la salade fluctue d'une variété à l'autre. La chicorée, les endives et le radicchio sont réputés riches en vitamines et en minéraux. De nombreuses variétés apportent également davantage d'acide folique que d'autres légumes. Par ailleurs, les métabolites secondaires de la salade contribueraient à lutter contre l'hypertension, voire à prévenir le diabète et certains types de cancer.

Qu'elle provienne d'un étal du marché ou d'un sachet Eisberg très pratique, la salade doit être consommée aussi rapidement que possible après l'achat. Néanmoins, s'il vous arrive d'en oublier une au fond du réfrigérateur, voici une astuce toute simple faites tremper les feuilles flétries dans un saladier d'eau froide avec une cuillère à soupe de sucre et elles redeviendront croquantes en quelques minutes. • *mr*

### En été



#### Iceberg

Les amateurs de variétés croquantes apprécient ces salades vertes pommées qui ont donné son nom à l'entreprise Eisberg. Contrairement aux variétés plus fragiles de la même famille, cette salade supporte bien le transport et se conserve plusieurs jours sans s'abîmer dans le bac à légumes du réfrigérateur.



#### Frisée

Son apparence et son goût amer ne trompent pas : la frisée fait partie de la famille des chicorées. La consommation de ses feuilles extérieures est très bénéfique, car ces dernières contiennent de nombreuses substances amères qui favorisent le métabolisme.



#### Laitue

À une époque, la laitue désignait la salade à elle toute seule. Aujourd'hui encore, ses feuilles tendres n'ont rien perdu de leurs atouts. Elles sont plébiscitées par les personnes sensibles à leur alimentation. En effet, elles allient une grande quantité de fibres et une faible teneur en calories. Comme elle est très fragile, la laitue doit être consommée aussi rapidement que possible.

### En hiver



#### Mâche

Cette variété est un grand classique de l'hiver, car elle supporte sans problème des températures pouvant descendre jusqu'à -15 °C. Elle arrive en tête de toutes les salades pour ce qui est de la teneur en vitamine C.



#### Pain de sucre

Avec sa pointe d'amertume, elle rehausse souvent le goût des mélanges de salades. Elle est prisée pour ses effets positifs sur l'estomac et l'intestin. Qui plus est, elle se conserve bien.



#### Scarole

Cette plante robuste peut être récoltée jusqu'en décembre. Elle possède un goût amer. Elle se mange en salade, en légume (cuit à l'étuvée) ou en soupe avec d'autres ingrédients.



Un apprenti de Bell sur la glace pour l'équipe U-17 de l'EHC Basel

## « Une bonne formation est très importante pour moi ! »

Jan Reist joue au hockey sur glace depuis ses six ans. Dix ans plus tard, il fait partie de l'équipe espoir Elite de l'EHC Basel et détient une « Swiss Olympic Talent Card » remise aux talents particulièrement prometteurs.

Depuis l'été dernier, il est également apprenti au secteur informatique de Bell. En interview dans LOOK!, il explique avec Andreas Begré, directeur de la formation professionnelle chez Bell Suisse comment concilier apprentissage et sport de compétition.



**M. Begré, comment en êtes-vous venu à recruter pour la première fois comme apprenti un jeune sportif de haut niveau, en l'occurrence M. Reist ?** Nous avons depuis longtemps dans l'idée d'encourager des talents sportifs avec des offres de formation. Pour nous, cela fait partie de notre responsabilité sociale en tant que grande entreprise envers la société. Avec Jan Reist, ce souhait a été comblé de façon plutôt inattendue. Lors de l'entretien d'embauche, il n'avait en rien évoqué l'ampleur de son engagement sportif.

**Qu'est-ce qui vous avait retenu, M. Reist ?** Pour moi, la priorité était de trouver une bonne formation. Le sport venait après, c'est pourquoi je n'en avais pas parlé au cours du processus de recrutement. Une fois la réponse positive reçue, nous avons convenu que je pouvais continuer à jouer et à m'entraîner.

**M. Begré, avez-vous dû préparer spécialement l'embauche de M. Reist ?** Nous avons dû nous entendre au préalable avec ses parents, son entraîneur et sa fédération sportive pour fixer l'ensemble des points essentiels. Nous avons ensuite signé une convention annexe au contrat d'apprentissage. Il y est par exemple spécifié que Jan dispose de ses mardis après-midi pour s'entraîner.

**Comment arrivez-vous à conjuguer votre formation et le sport de compétition, M. Reist ?** Ce n'est pas toujours facile. Parfois, j'aimerais rentrer à la maison après le travail et passer du temps avec mes amis. Mais, ça fait aussi super plaisir. C'est surtout génial que tous les collègues soient si sympas et m'aident parfois quand le temps presse. Je me suis senti dès le début entre de bonnes mains, et ce, même si je suis le plus jeune de l'équipe du haut de mes 16 ans.

Jan Reist avec Andreas Begré, directeur de la formation professionnelle de Bell Suisse



**M. Begré, quel premier bilan tirez-vous, un peu plus de six mois après le début de l'apprentissage ?** Nous sommes tous très surpris de la rapidité et de la facilité avec lesquelles Jan s'est intégré chez nous. Je pense qu'il possède beaucoup de qualités qui sont aussi importantes au travail. Il est par exemple très organisé et sait qu'il faut se donner à fond pour réussir. On voit aussi tout de suite qu'il a un solide esprit d'équipe.

**Chez Bell, la formation de sportifs de haut niveau est-elle possible dans toutes les filières, M. Begré ?** La mise en place est sûrement plus simple dans le secteur administratif, car nous y avons plus de liberté dans les horaires de travail du fait du régime d'horaire flexible.

**M. Reist, quel est votre plus grand objectif sportif ?** Ce serait génial si je pouvais jouer un jour pour la National League.

**Que se passera-t-il s'il participait vraiment aux Jeux olympiques avec l'équipe nationale, M. Begré ?** Nous en serions très heureux et le soutiendrions de manière à ce que sa formation n'en souffre pas. • mr

« On voit tout de suite que Jan a un solide esprit d'équipe. »

Bell est une « entreprise formatrice favorable au sport de compétition »

Que Jan Reist soit un espoir prometteur du hockey sur glace, la « Swiss Olympic Talent Card » qu'il possède depuis août dernier, le prouve bien. Elle est remise aux athlètes talentueux par la « Swiss Olympic », l'association faitière du sport suisse et du Comité national olympique. La carte montre aux communes, écoles mais également aux employeurs potentiels que son détenteur est particulièrement digne d'encouragement compte tenu de sa carrière sportive prometteuse.

Les entreprises comme Bell qui proposent des places de formation à de tels talents, les aident à concilier vie professionnelle et carrière sportive. Pour ces entreprises, « Swiss Olympic » a lancé le label « Entreprise formatrice favorable au sport de compétition ». Pour l'obtenir, il faut remplir différentes conditions, avec notamment un programme flexible qui permet à l'athlète d'adapter ses horaires de travail en fonction de son entraînement sportif et de ses compétitions.

Avant l'embauche du jeune joueur de hockey sur glace, Bell n'était d'ailleurs pas novice en matière d'emploi de sportifs de haut niveau. Depuis deux ans, Simon Friedli, bobeur professionnel travaille comme cuisinier au restaurant du personnel d'Oensingen. Dans ce contexte, Bell avait déjà reçu le label « Employeur favorable au sport de compétition » également décerné par « Swiss Olympic ».







Sensibilisation à la question de l'intervention précoce

# PRÉVENIR PLUTÔT QU'IGNORER

Traiter sans attendre les situations professionnelles difficiles ou les problématiques privées. Trouver des solutions à temps et de manière concertée. Voilà les objectifs principaux de l'intervention précoce, qui fait partie intégrante de la gestion de la santé en entreprise. Les principes? Prévenir plutôt qu'ignorer. Agir et rechercher des solutions dans l'intérêt de tous.

Notre condition physique et mentale influe fortement sur nos performances professionnelles. Si nous dormons mal, nous trainons notre fatigue au travail toute la journée, mais il nous suffit de nous coucher plus tôt pour récupérer. Les autres tracas, quant à eux, ne se résolvent pas tous avec une bonne ration de sommeil. Les gros problèmes,

**S'ils s'inscrivent dans la durée, les gros problèmes peuvent avoir des répercussions sur la santé.**

comme les maladies, les situations professionnelles difficiles, les soucis financiers ou les difficultés d'ordre social, sont souvent difficiles à gérer et peuvent nuire à notre santé, surtout s'ils s'inscrivent dans la durée.

La plupart du temps, ils ne sont pas sans conséquences pour notre quotidien professionnel. Dans le pire des cas, nous ne pouvons plus assumer notre travail et cela se traduit par un arrêt. Après une interruption de plus de six mois, seule une personne sur deux parvient à réinvestir durablement son dernier poste,

comme les maladies, les situations professionnelles difficiles, les soucis financiers ou les difficultés d'ordre social, sont souvent difficiles à gérer et peuvent nuire à notre santé, surtout s'ils s'inscrivent dans la durée.

d'après ce que nous enseignent les statistiques. Après une pause de plus d'un an, les chances de réintégration n'atteignent plus que 20 %.

Voilà pourquoi il est si important de détecter et de traiter les problèmes très tôt. La gestion de la santé en entreprise fait la part belle à l'intervention précoce, c'est-à-dire à la détection rapide et au traitement confidentiel des problèmes que rencontre le personnel. Ainsi, les situations peuvent être gérées à temps et de manière concertée, ce qui, bien souvent, laisse davantage de marge pour trouver des solutions et permet d'obtenir des résultats plus facilement.

## Une détection active

Des observations d'anomalies ou des interprétations personnelles peuvent permettre une intervention précoce. Une personne de l'équipe est visiblement très démotivée et ses performances fluctuent? Des collaborateurs se mettent de plus en plus en retrait lors du travail ou du déjeuner et fuient les contacts sociaux? Un membre de l'équipe a soudain fréquemment besoin d'aide pour des tâches qu'il réalisait seul auparavant? Des changements d'ordre corporel ou personnel, des faits concrets ou des absences répétées peuvent être les indicateurs d'une situation difficile.

## Une marque d'estime

Faire le premier pas et proposer un entretien confidentiel à un membre de l'équipe demande toujours un certain effort sur soi-même. En définitive, il est possible que la personne concernée refuse le soutien proposé ou perçoive l'entretien comme une forme de contrôle. Il se peut également que la situation ait été mal analysée et qu'il n'y ait pas de problème.

Il n'est pas toujours facile d'aborder une situation difficile et de trouver des solutions personnalisées. Il est toutefois essentiel que la situation soit prise en main, car une solution imparfaite est toujours meilleure que pas de solution du tout. Certes, il est difficile de parler des problèmes potentiels sur le moment, mais il est pire de perdre des collaborateurs et des coéquipiers compétents faute de mesures. Finalement, le fait de nous préoccuper de nos semblables et de leur témoigner de l'attention est aussi une marque d'estime. • sh

## Vos interlocuteurs

### Vos supérieurs

La gestion de la santé en entreprise est une fonction essentielle des cadres. Elle est indissociable du processus de travail quotidien. En cas de problème, adressez-vous si possible à votre supérieur hiérarchique direct ou à son supérieur.

### Les Ressources humaines

Vos responsables RH sont à l'écoute de vos problèmes et peuvent vous aider à trouver des solutions. En concertation avec vous, les RH coordonneront la suite des événements, vous renverront vers des interlocuteurs spécialisés et vous accompagneront pour l'adaptation du poste de travail ou pour la réintégration.

### Les représentants du personnel de Bell Suisse

Vous pourrez discuter de votre situation, la comparer à des situations semblables pour lesquelles les représentants du personnel ont déjà apporté leur aide, puis examiner ensemble d'autres possibilités.

### Le Service social de Coop

Vous bénéficierez d'une aide extérieure, dispensée par des travailleurs sociaux dûment formés. Vous pourrez étudier avec eux de nouvelles perspectives.

### Assurance indemnités journalières maladie/Care Management

Dans certaines situations, en cas de problèmes physiques ou psychiques, l'Assurance indemnités journalières maladie de SWICA peut proposer l'aide de ses Care Managers, dont les fonctions principales englobent le maintien ou la réintégration au travail. Les Care Managers assureront en temps voulu l'indispensable coordination avec tous les autres intervenants, notamment les médecins, les assureurs privés et publics, les Ressources humaines et les supérieurs.



Vous trouverez les offres  
d'emplois actuelles à l'adresse :  
[bellfoodgroup.com/fr/carriere](http://bellfoodgroup.com/fr/carriere)

## Anniversaires de service

LOOK! félicite toutes celles et ceux qui fêtent un anniversaire de service de mars à mai 2020

Bell Suisse

### 20 années de service

**Francisco Fernandes Terrao**, 3 janvier, Geiser AG, Schlieren (*ajout*)  
**Doendue Balbay**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Adamah Djagoue**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Geneviève Douve**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Emmanuel Ensminger**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Arnaud Fleurigeon**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Simon Ketterlin**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Janine Mermoud**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Daniel Schmid**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Huguette Zufferey**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Cheseaux  
**Fadime Aslan**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Roland Litzler**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Ludovic Pasquini**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Satheeskumar Arunthavarajah**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Martin Birrer**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Bernhard Ernst**, 1<sup>er</sup> mai, Geiser AG, Schlieren  
**Prapahary Yogeswaran**, 8 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Krist Gjoka**, 10 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Revathy Valentine**, 29 mai, Bell Suisse SA, Zell

### 25 années de service

**Gunabalasingam Sinniah**, 2 mars, Bell Suisse SA, Zell  
**Franz Fellmann**, 18 avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Ranjitham Rajeswaran**, 18 avril, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Huseyin Temel**, 18 avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Philippe Devidal**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Cheseaux  
**Tarkan Günes**, 2 mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Christophe Hugel**, 8 mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Mark Milici**, 8 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Eric Eckert**, 22 mai, Bell Suisse SA, Bâle

### 30 années de service

**Jean-Claude Senn**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Bâle  
**Josef Brunner**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Zell  
**Christophe Glasser**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Hélène Stackler**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**Othmar Zettel**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Suisse SA, Zell  
**Saiyut Niyomdee**, 9 avril, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Marco Ghidini**, 24 avril, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Philippe Haeflinger**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Roland Tschirhart**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Frederic Vonesch**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Alain Weingartner**, 1<sup>er</sup> mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Serge Guerrero**, 17 mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Zahia Goudjil**, 21 mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Christophe Thiebo**, 28 mai, Bell Suisse SA, Bâle

### 35 années de service

**Herbert Krucker**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Dragan Simic**, 2 avril, Bell Suisse SA, Bâle  
**François Bodein**, 2 mai, Bell Suisse SA, Bâle  
**Daniel Grand**, 6 mai, Bell Suisse SA, Cher-Mignon

### 40 années de service

**Hansjörg Mathys**, 14 avril, Bell Suisse SA, Bâle

### 45 années de service

**Ferdinand Schärer**, 12 mai, Bell Suisse SA, Zell

### Départs en retraite

**Rudolf Hess**, 31 janvier, Bell Suisse SA, Oensingen (*ajout*)  
**Gueluezar Kranc-cedin**, 31 janvier, Bell Suisse SA, Oensingen (*ajout*)  
**Vait Asani**, 29 février, Bell Suisse SA, Bâle (*ajout*)  
**Monika Büetiger**, 29 février, Bell Suisse SA, Bâle (*ajout*)  
**Hasan Sirin**, 29 février, Bell Suisse SA, Oensingen (*ajout*)  
**Rolf Boss**, 20 avril, Bell Suisse SA, Oensingen  
**Manfred Erb**, 30 avril, Bell Suisse SA, Zell  
**Ramazan Dervisovski**, 31 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Gustin Shala**, 31 mai, Bell Suisse SA, Zell

### Départs en préretraite

**Theres Fazekas**, 29 février, Bell Suisse SA, Oensingen (*ajout*)  
**François Schicklin**, 29 février, Bell Suisse SA, Bâle (*ajout*)  
**Hansruedi Schneider**, 29 février, Bell Suisse SA, Oensingen (*ajout*)  
**Almerinda Anastacio**, 31 mars, Bell Suisse SA, Cheseaux  
**Sabine Fritz**, 31 mars, Bell Suisse SA, Zell  
**Zef Musaj**, 31 mars, Bell Suisse SA, Zell  
**Markus Balmer**, 31 mai, Geiser AG, Schlieren  
**François Bodein**, 31 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Roza Dushi**, 31 mai, Bell Suisse SA, Zell  
**Römy Magnin**, 31 mai, Bell Suisse SA, Cheseaux  
**Aimé Masson**, 31 mai, Bell Suisse SA, Cheseaux

### Décès

**Uthayakumar Eliyathamby**, 25 décembre, Bell Suisse, Zell

Bell International

### 20 années de service

**Maria Dell**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*ajout*)  
**Katharina Drefs**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*ajout*)  
**Nadeschda Schlegel**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*ajout*)  
**Claudia Waterkamp**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*ajout*)  
**Olaf Polinski**, 1<sup>er</sup> mars, Bell Production Services GmbH & Co. KG, Harkebrügge  
**Brigitte Guyot**, 6 mars, Bell France, Val de Lyon  
**Edith Amouroux**, 20 mars, Bell France, Val de Lyon  
**Wolfgang Kunz**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Schwarzwälder Schinken GmbH, Schiltach  
**Hartmut Schmidt**, 1<sup>er</sup> avril, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal  
**Frédéric Rivoire**, 3 avril, Bell France, Val de Lyon  
**Rolf Renz**, 17 avril, Bell Schwarzwälder Schinken GmbH, Schiltach  
**Saif Koljic**, 19 avril, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt  
**Hélène Ballet**, 25 avril, Bell France, Val de Lyon  
**Evelyne Thizy**, 25 avril, Bell France, Val de Lyon  
**Arifa Nesimovic**, 2 mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt  
**Jose Vilela**, 8 mai, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal  
**Séverine Rivoire**, 9 mai, Bell France, Val de Lyon

Convenience

### 20 années de service

**Alexander Ternovski**, 3 janvier, HFC GmbH, Bad Wünnenberg (*ajout*)  
**Izabela Ryszka**, 13 janvier, Eisberg Pologne, Legnica (*ajout*)  
**Gertrud Engler**, 1<sup>er</sup> mars, Hilcona SA, Schaan  
**Martina Traub**, 1<sup>er</sup> mars, Hügli, Radolfzell  
**Winfried Keller**, 1<sup>er</sup> mars, Hügli, Radolfzell  
**Svetlana Schierling**, 2 mars, HFC GmbH, Bad Wünnenberg  
**Muniba Nukic**, 9 mars, Hilcona Gourmet SA, Orbe  
**Giuseppe Gerometta**, 13 mars, Hügli, Radolfzell  
**Christian Guggisberg**, 13 mars, Eisberg AG, Dällikon  
**Ralf Lichtenberg**, 1<sup>er</sup> avril, Hügli, Radolfzell  
**Eva Unterberger**, 1<sup>er</sup> avril, Hilcona SA, Schaan  
**Raffaele Gagliardi**, 3 avril, Hügli, Radolfzell  
**Michael Ruber**, 17 avril, Hilcona SA, Schaan  
**Stefan Cautillo**, 1<sup>er</sup> mai, Hügli, Steinach  
**Comi Mauro**, 22 mai, Hügli, Brivio

### 25 années de service

**Manuel Riveiro Romero**, 1<sup>er</sup> janvier, Hilcona SA, Schaan (*ajout*)  
**Ramona Balossi**, 8 février, Hügli, Brivio (*ajout*)  
**Heike Lettau**, 1<sup>er</sup> mars, Hügli, Radolfzell  
**Jürgen Heichele**, 13 mars, Hügli, Radolfzell  
**Manuel Castro Fialho**, 27 mars, Hilcona Gourmet SA, Orbe  
**Lynne Chew**, 30 mars, Hügli, Redditch  
**Ingrid Bingger**, 1<sup>er</sup> avril, Hügli, Radolfzell  
**Beate Sailer**, 3 avril, Hügli, Radolfzell  
**Eva Dan**, 3 avril, Hügli, Radolfzell  
**Irene Hinz**, 3 avril, Hügli, Radolfzell  
**Thomas Bodenmann**, 1<sup>er</sup> mai, Hügli, Steinach  
**Isolde Bäuerle**, 1<sup>er</sup> mai, Hügli, Radolfzell  
**Nizama Talovic Selimovic**, 8 mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe

### 30 années de service

**Johannes Kraessig**, 1<sup>er</sup> mars, Hilcona SA, Schaan  
**Frank-Michael Hins**, 1<sup>er</sup> avril, Hügli, Radolfzell  
**Andreas Pasqualini**, 1<sup>er</sup> avril, Hilcona SA, Schaan  
**Robert Reber**, 1<sup>er</sup> avril, Hügli, Steinach

### 25 années de service

**Irina Richert**, 14 février, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*ajout*)  
**Petra Schwolow**, 6 mars, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

### 30 années de service

**Doris Schulte**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Haselünne (*ajout*)  
**Walter Kegel**, 1<sup>er</sup> février, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*ajout*)  
**Jürgen Blancke**, 5 mars, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

### 35 années de service

**Anke Kleemann**, 1<sup>er</sup> janvier, Bell Production Services GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*ajout*)

### Départ en retraite

**Erich Berghammer**, 30 avril, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

### Décès

**Thomas Vorlicek**, 28 décembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

**Annemarie Kroiss**, 2 avril, Hügli, Radolfzell  
**Rene Kennecke**, 1<sup>er</sup> mai, Hügli, Radolfzell  
**Ulrike Wiedenbauer**, 2 mai, Hügli, Hard  
**Stéphane Goy**, 7 mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe  
**Mario Kuschny**, 14 mai, Hilcona SA, Schaan

### 35 années de service

**Christian Lerch**, 1<sup>er</sup> mars, Hilcona SA, Schaan  
**Torsten Rix**, 1<sup>er</sup> mars, Hügli, Radolfzell  
**Klaus Steppacher**, 18 mars, Hügli, Radolfzell  
**Bernard Ruppner**, 4 avril, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent  
**Sieglinde Riester**, 29 avril, Hügli, Radolfzell  
**Bernd Wurster**, 1<sup>er</sup> mai, Hilcona SA, Schaan

### 40 années de service

**Bruno Jud**, 1<sup>er</sup> mars, Hilcona SA, Schaan

### Départs en retraite

**Miroslaw Fugiel**, 6 janvier, Eisberg Pologne, Legnica (*ajout*)  
**Żak Danuta**, 27 janvier, Eisberg Pologne, Legnica  
**Oscar Bel**, 31 janvier, Granovita SAU, La Vall d'Uixó  
**Irina Wagner**, 31 janvier, Hügli, Radolfzell  
**Christian Otte**, 31 janvier, Hilcona SA, Schaan  
**Franz Kuhn**, 29 février, Hilcona SA, Schaan  
**Zymrije Berisha**, 31 mars, Hilcona Gourmet SA, Orbe  
**Frank-Jürgen Müller**, 31 mars, Hügli, Radolfzell  
**Johannes Krässig**, 30 avril, Hilcona SA, Schaan  
**Jürgen Schwarz**, 30 avril, Hilcona SA, Schaan  
**Pius Calzaferrri**, 31 mai, Hilcona SA, Schaan  
**Werner Hofmänner**, 31 mai, Hilcona SA, Schaan  
**Margreth Huber**, 31 mai, Hilcona SA, Schaan  
**Karin Papenfuss**, 31 mai, Hügli, Radolfzell  
**Klaus Steppacher**, 31 mai, Hügli, Radolfzell

### Départs en préretraite

**Catherine Zahirovic Chauvin**, 8 mars, Hilcona Gourmet SA, Orbe  
**Bernhard Erni**, 31 mars, Hügli, Steinach  
**Manuel Jorge De Matos Fernandes**, 31 mars, Hügli, Steinach



Le club de sport Hügli de Steinach existe depuis plus de 40 ans

# Une communauté très active

Quand non plus un seul, mais 90 collaborateurs du Bell Food Group pratiquent une activité de loisirs passionnante, la rédaction de LOOK! n'a pas d'autre choix que de débaptiser la rubrique « Mon Hobby » et de la rebaptiser « Notre hobby » sans autre forme de procès. C'est le cas avec le club de sport Hügli de Steinach. Plusieurs fois par an, ses membres se rencontrent pour s'adonner à une activité commune ou passer une soirée conviviale ensemble. Et cela dure depuis plus de 40 ans.

## À propos du club

**Nom:** Hügli Sportclub  
**Site:** Steinach  
**Création:** 1976  
**Adhérents:** env. 90

Tantôt, ils enfourchent des molyettes – ou des cyclos, comme vous voudrez – et ils partent sillonner la région d'Appenzell en pétaradant. Tantôt, ils prennent des leçons de tennis de table auprès de la championne d'Autriche multimédaillée Daniela Müller. Tantôt, ils manient le fouet au « Hornuss », un sport national suisse où l'une des équipes doit envoyer un palet en plastique, le fameux « Hornuss », à travers le champ de jeu, et où l'autre équipe

doit l'intercepter avec des palettes en bois avant qu'il ne retombe au sol.

Des activités originales comme celles-là, voilà ce qui réunit les membres du club de sport Hügli de Steinach. Actuellement, le club compte environ 90 personnes. Parmi elles, il y a non seulement le personnel des sites Hügli de Steinach et St. Gall, mais aussi les familles, d'anciens employés et des retraités.

Les membres décident eux-mêmes des nouveaux sports qu'ils souhaitent essayer. Pour cela, le club sollicite toujours des idées en début d'année. Lors de l'assemblée générale annuelle du mois de mars, la joyeuse troupe décide de ce qu'elle entreprendra ensemble les mois suivants.

« Lors de la présélection des propositions, nous veillons à ce qu'il y ait un bon équilibre entre les activités d'hiver et d'été », explique Rolando Vidi, le président du club, qui organise les rencontres avec les membres du bureau.

Six à sept fois par an, toute l'équipe se retrouve soit le jeudi, soit le vendredi après



16 heures pour faire quelque chose ensemble. Et comme le sport donne faim (c'est bien connu), tout se termine la plupart du temps par un repas pris en commun. Si possible, bien sûr, chez les clients Hügli de catégorie gastronomique qui, de cette manière, profitent également du club de sport.

Outre les rencontres sportives, il y a également d'autres manifestations conviviales, notamment le loto annuel de la Saint-Nicolas. « Cette soirée, où les nombreux et beaux cadeaux offerts par les fournisseurs sont mis en jeu et tirés au sort, est toujours très attendue chaque année », souligne Rolando Vidi.

Le club de sport Hügli a été créé dès 1976. Au début, il n'y avait pratiquement que de la course à pied et du football. Le club a tout de même participé à des rencontres avec les équipes Hügli de Suisse, d'Allemagne et d'Autriche. En hiver, une fois par semaine, il y avait des tournois en salle.

Ces dernières années, la fréquentation étant en baisse, les responsables du club ont revu le concept de fond en comble. « Aujourd'hui, nous essayons surtout des sports peu courants », précise Rolando Vidi. Résultat : en une décennie, les adhésions ont plus que doublé et le club a fortement rajeuni.

Toutefois, une chose est restée la même : les activités communes favorisent les échanges entre services et niveaux hiérarchiques. Et cela a un effet positif sur le climat de travail qui règne à Steinach. • mr

Les membres décident eux-mêmes des types de sport qu'ils souhaitent essayer.

## Le sport en entreprise

En Allemagne, les premières offres d'activités sportives en entreprise remontent à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. En Suisse, on peut les dater des années 1920 quand les équipes de football informelles de Ciba, Geigy et Sandoz sont devenues officiellement des clubs de sport d'entreprise. À cette époque déjà, les entreprises attendaient de ces activités sportives des répercussions positives sur la santé et les performances du personnel. Aujourd'hui, le sport d'entreprise est devenu un aspect essentiel de la gestion de la santé au travail. L'offre s'étend bien au-delà des classiques comme le football et la course à pied.





Neutralité CO<sub>2</sub> grâce à la récupération de chaleur à Schaan

# Hilcona ne rejette que de la vapeur d'eau

*Pour fabriquer ses produits alimentaires sans impacter le climat, Hilcona mise depuis dix ans sur une utilisation de l'énergie particulièrement écologique. En exploitant la chaleur produite par l'incinérateur voisin par le biais d'un vapoduc spécialement dédié, le site de production de Schaan affiche un bilan CO<sub>2</sub> totalement neutre.*

**Le développement durable n'est pas un phénomène de mode mais une manifestation de respect.**

Cette passerelle énergétique avec l'incinérateur de la localité suisse de Buchs existe depuis une bonne dizaine d'années. Aujourd'hui, en plus d'Hilcona, deux autres entreprises de Schaan sont alimentées en vapeur par une conduite.

Rien qu'en 2019, l'usine Hilcona a économisé six millions de litres de fioul, ce qui correspond à la consommation de 4 200 ménages. La construction du vapoduc a permis d'utiliser la chaleur dégagée par la combustion des déchets dans la localité voisine de Buchs comme source d'énergie pour la fabrication de produits alimentaires.

#### **16 000 tonnes de CO<sub>2</sub> en moins**

L'utilisation de vapeur permet d'éviter 16 000 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub>. « Nous avons franchi le pas afin d'intensifier encore nos efforts dans le domaine du développement durable, surtout au vu de notre croissance économique », explique Martin Henck, Président de la direction générale. « D'autres aspects s'inscrivent dans cette même démarche, notamment l'utilisation

délibérée de matières premières régionales et produites de manière raisonnée, sans oublier de nouveaux produits au bilan écologique plus satisfaisant, des emballages respectueux de l'environnement et une optimisation permanente de nos processus. Nous voyons tout cela comme un moyen d'amélioration continue. La construction du vapoduc a été un très grand pas en avant pour nous. Depuis dix ans déjà, cela nous permet d'utiliser de la chaleur climatiquement neutre comme source d'énergie ».

#### **Le goût, la santé, l'environnement**

La clientèle d'Hilcona évolue. Les consommateurs souhaitent une nourriture savoureuse et saine, dont l'impact sur l'environnement est moindre. Auparavant, le goût passait avant tout. Aujourd'hui, la santé et le développement durable revêtent beaucoup plus d'importance. D'ailleurs, Hilcona entend bien apporter une contribution tangible à la préservation des ressources. Comme le souligne Martin Henck, « nous ne percevons pas le développement durable comme un phénomène de mode, mais plutôt comme la manifestation du respect pour ses semblables et pour la nature, dont nous dépendons ». • Markus Amann, Responsable de la communication sur le site Hilcona de Schaan.