

LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

01 2020



**Industria quattro
punto cosa?**

Buoni risultati a un secondo esame

Gentili collaboratrici e collaboratori

Il 2019 è stato un anno difficile per il Bell Food Group: rispetto all'anno precedente il fatturato e il volume di vendita si sono rivelati leggermente inferiori, mentre l'utile annuo, pari a 49,6 milioni di CHF, si è quasi dimezzato. Tale risultato è stato tuttavia influenzato negativamente da una serie di fattori straordinari che hanno avuto un impatto significativo sull'andamento del business del Bell Food Group. La riorganizzazione di Bell Germania con la cessione dell'azienda di carni insaccate, il massiccio aumento dei prezzi della carne suina in Europa a causa della peste suina africana e i costi di avviamento per i nuovi stabilimenti produttivi aperti a Marchtrenk e Fuensalida ci sono costati complessivamente oltre 53 milioni di CHF nel 2019.

L'andamento operativo ottenuto in tutte le divisioni è stato invece positivo. Nella divisione Bell Svizzera siamo riusciti a migliorare la redditività grazie a un'efficace gestione dei costi e alle misure di ottimizzazione dei processi introdotte nell'anno precedente. Quest'anno noi di Bell Svizzera vogliamo puntare a conquistare quote di mercato nei segmenti del commercio al dettaglio e del food service.

Data la situazione delle materie prime e della riorganizzazione in Germania, la divisione Bell International ha avuto un anno difficile. Sia-

mo tuttavia convinti che, ponendo l'enfasi sulle specialità di prosciutto crudo tedesche e internazionali, abbiamo buone potenzialità per estendere ulteriormente la nostra già forte posizione di mercato in questo segmento. Inoltre, i progressi operativi compiuti nelle divisioni Europa occidentale e orientale nonché Hubers/Süttag ci danno motivo di essere ottimisti.

La divisione Convenience ha portato avanti il trend di crescita nel 2019 grazie a un assortimento di prodotti innovativi ed è riuscita ad espandere la propria presenza in Europa. Nell'anno corrente intendiamo continuare su questa strada e conquistare ulteriori quote sul mercato europeo del Convenience con le nuove capacità produttive di Marchtrenk (AT) e Bad Wünnenberg (DE).

Mi fa particolarmente ben sperare che dopo un inizio d'anno piuttosto sommo, abbiamo pian piano carburato e siamo riusciti a crescere, soprattutto nel secondo semestre. Questo ci dimostra che siamo sulla strada giusta grazie alle nostre politiche strategiche.

Per i risultati ottenuti dobbiamo molto a voi, nostri stimati collaboratori. Colgo l'occasione per ringraziarvi per l'impegno profuso. Sono fiducioso che quest'anno compiremo ulteriori progressi e non vedo l'ora di affrontare insieme a voi le sfide che ci attendono.

Lorenz Wyss
Presidente della Direzione del Gruppo




Contenuti

Dall'azienda

- 4 Risultato di esercizio segnato da componenti straordinarie**
Intervista con il CFO Xavier Buro
- 6 Il più grande magazzino de surgelati del Bell Food Group**
Nuovo magazzino di surgelati nella sede di Oensingen
- 8 Think, act, be safe!**
Cyber Security Awareness: le dieci regole per muoversi con sicurezza nel mondo digitale

In sintesi

- 10 Il meglio di due mondi**
Rilancio del marchio alla Hügli
- 11 Più spazio per più prodotti**
Eisberg estende le proprie capacità in Ungheria

Nella sede di...

- 12 Grande cura in piccoli sacchetti**
Hügli a Redditch: esperti di «functional food» da quasi 40 anni

Storia di copertina

- 14 Industria quattro punto cosa?**
Verso la smart factory
- 18 Detto fatto**
Novità Bell per una primavera all'insegna del gusto
- 21 Una famiglia succosa**
Nuovi succhi e frullati di Eisberg
- 22 Ecco fatta l'insalata**
Da un ruolo secondario a quello da protagonista

Lavorare presso il Bell Food Group

- 24 «Una buona formazione è molto importante per me!»**
Un apprendista alla Bell è pronto per la under 17 della EHC Basel di hockey su ghiaccio
- 26 Affrontare i problemi invece di ignorarli o fingere di non vederli**
Sensibilizzazione sul tema dell'intervento tempestivo

Anniversari

- 28 Anniversari**
LOOK! si congratula con i pensionati da marzo a maggio 2020
- Il nostro hobby
- 30 Una comunità coinvolgente**
Lo Hügli Sportclub di Steinach esiste già da oltre 40 anni

Ecco come funziona la qualità

- 32 Hilcona a tutto vapore nel rispetto dell'ambiente**
A Schaan, Hilcona produce a impatto zero in termini di CO₂ grazie all'utilizzo del calore emesso

Cosa ne pensate della nostra rivista per i collaboratori?

Partecipate al sondaggio per condividere con noi la vostra opinione.



www.bellfoodgroup.com/look

Colophon Rivista per i dipendenti del Bell Food Group, 4 numeri all'anno, n. 1/2020, marzo 2020, volume 26.

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 con il CFO Xavier Buro

Risultato di esercizio segnato da componenti straordinarie

Xavier Buro è CFO del Bell Food Group dal luglio 2019.

In un'intervista con LOOK! spiega come valuta il primo risultato di esercizio del Bell Food Group nel corso del proprio mandato e in che misura le componenti straordinarie abbiano rivestito un ruolo essenziale nell'ultimo anno.

Signor Buro, come valuta il risultato di esercizio annuale del Bell Food Group? Se guardiamo alle cifre, va detto che il risultato non è stato soddisfacente. Tuttavia, nel 2019 vi sono state alcune componenti straordinarie che hanno avuto un impatto negativo sul risultato.

Che cosa intende con «componenti straordinarie»? Il risultato del Bell Food Group nel 2019 è stato influenzato negativamente da tre importanti componenti straordinarie: la riorganizzazione in Germania con la cessione dell'azienda di carni insaccate e il rinnovamento dello stabilimento di Bad Wünnenberg, il forte aumento dei prezzi della carne suina in Europa e i costi di avviamento dei nuovi stabilimenti aperti nel 2019, in particolare a Marchtrenk.

In che misura hanno influito sul risultato? Oltre alle cifre nude e crude, svolgono un ruolo importante nell'inquadramento del risultato d'esercizio. Nel 2019 abbiamo registrato un utile di esercizio di quasi 50 milioni di CHF. Tale risultato è stato notevolmente inferiore a quello dell'anno precedente. L'anno scorso le suddette componenti straordinarie ci sono costate quasi 54 milioni di CHF, di cui la riorganizzazione in Germania rappresenta la parte più consistente, con circa 38,5 milioni di CHF. In altre parole, senza queste componenti straordinarie, l'utile di esercizio sarebbe stato di circa 104 milioni di CHF, un importo superiore a quello del 2018.

Come nascono queste componenti straordinarie? Se guardiamo all'esercizio finanziario dello scorso anno, dobbiamo distinguere tra influssi interni ed esterni. Ad esempio, l'aumento del prezzo della carne di maiale come materia prima è un fenomeno sul quale non abbiamo alcun influsso diretto. In linea di principio, la volatilità dei prezzi delle materie prime fa parte della nostra attività e siamo preparati a questo. Tuttavia, l'epidemia di peste suina africana in Cina ha fatto aumentare la domanda di carne suina europea dall'Estremo Oriente a tal punto che i prezzi sono saliti alle stelle. In un mercato assai competitivo, reagire a questo fenomeno è possibile solo con un certo ritardo e ha quindi lasciato il segno nel nostro risultato di esercizio.

E le altre componenti straordinarie? Le altre componenti straordinarie sono, per così dire, autogenerate. La riorganizzazione in Germania e la realizzazione di nuovi impianti di produzione sono decisioni strategiche aziendali con prospettive a medio e lungo termine. L'esempio della

riorganizzazione in Germania dimostra che tali decisioni possono essere sofferte e purtroppo hanno anche effetti negativi indesiderati a breve termine, come la riduzione del personale o l'aumento dei costi. Con la cessione di un ramo aziendale, ad esempio, si perde anche il relativo fatturato. Questo succede anche quando uno stabilimento viene rinnovato, come a Bad Wünnenberg. E i nuovi impianti di produzione, nonostante il grande impegno dei collaboratori in loco, necessitano sempre di un certo tempo prima di raggiungere il livello di produttività pianificato.

Quali conclusioni ne trae? Si può concludere che le cifre indicate alla fine dell'anno non sono sempre l'unico indicatore del conseguimento o meno di buoni risultati.

Questo significa che il risultato del 2019 è stato migliore di quanto sembra? Sì, si può dire sicuramente così. Se non teniamo conto delle componenti straordinarie, siamo migliorati in tutti i settori di attività. Siamo stati in grado di mantenere il trend di crescita della divisione Convenience e siamo andati bene anche nel nostro tradizionale business delle carni e degli insaccati. Inoltre, nella seconda parte dell'anno abbiamo realizzato guadagni significativi. Questo mi fa sperare bene, anche se abbiamo ancora delle questioni da risolvere nel 2020. Ora abbiamo preso alcune importanti decisioni strategiche che ci aiuteranno in futuro.

Quali sono le sue aspettative per l'anno in corso? Ora abbiamo preso alcune importanti decisioni strategiche che ci aiuteranno in futuro. Penso alla vendita del ramo insaccati e alla focalizzazione sul prosciutto crudo in Europa, all'ampliamento delle capacità produttive per i prodotti convenience in Germania e in Austria, all'adeguamento della struttura organizzativa del Bell Food Group e, non da ultimo, alle misure per rafforzare la nostra posizione leader in Svizzera. Sono quindi fiducioso che siamo sulla strada giusta e che raggiungeremo gli obiettivi prefissati per il 2020. • fv

Nuovo magazzino di surgelati nella sede di Oensingen

IL PIÙ GRANDE MAGAZZINO DI SURGELATI DEL BELL FOOD GROUP

Il programma di investimenti per i siti produttivi di Bell Svizzera continua a crescere. Presso la sede di Oensingen sono in programma diverse opere. La prima pietra di un nuovo magazzino di surgelati è prevista per aprile 2020.

Dopo avere realizzato il primo progetto di un parcheggio multipiano a Basilea nel 2018, si è continuato a lavorare con lo stesso ritmo incalzante per la realizzazione degli altri progetti del programma di investimenti per la ristrutturazione dei siti produttivi di Bell Svizzera. L'enfasi è stata posta sul sito di Oensingen, dove le cose si stanno ora muovendo.

A breve inizierà la costruzione di un nuovo magazzino di surgelati. L'inizio lavori è previsto per la primavera 2020. L'ul-

tramoderno magazzino di surgelati sostituirà gli impianti ora obsoleti della Frigo di Basilea e le capaci-

tà di surgelazione, attualmente distribuite su diverse sedi esterne per motivi di spazio, saranno accentrate a Oensingen. Oltre al magazzino di surgelati vero e proprio con 35'000 posti pallet, il nuovo edificio conterà anche diversi im-

pianti per i processi a monte e a valle, come l'abbattimento rapido o l'acclimatazione delle materie prime. In questo modo, il nuovo edificio non solo soddisfa i più rigorosi criteri di economicità ed efficienza, ma riduce anche il consumo di risorse. Migliora così significativamente l'impatto ambientale e si riduce della metà l'impronta di CO₂.

Oltre al nuovo magazzino di surgelati, a Oensingen sono in corso di pianificazione ulteriori progetti di costruzione. In aggiunta a un parcheggio multipiano, nel sito di Holinden sono previsti un centro di affettazione e una piattaforma logistica e di distribuzione nazionale. Sulla Dünnerstrasse si prevede di rinnovare a medio termine l'impianto di macellazione e lavorazione carni esistente. Lo stato di avanzamento di questi progetti sarà reso noto a tempo debito. • de

Nel sito di Oensingen le cose si stanno muovendo.



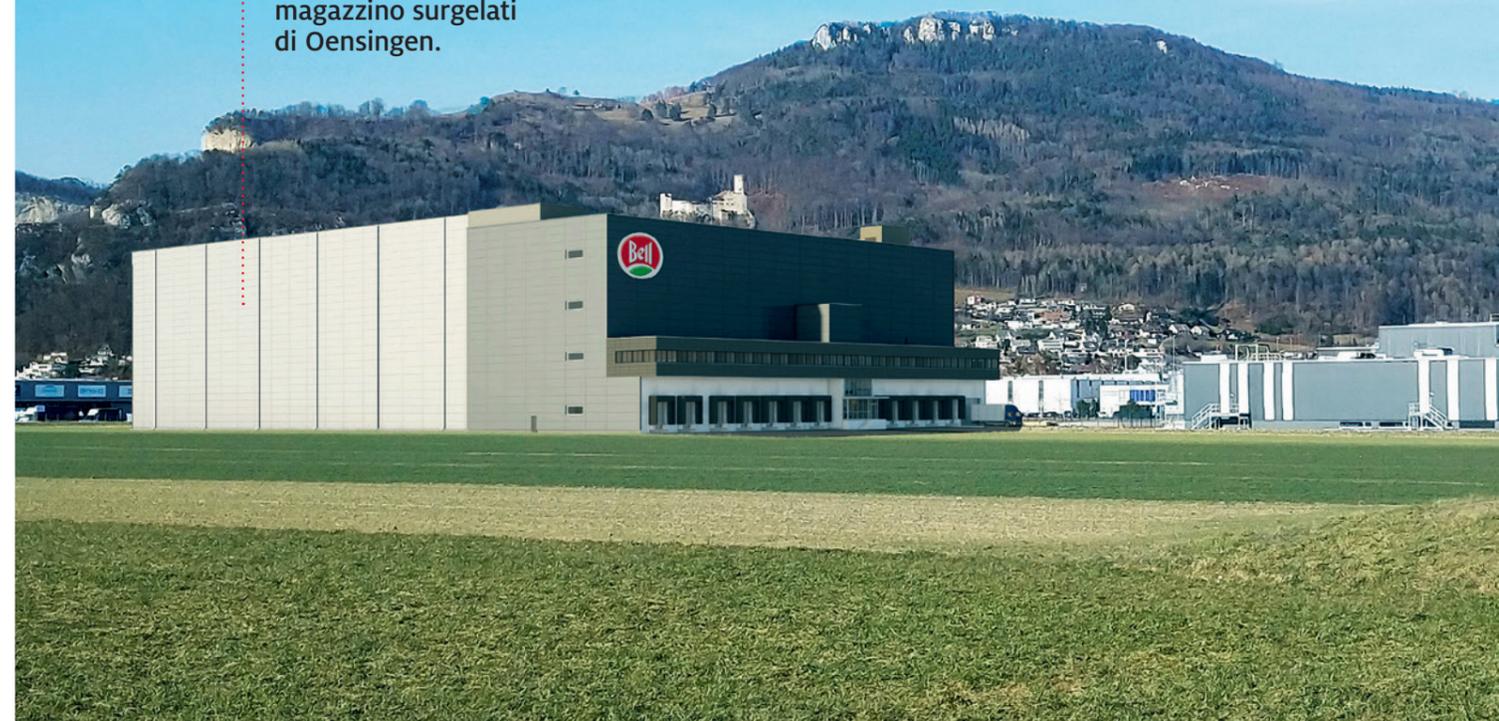
Holinden

- 1 | Centro di affettazione
- 2 | Piattaforma di distribuzione
- 3 | Parcheggio multipiano
- 4 | Magazzino surgelati

Dünnerstrasse

- 5 | Macello bovini

Progetto del nuovo magazzino surgelati di Oensingen.





Cyber Security Awareness: le dieci regole per muoversi con sicurezza nel mondo digitale

Think, act, be safe!

La Cyber Security mira a proteggere computer, server, dispositivi mobili, sistemi elettronici, reti e dati da attacchi malevoli. In qualità di collaboratori possiamo apportare un contributo importante: aderendo alle dieci regole della Cyber Security, non solo proteggiamo le nostre aziende, ma tuteliamo al contempo anche i nostri dati personali. • sh

1. Gestione delle password ✕



Le vostre password sono strettamente confidenziali. Cambiate le password iniziali una volta ricevute e utilizzate combinazioni sicure di lettere e cifre. Non utilizzate MAI la password Bell Food Group per servizi privati su Internet. Cambiate immediatamente la vostra password se sospettate un abuso.

2. Criminalità informatica ✕



I truffatori spesso cercano di insinuarsi nei contatti interpersonali per ottenere informazioni interne dell'azienda in modo fraudolento (Social Engineering). I mezzi sfruttati a tal fine, nella maggior parte dei casi senza destare alcun sospetto, sono il telefono, i social media e l'e-mail. Dubitate sempre di eventuali richieste di informazioni inusuali (tramite e-mail).

3. Furto di identità ✕



Gli attacchi alla vostra privacy, il cosiddetto phishing, vengono perpetrati oggi con professionalità e spesso senza che ve ne accorgiate. Trattate con la massima cautela le e-mail di mittenti sconosciuti o di dubbia provenienza. Non aprite link o file di mittenti sconosciuti o che non aspettavate.

4. Protezione dei dati ✕



I dati devono essere sempre adeguatamente protetti – sia in forma cartacea che elettronica. I servizi di archiviazione privata come i servizi cloud (ad es. Google Drive) non sono conformi alle norme di sicurezza del Bell Food Group, pertanto l'utilizzo di questo tipo di supporti di archiviazione è vietato.

5. Traffico dati ✕



Le e-mail sono come le cartoline e possono essere lette da terzi. Questo vale anche per gli allegati inviati. Pertanto, utilizzate sempre i servizi messi a disposizione dal Bell Food Group (ad esempio SharePoint o FTAPI) per l'invio di informazioni confidenziali.

7. Malware ✕



Utilizzate supporti di memorizzazione esterni (ad es. chiavette USB) solo se la loro origine è nota. Inoltre, utilizzate sempre il software messo a disposizione dal Bell Food Group. È opportuno che i dispositivi dei visitatori accedano a Internet solo tramite la WLAN del Bell Food Group.

10. Dubbi ✕



Avete dubbi su qualcuno di questi punti? Non esitate a contattare direttamente il vostro help desk informatico locale – meglio mettersi al sicuro.

6. Sicurezza dei dati ✕



Memorizzate i vostri dati utilizzando i servizi messi a disposizione dal Bell Food Group (ad es. SharePoint), che vengono sincronizzati per motivi di sicurezza.

8. Furto ✕



Notebook, smartphone e tablet sono particolarmente vulnerabili ai furti e non vanno lasciati incustoditi. Proteggeteli da accessi indesiderati con un PIN, un'impronta digitale o simili.

9. Smartphone ✕



Sul vostro smartphone sono presenti dati sensibili che possono essere sistematicamente letti tramite app. Scaricate le applicazioni solo dagli app store ufficiali. Accordate alle app il minor numero possibile di permessi e utilizzate solo connessioni WLAN conosciute e crittografate.

Familie
Vogeley
1892

**INFINITELY
SWEET**



Rilancio del marchio alla Hügli

Il meglio di due mondi

Da questa primavera i marchi di prodotto Hügli e Vogeley si presentano ai loro clienti con un'immagine nuova e con gamme di prodotti riorganizzate. In questo modo i due marchi di successo di Hügli sono ben posizionati per il futuro.

Come si fa a creare un look nuovo rimanendo riconoscibili? Hügli ci mostra come: il familiare pentolone da minestra sui prodotti è stato trasformato in un moderno logo circolare negli stessi colori. L'elemento che attira l'attenzione è la fiamma centrale, che simboleggia le fiamme dei fornelli nelle grandi cucine del mondo e la passione di Hügli per i propri prodotti e per i clienti.

Contemporaneamente alla rielaborazione dell'immagine del mar-

chio, Hügli ha anche riorganizzato la propria gamma di prodotti. In questo quadro rientra anche la fusione con il precedente marchio «Supro». «Per raggiungere questo obiettivo, abbiamo raccolto tutte le ricette e selezionato le migliori delle due realtà», riferisce Carolin Garbe, responsabile del Marketing Food Service internazionale di Hügli.

Sono così nate quattro linee realizzate ad hoc per le esigenze dei vari gruppi target. La gamma di alta qualità «Premium» si rivolge al settore della ristorazione con clienti esigenti. «Selection» è la variegata gamma per la cucina casalinga, mentre «Menu», caratterizzata da un'elevata funzionalità e da un buon rapporto qualità-prezzo, si rivolge alle mense, ai catering e ai grandi ristoranti. E i prodotti «Pure» rappresentano un assortimento studiato per il catering rivolto a ospiti con esigenze particolari, ad esempio negli ospedali e nelle case di riposo.

Anche il nuovo assortimento di Vogeley offre una migliore visione d'insieme per la scelta del dessert desiderato. Per la realizzazione del logo i responsabili hanno scelto una linea conservativa. «Siamo molto orgogliosi della lunga tradizione del marchio. Ecco perché l'anno di



fondazione, 1892, ha ricevuto un posto d'onore nel nuovo logo», afferma Carolin Garbe.

La presentazione accattivante e la nuova strutturazione dell'assortimento saranno sin da subito d'aiuto non solo per i collaboratori del servizio esterno di Hügli nella vendita dei prodotti. In questo modo l'azienda vuole infatti adeguarsi al meglio anche al mutato comportamento dei propri clienti, che apprezzano sempre più la possibilità di acquistare il maggior numero possibile di merci in un unico luogo. Così il commercio all'ingrosso sta acquisendo sempre più importanza come canale di vendita. L'immagine unitaria e la focalizzazione su pochi marchi assicurano un facile orientamento e un'elevata riconoscibilità dei prodotti nello scaffale.

Il team internazionale di Category Management, responsabile del rilancio, ha lavorato per un anno ai nuovi design e alla razionalizzazione delle gamme di prodotti. In questo è stato assistito, fra gli altri, dal Brand Management, dai Culinary Advisors e dagli sviluppatori di prodotti.

A metà febbraio a Stoccarda i visitatori di Intergastra hanno potuto sperimentare per la prima volta dal vivo i risultati della suddetta rielaborazione. Ora la nuova immagine, accompagnata da iniziative di marketing, sarà pian piano visibile anche ai clienti. È inoltre in corso un'importante campagna di lancio di Vogeley in Austria, dove il marchio è attualmente in fase di introduzione. • *mr*

Eisberg estende le proprie capacità in Ungheria

Più spazio per più prodotti

Per soddisfare le crescenti esigenze dei consumatori ungheresi, Eisberg sta ampliando la propria sede di Gyál in Ungheria. L'entrata in funzione del fabbricato annesso è prevista per la metà del 2020.



Nei paesi di lingua tedesca i prodotti convenienze sono diventati da tempo una tendenza, un trend che si sta diffondendo anche nel mercato ungherese, dove i consumatori sono sempre più alla ricerca di prodotti con un più alto grado di preparazione.

In qualità di leader di mercato per l'insalata fresca già tagliata in Ungheria, Eisberg vuole ora ampliare il proprio portafoglio prodotti per soddisfare il crescente fabbisogno. Entro la metà del 2020, lo stabilimento produttivo di Gyál sarà quindi ampliato con un ulteriore edificio annesso, che darà spazio a nuove linee di produzione, ad esempio per insalate, prodotti a base di insalata

e coppe di frutta. Nel fabbricato annesso sono previsti, tra l'altro, una moderna area di confezionamento, un magazzino prodotti ampliato e più spazio per laboratori e uffici. È prevista anche una riprogettazione delle aree di produzione più vecchie, che consentirà alle nuove linee di prodotti convenienze di integrarsi perfettamente nei flussi di lavoro e di snellire e rendere più efficienti i processi esistenti. Inoltre, la nuova area operativa ridurrà i costi di stoccaggio esterno e aprirà nuove opportunità per i criteri LEAN e Industria 4.0. L'avvio delle attività nell'annesso è prevista per metà 2020. • *sh*

Hügli a Redditch: esperti di «functional food» da quasi 40 anni

Grande cura in piccoli sacchetti

57 milioni di singoli articoli sono stati prodotti lo scorso anno nel sito Hügli di Redditch, nel Regno Unito. Il motivo di una quantità così elevata? Questo stabilimento si è specializzato in sacchetti monoporzione che, oltre alle zuppe e alle miscele di spezie, contengono anche molti prodotti di «functional food», ossia alimenti «a valore aggiunto».

Dal 2008 lo stabilimento di Redditch fa parte del gruppo Hügli.

«Se mettessimo in fila tutti i sacchetti monoporzione che produciamo in un anno, la linea di insacchettatura andrebbe teoricamente dal cancello del nostro stabilimento di Redditch fino alle scritte di Hollywood a Los Angeles», racconta scherzosamente Chris Hurt.

Ma l'amministratore delegato di Hügli nel Regno Unito ha naturalmente idee molto migliori per utilizzare gli alimenti prodotti nella sua azienda. Mentre le zuppe, le salse e le spezie vengono utilizzate esclusivamente per

soddisfare il palato, gran parte delle miscele ha anche funzioni nutrizionali aggiuntive. Che aiutino a perdere peso, riequilibrino le carenze legate a determinate patologie o fungano da integratori alimentari per sportivi, i pratici sacchetti per cui lo stabilimento si è specializzato favoriscono l'elevato grado di convenienza dei prodotti.

Che si tratti di alimenti convenzionali o di «functional food» – la maggior parte dei prodotti viene prodotta qui da un team di circa 100 persone per i clienti britannici che distribuiscono con il marchio proprio del rivenditore. Una piccola parte viene venduta anche a grossisti e dettaglianti con i marchi Hügli e Granovita, il marchio Hügli per alimenti vegetariani e vegani.

La società fu costituita nel lontano 1981. Fa parte di Hügli dal 2008 e fin dall'inizio ha investito costantemente nel sito. Nel 2010, ad esempio, ha fatto costruire un annesso all'edificio esistente, raddoppiando la superficie disponibile.

I prodotti «functional food» fanno parte della gamma di Redditch fin dagli esordi e ora rappresentano circa la metà del volume di produzione. La loro fabbricazione è molto complessa e richiede una cura particolare.

«Il profilo nutrizionale, il gusto e la consistenza devono essere coerenti in ogni singola



confezione», spiega Richard Bailey, Commercial Director di Hügli nel Regno Unito. «Per garantire la coerenza, controlliamo in laboratorio dapprima i micronutrienti contenuti nel primo lotto. Anche i successivi cicli di produzione vengono poi monitorati per garantire una qualità costante.»

Ai prodotti «functional food» si applicano inoltre degli standard particolari. Ad esempio, i frullati utilizzati come succedanei di pasti sono soggetti a determinate norme UE, mentre

la composizione degli integratori in polvere per sportivi deve essere conforme ai regolamenti dell'Agenzia mondiale antidoping (AMA). «Spesso anche i

nostri clienti hanno determinate esigenze in merito ai prodotti che produciamo per loro. Ad esempio, richiedono varianti vegane o ad alto contenuto proteico e ingredienti che soddisfino determinati standard relativamente al trattamento degli animali», dice Richard Bailey. Guardando al futuro, l'esperto di «functional

food» vede anche altre tendenze in arrivo. Fra queste, l'inserimento di ingredienti come canapa, cannabidiolo e collagene. In ogni caso, Hügli a Redditch è ben preparata a soddisfare la crescente domanda di alimenti a «valore aggiunto». L'anno scorso, sono uscite dallo stabilimento di 9'000 metri quadrati circa 3'800 tonnellate delle varie miscele. Il sito ha ancora un certo potenziale di ottimizzazione: le nostre linee potrebbero produrre fino a 5'000 tonnellate di miscele di polveri all'anno.

E questa sede si sta preparando da tempo anche riguardo a un altro importante argomento: «Quello che la Brexit significa per noi lo scopriremo forse solo all'ultimo minuto. Ecco perché lavoriamo già da due anni per prepararci a diversi possibili scenari», riferisce Chris Hurt. • *mr*

I trend futuri includono prodotti contenenti canapa o collagene.

Verso la smart factory

INDUSTRIA QUATTRO PUNTO COSA?

Dietro grandi titoli si celano spesso storie avvincenti. È quanto dimostra il tema «Industria 4.0». In breve, il termine sta a indicare la digitalizzazione e la messa in rete degli impianti. L'argomento sembra ancora noioso? Non lo è affatto! LOOK! è andato alla ricerca intelligente di indizi e ha scoperto quali grandi opportunità offre la 4^a Rivoluzione Industriale.

L'«Internet delle cose» è al centro dell'«Industria 4.0».

Spesso regna un'agitazione febbrile in casa Kluge finché l'ultimo della famiglia non è uscito di casa. In precedenza, al primo caffè in ufficio il signor Kluge si chiedeva puntualmente se l'ultimo in bagno si fosse ricordato di spegnere il riscaldamento e se tutti i lucernari fossero chiusi.

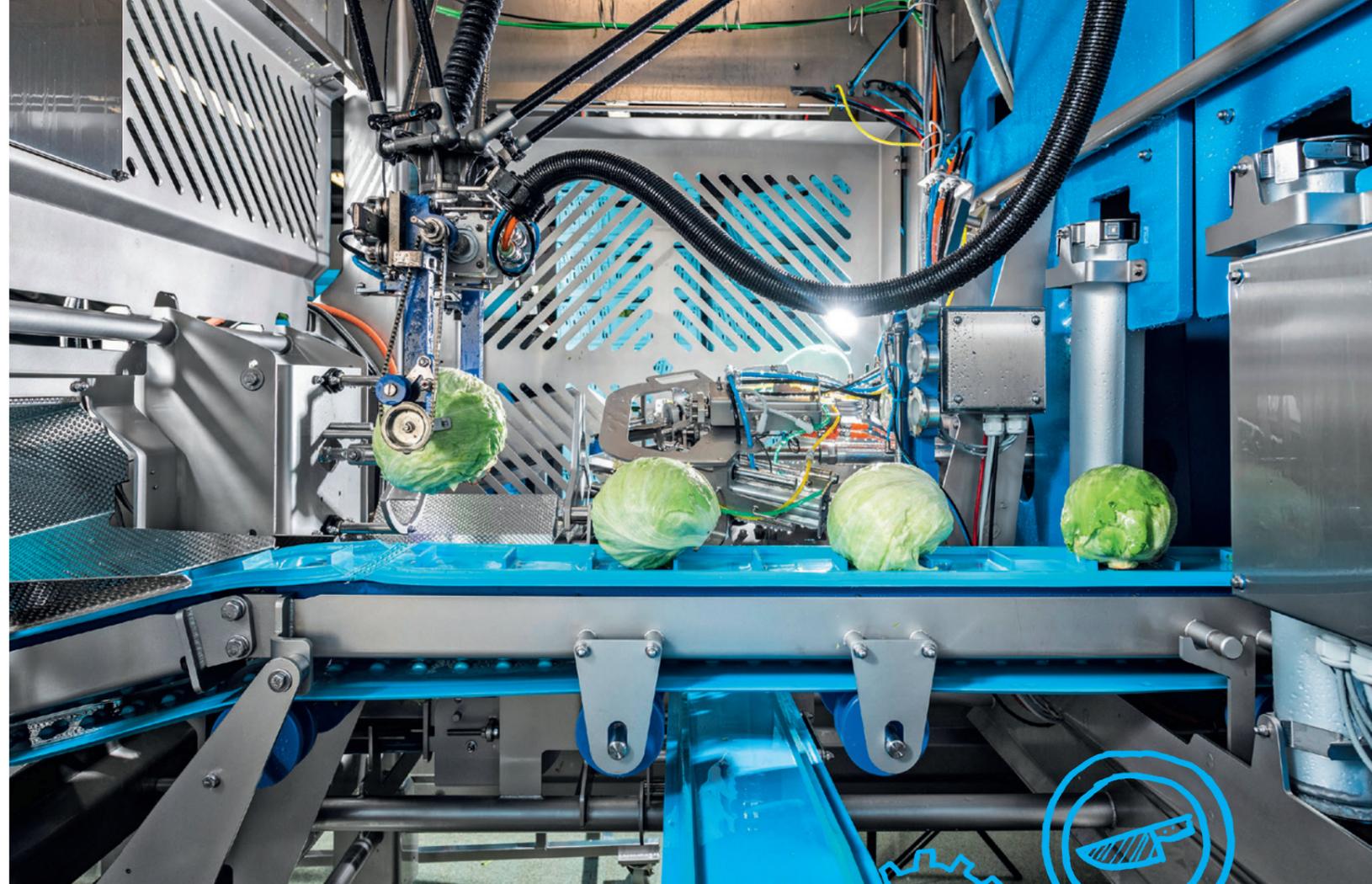
Ormai, invece, l'applicazione Smart home sul suo smartphone risponde a queste domande. E non è tutto: con il suo aiuto, già più di una volta è riuscito da fuori casa a ridurre inutili sprechi di energia e ad evitare pozze d'acqua sul parquet.

Anche la signora Kluge ha ora una preoccupazione in meno: da quando la famiglia ha ristrutturato l'appartamento di sua madre, un'anziana signora dalla salute traballante residente nel paese vicino, dotandolo di tecnologia smart, riceve un messaggio sul suo cellulare se le tende non vengono alzate al mattino o la luce resta

accesa tutta la notte. Così, in caso di emergenza, può reagire rapidamente e aiutare la madre.

Alcuni aspetti accomunano la famiglia Kluge e quella del Bell Food Group: entrambe si affidano a soluzioni intelligenti per semplificare la quotidianità. Per l'industria si parla della quarta rivoluzione industriale. Se la terza fase era tutta dedicata all'automazione, l'attenzione nell'era dell'«Industria 4.0» si concentra ora sull'«Internet delle cose», che permette l'ampia messa in rete dei sistemi e persino la comunicazione indipendente tra di loro. A questo si aggiungono tecnologie sempre più intelligenti che sono anche in grado di effettuare l'autoapprendimento.

«Accelerare la digitalizzazione della nostra produzione non è un processo fine a se stesso, ma ci offre un reale valore aggiunto», spiega Markus Ettlin, responsabile dell'Industria 4.0/automazione presso Bell Svizzera. «I processi automatizzati e collegati in rete ci sono utili in molti settori della produzione e aumentano l'efficienza e la flessibilità. Quando si utilizzano nuove tecnologie, l'attenzione è sempre rivolta a rendere più facile il lavoro delle persone, non a sostituirle.»



La linea di taglio «CoreTakt – Eisberg Svizzera» rimuove automaticamente i torsoli dai cespi di lattuga.

Due anni fa la Bell ha deciso di diventare una smart factory. Una delle prime sfide è stata quella di armonizzare gli impianti esistenti, perché, proprio come nella smart home, solo uno standard unitario consente di integrare e controllare centralmente i singoli componenti.

«Dapprima abbiamo definito questo standard per Bell in Svizzera e poi abbiamo implementato una piattaforma di integrazione che può essere utilizzata in tutti gli impianti», racconta Markus Ettlin. Questa piattaforma offre ora agli utenti una vasta gamma di possibilità di monitoraggio degli impianti e di analisi dei processi produttivi.

Se, ad esempio, si verifica un arresto della linea di produzione di hamburger o un improvviso aumento della temperatura in un magazzino di surgelati, il rispettivo responsabile di

Solo uno standard unitario consente il networking.

Un impianto che rimuove i torsoli dalla lattuga

I cespi di lattuga Iceberg hanno naturalmente dimensioni e forme diverse. Per poterli lavorare in modo completamente automatico, la Eisberg di Marchtrenk, in Austria, dispone di una linea innovativa. Utilizzando telecamere 3D, un braccio robotizzato posiziona il cespo in modo che l'utensile da taglio possa rimuovere il torsolo. La lama viene disinfettata automaticamente dopo ogni operazione, il che aumenta l'igiene rispetto al lavoro manuale.

Grazie all'intelligenza artificiale, la macchina impara sempre di più dalle immagini e dai dati raccolti, migliorando così costantemente la propria precisione e rapidità.



Un MES aumenta qualità e tracciabilità alla Hilcona

Dalla fine dello scorso anno Hilcona utilizza un Manufacturing Execution System (MES). Si tratta di un sistema informatico che rende il processo di produzione più preciso, riduce il carico di lavoro dei collaboratori e aumenta la tracciabilità dei prodotti. Automatizza infatti, fra l'altro, l'ordinazione di reintegro del materiale e la configurazione dell'impianto per il prodotto da realizzare.

Inoltre, un'intelligente pianificazione dettagliata garantisce brevi tempi di allestimento tra una commessa e l'altra. Il MES guida in modo affidabile l'operatore dell'impianto attraverso il processo di produzione e visualizza tutti i processi e i dati relativi alla commessa sullo schermo – favorendo in questo modo anche una produzione senza carta.

Prime esperienze con il nuovo sistema sono state acquisite dalla fabbrica di riempitura centrale di Schaan. Ora altri reparti e sedi stanno seguendo l'esempio. Per questo motivo ormai, ogni volta che si acquista un nuovo impianto, ci si preoccupa di integrarlo nel MES.

L'intelligenza artificiale seleziona la carne grigionese

Gli insaccati devono soddisfare determinati requisiti. Ad esempio, una marezza limitata è una caratteristica di qualità della carne grigionese. In un progetto pilota dello scorso anno, Bell Svizzera ha testato in che misura l'intelligenza artificiale può essere d'aiuto nella valutazione visiva dell'affettato. A tal fine, una linea di prova è stata equipaggiata con l'appropriata tecnologia di telecamere. Un collaboratore ha insegnato inizialmente alla macchina a distinguere tra quattro diversi livelli di marezza. L'intelligenza artificiale ha successivamente continuato ad imparare ad ogni nuova decisione. Al termine del processo era in grado di scartare la carne grigionese troppo mazzata in modo affidabile. Il nuovo metodo, che può essere utilizzato anche per altri prodotti, sarà presto applicato in altri progetti.

Le app accelerano lo sviluppo di una produzione senza carta.

reparto o dello stabilimento può vederlo nella piattaforma online e adottare tutte le misure necessarie per eliminare il guasto. E non solo può farlo dalla sua scrivania, ma anche quando non si trova nella sede aziendale.

Inoltre, il sistema memorizza una grande quantità di dati in tempo reale, consentendo di ricavare molte preziose informazioni. Ad esempio, perché un impianto si è fermato e

come sia possibile evitare una situazione analoga in futuro, oppure dove sussistono potenziali di risparmio energetico in uno stabilimento per ridurre le spese e aumentare la sostenibilità.

Tali informazioni consentono, non da ultimo, di realizzare un business process management impeccabile e aiutano a ottimizzare i processi aziendali di Bell.

«Sulla base dei dati memorizzati, riceviamo risposte a domande che non ci siamo neanche ancora posti», spiega Markus Ettl. «È importante al proposito essere in grado di filtrare i dati di cui il collaboratore responsabile ha bisogno al momento, in modo semplice e veloce.»

Oltre a mettere in rete gli impianti, Markus Ettl e il suo team di ingegneri stanno anche lavorando a nuove tecnologie che migliorano o agevolano i processi di lavoro. Nascono così, ad esempio, app per tablet atte ad accelerare lo sviluppo di una fabbricazione senza carta. Un altro campo a cui gli esperti di digitalizzazione lavorano è l'intelligenza artificiale, che viene utilizzata, fra l'altro, per lavare l'insalata o per valutare gli insaccati (vedi esempi).

Naturalmente la 4ª Rivoluzione Industriale non dà i suoi primi frutti solo alla Bell in Svizzera. La digitalizzazione viene perseguita all'interno di tutto il Bell Food Group. In futuro, l'obiettivo sarà quello di armonizzare gli stan-

Linea di confezionamento all'avanguardia per il prosciutto

Da febbraio, una linea di confezionamento innovativa taglia, porziona e confeziona prodotti a base di prosciutto crudo in confezioni pieghevoli per Bell Germania ad Harkebrügge. L'affettatrice, ad esempio, offre vantaggi rispetto ai modelli precedenti: nonostante il caricamento a due corsie per mezzo del porzionatore, ora consente diversi modelli di collocamento.

Sono all'avanguardia inoltre i robot di prelievo, che controllano automaticamente la posizione del prosciutto depositato e la riaggiustano se necessario, riducendo al minimo l'intervento manuale. In questo caso in futuro sarà anche possibile ottimizzare ulteriormente i processi con l'aiuto dell'intelligenza artificiale, ad esempio determinando il contenuto di grasso della porzione di prosciutto mediante l'interpretazione delle immagini. Così un'intelligenza artificiale può poi stabilire se una determinata porzione deve essere confezionata o scartata. Inoltre, i picker sono sincronizzati con la confezionatrice, il che aumenta ulteriormente le prestazioni. La linea di produzione, fabbricata dalla Weber Maschinenbau, leader in questo settore, è la prima nell'intero Bell Food Group in questa configurazione.

dard in tutto il Gruppo al fine di raggiungere un livello ancora maggiore di networking.

Al contempo prossimamente la tematica dell'«Industria 4.0» assumerà una maggiore rilevanza anche all'interno delle fabbriche. È così che la Operational Technology viene implementata con persone che già lavorano con i sistemi in loco.

Inoltre, la compatibilità con il sistema intelligente esistente rivestirà ora un ruolo decisivo anche nei nuovi acquisti. Le famiglie Bell e Kluge hanno in comune anche questo. • mr

Nuove tecnologie per migliorare i processi di lavoro.

Novità Bell per una primavera all'insegna del gusto

Detto fatto

Dal raffinato salame, passando per succulenti hamburger e originali creazioni a base di pasta, fino alle rinfrescanti tisane – il Bell Food Group annuncia l'inizio del nuovo decennio con tutta una serie di prelibatezze. Chi continua a non cogliere i sapori primaverili non sa cosa si perde.

Bell Svizzera: Fleischkäse hot&cold

A volte caldo con la crosta, a volte freddo su un panino – il nuovo Fleischkäse hot&cold si abbina a tutto. Per gli appassionati di questa specialità di carne, all'inizio dell'anno Bell ha lanciato sul mercato al dettaglio svizzero due varietà: quella classica con carne suina e bovina e una variante a base di pollo. Se volete gustarlo caldo, potete riscaldarlo in forno e, se lo desiderate, potete tenerlo un po' di più per far sì che si formi una delicata crosta.



Il nuovo Fleischkäse hot&cold di Bell Svizzera si abbina a tutto.

Bell Svizzera: fettine di petto di pollo con sale e pepe

Da metà aprile, tra i Bell Toppings le bontà diventano sempre tre: con le fettine di petto di pollo «Salt & Pepper», i clienti svizzeri avranno ora una nuova deliziosa variante per aggiungere un tocco di classe a zuppe, insalate e pizze. Proprio come i due prodotti già affermati della gamma «Herbs» e «Honey», anche le tenere fettine di carne svizzera selezionata sono una delizia sia fredde che calde.



Bell Svizzera: Premium Beef Burger di carne bovina svizzera

Tagli selezionati di carne bovina svizzera conferiscono il proprio particolare aroma alle nuove varietà di «Beef Burger» di Bell. A questo contribuiscono soprattutto l'allevamento all'aperto a misura di animale e l'alimentazione naturale del bestiame, principalmente a base di latte materno, erba e fieno. Fatte con carne senza spezie tritata grossolanamente, le due varietà «Angus» e «Simmentaler» vi consentono di scegliere il puro piacere dell'hamburger dal banco dei surgelati.



Hilcona: nuove creazioni a base di pasta per i clienti food service

Hilcona sostiene da qualche tempo i propri clienti food service con numerose innovazioni. Fra queste vi sono diverse varianti dalle forme originali come i nuovi ravioli agli spinaci a forma di cuore. Non solo hanno un bell'effetto, ma sono anche completamente vegani. Questo vale anche per le novità Agnolotti con lenticchie e curry, Tortelli all'arrabiata, Gnocchi e Spätzle. Tutti rivolti a quella categoria di clienti che nella propria dieta desidera rinunciare ai prodotti animali. Allo stesso tempo, Hilcona sta sviluppando un proprio assortimento di prodotti bio con diversi tipi di pasta. Tutte le novità di questa gamma soddisfano i rigidi criteri del marchio bio Gemma.

I nuovi ravioli agli spinaci a forma di cuore di Hilcona si fanno notare.



Sylvain&CO: leggero effetto rinfrescante con Botanic Waters

Le nuove Botanic Waters di Sylvain&CO sono particolarmente ipocaloriche.

Tutti gli argomenti parlano a favore delle nuove Botanic Waters di Sylvain&CO: contengono meno di 20 chilocalorie e nemmeno quattro grammi di zuccheri. Il loro aroma delicato è garantito da erbe regionali con marchio bio. E anche la bottiglia proviene da locali produttori svizzeri. Le innovative infusioni nelle varietà «Ortica-tiglio», «Rosmarino-coccola di rosa canina-melissa» e «Verbena odorosa-menta» arrivano puntuali per l'inizio della primavera sul mercato svizzero con le carte in regola per garantire un gradevole ristoro nei giorni caldi.

Bell Germania: le bistecche di Gourmet naturel in confezione sostenibile

Con quattro teneri tipi di bistecche, dalla fine dell'anno scorso Gourmet naturel stuzzica l'appetito dei suoi clienti del food service e dei consumatori finali invogliandoli a consumare il manzo francese Charolais. Un'altra novità è l'imballaggio sostenibile «FlatSkin». Per produrlo viene impiegato il 75% di plastica in meno rispetto a quanto richiesto per gli imballaggi convenzionali.

Inoltre, la pellicola e il cartone possono essere facilmente separati e smaltiti con la raccolta differenziata. Per il lancio della linea di bistecche, Gourmet naturel si presenta sulla homepage di nuova configurazione con il look elegante del marchio premium.

Link:
www.gourmet-naturel.com



Bell Germania: Abraham Serrano Reserva in fette sottilissime

Il prosciutto «Serrano Reserva» di Abraham viene stagionato per dodici mesi. Durante tale periodo può sviluppare il suo aroma unico e il suo gusto delicato. Questa combinazione risulta particolarmente valorizzata nella nuova versione a fette sottilissime, che Bell Germania lancerà nel 2020. La presentazione trasparente del prodotto, con una buona visuale sul ridotto spessore delle singole fette delicatamente sistemate nella confezione, assicura una presentazione accattivante.



Bell Polonia: nuove creazioni a base di salame

I sondaggi lo dimostrano: ai clienti polacchi piace variare gli insaccati da mettere sul pane. I nuovi tipi di salame che Bell Polonia sta portando nei supermercati sono proprio quello che fa per loro. La linea comprende cinque varietà, tra cui salame alle olive, al pepe verde, alle noci e di manzo, oltre a un salame, anch'esso di manzo, ma all'italiana con spezie mediterranee. Hanno tutte un alto contenuto di carne e sono senza glutine.



Bresc: ricette rivisitate per prodotti a base di pomodoro

Dall'inizio dell'anno i «Pomodori Marinati» e la «Bruschetta di Pomodoro» di Bresc si distinguono fra loro in modo più marcato. I vasetti di pomodori marinati contengono ora pezzi più grandi e sono quindi perfetti per insalate e piatti italiani. La bruschetta, invece, con la sua struttura leggermente più fine, si spalma bene sul pane. Inoltre, tutti i prodotti della filiale olandese Hügli sono stati recentemente presentati ai clienti food service con un nuovo e più uniforme design delle confezioni. • mr



Nuovi succhi e frullati di Eisberg

Una famiglia succosa



È un grande sforzo mangiare una quantità sufficiente di frutta e verdura? Non più, da quando sono usciti i nuovi succhi di frutta e frullati di Eisberg. Le sei diverse varietà hanno il sapore di una spremuta fresca – e lo conservano per quasi un mese intero. Questo grazie a un processo innovativo che non necessita di alcuna esposizione al calore.

Da Eisberg ora gusto e vitamine sono in bottiglia. «Green Boost», «Tropical Charge», «Chia Burst», «Orange Crush», «Purple Power» e «Veggie Bomb» sono i nomi dei nuovi frullati e succhi dello specialista della freschezza. Contengono solo la migliore frutta e verdura, sono naturali e vegani al 100%. La loro durata di conservazione di 28 giorni è più di cinque volte superiore a quella dei succhi e dei frullati appena spremuti.

Questo semplicemente grazie al processo intelligente utilizzato nella produzione delle nuove creazioni Eisberg. Frutta e verdura vengono prima pressate a freddo e imbottigliate. Nel secondo passaggio queste bottiglie vengono collocate in un serbatoio ad alta pressione. Qui viene generata una pressione dell'acqua paragonabile a quella misurabile a 60 chilometri sotto il livello del mare. In questo modo, i germi vengono uccisi mentre gli ingredienti delicati vengono conservati.

Questo metodo che consente di conservare gli alimenti viene chiamato «High Pressure Processing», in breve «HPP». A differenza dei succhi di frutta pastorizzati dove si usa il calore, in questo caso il gusto e le vitamine non hanno alcuna possibilità di disperdersi.

«L'HPP è un processo già consolidato nel settore dei succhi di frutta», spiega Martin Wohlwend, responsabile Business Development/Communication. «Ma è una tec-

nologia interessante anche per vari altri prodotti pronti come zuppe, salse e hummus o per prosciutto e insaccati.»

È alla fine dello scorso anno che Eisberg ha lanciato la sua nuova famiglia di succhi. Il primo mercato di destinazione è la Svizzera, e in caso di successo l'Austria potrebbe seguire presto a ruota. Presentazioni e degustazioni delle bombe vitaminiche fruttate in occasione di fiere e presso i clienti esistenti e potenziali accompagnano il lancio.

Con il nuovo concetto, Eisberg si rivolge inizialmente soprattutto agli esercizi di ristorazione. Per loro, queste bevande hanno, tra l'altro, il grande vantaggio pratico di non necessitare di un'apposita macchina per offrire agli ospiti un'esperienza gustativa al pari di quella di una spremuta fresca. Così non sono più necessarie neanche la pulizia e la manutenzione della macchina, spesso molto dispendiose. Naturalmente i prodotti sono interessanti anche per il commercio al dettaglio e la gastronomia di sistema.

Il premio per il modo più semplice e gustoso di approvvigionarsi della razione giornaliera di frutta e verdura va così indubbiamente ad Eisberg. • mr

Con il nuovo concetto Eisberg si rivolge agli esercizi di ristorazione.



Da un ruolo secondario a quello da protagonista

Ecco fatta l'insalata

Il ruolo dell'insalata è cambiato: se solo 50 anni fa era uno dei contorni meno apprezzati, ora si è trasformata in un piatto forte molto gettonato. Un trend che anche Eisberg ha contribuito a plasmare. Dopo tutto, l'azienda è stata un pioniere delle insalate in busta pronte da preparare.

L'insalata apporta più acido folico di altre varietà di verdura.

Con del formaggio sul panino a colazione, con petto di pollo come piatto unico a pranzo o con vinaigrette e crostini nell'antipasto – l'insalata funziona sempre. Perché le foglie verdi e fragranti si adattano perfettamente allo stile di vita attuale. Ma chi pensa che mangiare insalata sia una moda del 21° secolo si sbaglia di grosso. Già nell'antichità si mangiavano verdure crude, spesso condite con olio, aceto e sale. E infatti il termine «insalata» deriva dal latino «salus» che significa «salato». Le lattughe sono state coltivate in modo mirato in Europa centrale, a partire dall'ottavo secolo d.C. circa. Come per molti altri alimenti, anche in questo caso i pionieri sono stati i

monaci nei monasteri. Fino alla metà del XX secolo, l'insalata era considerata più un contorno, mentre oggi è diventata un elemento indispensabile di molti menu in cui riveste il ruolo di variegato piatto principale.

Gli ingredienti contemplati per definire un piatto «insalata» sono cambiati notevolmente nel corso degli anni. Se nel Medioevo la podagraria o girardina silvestre appariva ancora di frequente nella lista delle vivande, oggi viene combattuta come una fastidiosa erba infestante. Al contrario, la rucola, a lungo disdegnata per via del sapore piccante, è ora diventata una varietà di tendenza. Anche il termine «insalata» utilizzato spesso per indicare l'insalata verde non è del tutto preciso. Dopotutto esistono anche l'insalata di würstel e l'insalata di patate.

Le verdure a foglia per insalata si suddividono in due gruppi: le lattughe e le cicorie. Casi particolari sono la valerianella e la rucola, che provengono da altre famiglie. Il genere Lactuca

Le varietà più vendute di Eisberg

Già nell'antichità si mangiava l'insalata.

comprende ad esempio le lattughe e la «foglia di quercia», mentre il genere Cichorium la cicoria e le indivie. Ciò che tutte le varietà hanno in comune è l'essere costituite per circa il 95% da acqua, per cui sono molto povere di calorie.

Il contenuto di nutrienti dell'insalata cambia da varietà a varietà. La cicoria, l'indivia e il radicchio sono particolarmente ricchi di vitamine e minerali. Numerose varietà apportano anche più acido folico rispetto ad altre verdure. Si dice inoltre che le sostanze vegetali secondarie contenute nelle insalate contribuiscano a ridurre l'ipertensione e a prevenire il diabete e alcuni tipi di cancro.

Acquistata sfusa alla bancarella del mercato o nella pratica busta Eisberg – l'insalata va consumata il più presto possibile dopo l'acquisto. Tuttavia, se un cespo di lattuga è stato dimenticato in frigorifero, c'è un semplice trucco: messe in una ciotola di acqua fredda con un cucchiaino di zucchero, le foglie appassite riacquistano la loro fragranza già dopo qualche minuto. • *mr*

In estate



Iceberg

Chi ama l'insalata particolarmente fragrante ama queste conchiglie verdi, che hanno dato anche il nome all'azienda Eisberg. A differenza di altri componenti più delicati di questo genere, la iceberg sopporta bene il trasporto e può sopravvivere anche per qualche giorno nello scomparto delle verdure del frigorifero senza rovinarsi.



Insalata riccia

Il suo aspetto e il suo sapore amaro lo lasciavano già sospettare: fa parte della famiglia delle indivie. Il consumo delle sue foglie esterne è particolarmente consigliato, perché contengono molte sostanze amare che stimolano il metabolismo.



Lattuga

Un tempo era il classico esempio di insalata, e ancora oggi le sue tenere foglie hanno molto da offrire, soprattutto alle persone attente alla nutrizione: un'alta concentrazione di fibre con poche calorie. Essendo molto delicata, va messa in tavola il prima possibile.

In inverno



Valerianella

È la variante classica per la stagione fredda, in quanto può facilmente resistere a temperature fino a -15°. Inoltre, per il suo contenuto di vitamina C occupa il primo posto fra le insalate a foglia.



Cicoria pan di zucchero

Con la sua nota amarognola arricchisce spesso il sapore delle insalate miste. La cicoria pan di zucchero ha inoltre una più lunga durata di conservazione ed è apprezzata anche per il suo effetto positivo sullo stomaco e sull'intestino.



Scarola

Questa pianta robusta può essere raccolta fino a dicembre. Per il suo aroma amarognolo, è adatta non solo come insalata, ma anche per essere stufata o utilizzata come ingrediente per le zuppe.

Un apprendista alla Bell è pronto per la under 17 della EHC Basel di hockey su ghiaccio

«Una buona formazione è molto importante per me!»

Jan Reist gioca ad hockey su ghiaccio da quando aveva sei anni. Dieci anni dopo è riuscito a entrare nella squadra juniores di élite della EHC Basel ed è titolare di una «Swiss Olympic Talent Card», consegnata a giovani particolarmente talentuosi e meritevoli di sostegno. Dalla scorsa estate segue inoltre una formazione in informatica presso Bell. Nell'intervista su LOOK! Jan Reist e Andreas Bègré, responsabile della formazione professionale presso Bell Svizzera, raccontano come è possibile conciliare apprendistato e sport agonistico.

Signor Bègré, come le è venuta l'idea di assumere per la prima volta con Reist un giovane atleta agonista come tirocinante? Da tempo avevamo pensato di sostenere gli sportivi di talento con delle offerte formative. Riteniamo che questo faccia parte della responsabilità sociale che noi, come grande azienda, abbiamo nei confronti della società. Con Jan Reist questo desiderio si è tuttavia realizzato piuttosto inaspettatamente. Al colloquio di assunzione infatti non ci aveva detto nulla della portata del suo impegno sportivo.

Come mai non lo ha reso noto, signor Reist? Prima di tutto, era importante per me ricevere una buona formazione. Lo sport veniva al secondo posto. Per questo non ne ho fatto menzione nella domanda di assunzione. Solo dopo la risposta affermativa ci siamo accordati che avrei potuto continuare a giocare e ad allenarmi.

Signor Bègré, l'assunzione del signor Reist ha necessitato di una particolare preparazione? Abbiamo preso accordi preliminari con i suoi genitori, il suo allenatore e l'Ufficio dello sport per definire tutti i punti chiave. Poi abbiamo stipulato un accordo suppletivo al contratto di apprendistato. Questo prevede, ad esempio, che ogni martedì pomeriggio gli venga lasciato libero per l'allenamento.

Sente molto il doppio peso della formazione e dello sport agonistico, signor Reist? È sicuramente molto faticoso. A volte vorrei tornare a casa dopo il lavoro e passare del tempo con i miei amici. Ma dà anche molta soddisfazione. È bello soprattutto il fatto che tutti i miei colleghi siano così gentili e mi diano anche una mano quando il tempo stringe. Mi sono sentito in buone mani fin dall'inizio, anche se a 16 anni sono il più giovane della squadra.



Jan Reist assieme ad Andreas Bègré, responsabile della formazione professionale presso Bell Svizzera



Signor Bègré, qual è la sua prima conclusione a un po' più di sei mesi dall'inizio della formazione? Siamo tutti molto sorpresi di quanto bene e rapidamente Jan si sia integrato nella nostra azienda. Penso che anche sul posto di lavoro metta a frutto quelli che sono dei prerequisiti per lo sport. Ad esempio è molto bene organizzato e sa che ci si deve impegnare se si vuole avere successo. Inoltre, si nota subito che gioca bene in squadra.

Signor Bègré, la formazione di atleti agonisti viene proposta in ogni settore alla Bell? Nel settore amministrativo l'attuazione è certamente più semplice, in quanto abbiamo maggiori margini di manovra negli orari di lavoro grazie all'orario flessibile.

Signor Reist, qual è il suo traguardo sportivo più ambito? Sarebbe fantastico per me poter giocare un giorno nella National League.

E cosa succederebbe se dovesse davvero partecipare ai Giochi Olimpici con la squadra nazionale, signor Bègré? Ne saremmo molto contenti e loosterremmo per far sì che la sua formazione non abbia a soffrirne. • mr

«Si nota subito che Jan gioca bene in squadra.»

Bell è una «azienda di formazione favorevole allo sport di prestazione»

Il fatto che Jan Reist sia un promettente novizio dell'hockey è dimostrato dalla «Swiss Olympic Talent Card» che detiene dal mese di agosto dell'anno scorso. Viene assegnata agli atleti di talento dalla «Swiss Olympic», l'organizzazione mantello dello sport svizzero, e dal comitato olimpico nazionale. La tessera intende dimostrare ai comuni, alle scuole e anche ai potenziali datori di lavoro che il titolare è particolarmente degno di sostegno per le prospettive di successo della sua carriera sportiva.

Aziende come Bell, che offrono posti di apprendistato a questi talenti, li aiutano a costruire un pilastro professionale oltre alla carriera sportiva. Per loro, «Swiss Olympic» ha lanciato il marchio «Azienda di formazione favorevole allo sport di prestazione». Chiunque lo rechi, deve soddisfare vari requisiti. Tra questi, ad esempio, un programma flessibile che permette agli atleti di adattare il loro orario di lavoro agli allenamenti sportivi e alle gare.

Bell aveva avuto esperienze di assunzione di atleti agonisti anche prima dell'assunzione del giovane giocatore di hockey su ghiaccio. Da due anni, il bobbista professionista Simon Friedli lavora come cuoco nel ristorante aziendale di Oensingen. In tale contesto Bell ha già ricevuto il riconoscimento «Datore di lavoro favorevole allo sport di prestazione», anch'esso assegnato da «Swiss Olympic».





Sensibilizzazione sul tema dell'intervento tempestivo

AFFRONTARE I PROBLEMI INVECE DI IGNORARLI O FINGERE DI NON VEDERLI

Affrontare per tempo le situazioni professionali difficili o le sfide private per poter trovare subito insieme delle soluzioni è l'obiettivo principale dell'intervento tempestivo nell'ambito della gestione della salute sul posto di lavoro. Il motto è affrontare i problemi invece di ignorarli o fingere di non vederli e agire per trovare una soluzione a beneficio di tutti.

La nostra condizione psichica e fisica ha un grande influsso sul nostro rendimento in ambito lavorativo. Se dormiamo male, siamo stanchi e facciamo più fatica a lavorare per l'intera giornata, quindi la sera successiva andiamo a letto un po' prima. Non tutti i problemi possono tuttavia essere eliminati dalla faccia della terra con una buona notte di

Stress e tensioni gravi e continue possono avere conseguenze negative sulla salute.

sonno. Stress e tensioni gravi come limitazioni dovute a problemi di salute, situazioni lavorative sfavorevoli, preoccupazioni finanziarie o difficoltà nell'ambiente sociale spesso non sono così facili da controllare e possono anche compromettere la nostra salute, soprattutto se persistono a lungo.

Nella maggior parte dei casi queste condizioni non possono che avere conseguenze negative sulla nostra vita lavorativa di tutti i giorni. Nel peggiore dei casi, non siamo più in grado di svolgere la nostra mansione, con conseguente

sonno. Stress e tensioni gravi come limitazioni dovute a problemi di salute, situazioni lavorative sfavorevoli, preoccupazioni finanziarie o difficoltà nell'ambiente sociale spesso non sono così facili da controllare e possono anche compromettere la nostra salute, soprattutto se persistono a lungo.

Nella maggior parte dei casi queste condizioni non possono che avere conseguenze negative sulla nostra vita lavorativa di tutti i giorni. Nel peggiore dei casi, non siamo più in grado di svolgere la nostra mansione, con conseguente

interruzione del rapporto di lavoro. Dopo un'interruzione della vita lavorativa di oltre sei mesi, tuttavia, secondo le statistiche, il reinserimento nell'ultimo posto di lavoro è possibile solo in appena la metà dei casi. E a seguito di un'interruzione di oltre un anno, le possibilità di reinserimento si riducono al 20%.

Di conseguenza si fa chiaro quanto sia importante riconoscere e affrontare tali stress e tensioni in una fase iniziale. La gestione della salute sul posto di lavoro conferisce quindi grande importanza al cosiddetto intervento tempestivo, al riconoscimento precoce e alla gestione confidenziale delle situazioni di stress tra i collaboratori. In questo modo, tali situazioni possono essere affrontate congiuntamente in tempo utile e i risultati sono spesso più facili da ottenere e si ha più tempo per trovare soluzioni.

La percezione consapevole

Le anomalie osservate o le interpretazioni personali possono servire come indizio per un possibile intervento tempestivo: una persona del team è palesemente molto demotivata e questo ingenera fluttuazioni del rendimento? I collaboratori si mettono sempre più spesso in disparte durante il lavoro o durante il pranzo e si sottraggono alle interazioni sociali? Un membro del team ha improvvisamente bisogno di un supporto costante per mansioni che un tempo svolgeva in modo autonomo? Sia i cambiamenti o le condizioni fisiche e personali che le frequenti assenze possono essere indicatori di una situazione difficile.

Un segno di apprezzamento

Fare il primo passo e chiedere a un membro del team un colloquio confidenziale richiede sempre un certo sforzo – dopo tutto, è possibile che la persona interessata rifiuti il supporto offerto o addirittura percepisca la conversazione come un tentativo di controllo. È anche possibile che una situazione venga giudicata male e che non sussista alcun problema.

Non è sempre facile affrontare le situazioni complesse e trovare soluzioni personalizzate. Tuttavia è fondamentale che una situazione venga affrontata, perché, pur non perfetta qualsiasi, soluzione è meglio che non

I vostri interlocutori

I vostri superiori

La gestione della salute sul posto di lavoro è un'importante mansione direttiva nell'ambito dei processi lavorativi quotidiani. Se possibile, contattate il vostro dirigente o superiore e illustrategli quello che vi preoccupa.

Risorse umane

I responsabili delle risorse umane sono pronti ad ascoltare le vostre preoccupazioni e a sostenervi nella ricerca di soluzioni. Insieme a voi, l'ufficio Risorse Umane coordina le fasi successive, vi indirizza ai reparti competenti e vi assiste nell'adattamento del posto di lavoro o nel reinserimento nel vostro posto di lavoro.

Rappresentanti dei lavoratori presso Bell Svizzera

Qui potete discutere della vostra situazione, ad esempio confrontandola con situazioni simili che i rappresentanti dei lavoratori hanno già affrontato. Dopodiché potrete valutare assieme ulteriori possibilità.

Servizi sociali Coop

Un aiuto esterno da parte di assistenti sociali formati per creare insieme nuove prospettive.

Assicurazione d'indennità giornaliera in caso di malattia/Case Management

In caso di problemi fisici o psichici, l'assicurazione d'indennità giornaliera in caso di malattia SWICA può fornire un sostegno adeguato alla situazione tramite case manager il cui compito principale è quello di assicurare che i collaboratori rimangano o si reintegrino nel mondo del lavoro. Allo stesso tempo, al momento opportuno viene assicurato un importante coordinamento con le varie altre parti coinvolte, come i medici, le assicurazioni private e pubbliche, le risorse umane e i superiori.

averne. Anche se è difficile affrontare i problemi che possono verificarsi, è ancora peggio perdere collaboratori competenti e membri del team a causa della mancata adozione di misure adeguate. E il fatto che ci prendiamo cura dei nostri colleghi e ci confrontiamo con loro con attenzione è sempre un segno di apprezzamento reciproco. • sh

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

Anniversari

LOOK! si congratula con i pensionati da marzo a maggio 2020

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Francisco Fernandes Terrao, 3 gennaio, Geiser AG, Schlieren (*supplemento*)
Doendue Balbay, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Adamah Djagoue, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Geneviève Douve, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Emmanuel Ensinger, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Arnaud Fleurigeon, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Simon Ketterlin, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Janine Mermoud, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Daniel Schmid, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Oensingen
Huguette Zufferey, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Cheseaux
Fadime Aslan, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Roland Litzler, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Ludovic Pasquini, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Satheeskumar Arunthavarajah, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Martin Birrer, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Bernhard Ernst, 1 maggio, Geiser AG, Schlieren
Prapahary Yogeswaran, 8 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Krist Gjoka, 10 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Revathy Valentine, 29 maggio, Bell Svizzera SA, Zell

25 anni di servizio

Gunabalasingam Sinniah, 2 marzo, Bell Svizzera SA, Zell
Franz Fellmann, 18 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Ranjitham Rajeswaran, 18 aprile, Bell Svizzera SA, Oensingen
Huseyin Temel, 18 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Philippe Devidal, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Cheseaux
Tarkan Günes, 2 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Christophe Hugel, 8 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Mark Milici, 8 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Eric Eckert, 22 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea

30 anni di servizio

Jean-Claude Senn, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Basilea
Josef Brunner, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Zell
Christophe Glasser, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Hélène Stackler, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
Othmar Zettel, 1 aprile, Bell Svizzera SA, Zell
Saiyut Niyomdee, 9 aprile, Bell Svizzera SA, Oensingen
Marco Ghidini, 24 aprile, Bell Svizzera SA, Oensingen
Philippe Haeflinger, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Roland Tschirhart, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Frederic Vonesch, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Alain Weingartner, 1 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Serge Guerrero, 17 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Zahia Goudjil, 21 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Christophe Thiebo, 28 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea

35 anni di servizio

Herbert Krucker, 1 marzo, Bell Svizzera SA, Oensingen
Dragan Simic, 2 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea
François Bodein, 2 maggio, Bell Svizzera SA, Basilea
Daniel Grand, 6 maggio, Bell Svizzera SA, Cher-Mignon

40 anni di servizio

Hansjörg Mathys, 14 aprile, Bell Svizzera SA, Basilea

45 anni di servizio

Ferdinand Schärer, 12 maggio, Bell Svizzera SA, Zell

Pensionamenti

Rudolf Hess, 31 gennaio, Bell Svizzera SA, Oensingen (*supplemento*)
Gueluezar Kranc-cedin, 31 gennaio, Bell Svizzera SA, Oensingen (*supplemento*)
Vait Asani, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Basilea (*supplemento*)
Monika Büetiger, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Basilea (*supplemento*)
Hasan Sirin, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Oensingen (*supplemento*)
Rolf Boss, 20 aprile, Bell Svizzera SA, Oensingen
Manfred Erb, 30 aprile, Bell Svizzera SA, Zell
Ramazan Dervisovski, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Gustin Shala, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Zell

Pensionamenti anticipati

Theres Fazekas, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Oensingen (*supplemento*)
François Schicklin, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Basilea (*supplemento*)
Hansruedi Schneider, 29 febbraio, Bell Svizzera SA, Oensingen (*supplemento*)
Almerinda Anastacio, 31 marzo, Bell Svizzera SA, Cheseaux
Sabine Fritz, 31 marzo, Bell Svizzera SA, Zell
Zef Musaj, 31 marzo, Bell Svizzera SA, Zell
Markus Balmer, 31 maggio, Geiser AG, Schlieren
François Bodein, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Roza Dushi, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Zell
Römy Magnin, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Cheseaux
Aimé Masson, 31 maggio, Bell Svizzera SA, Cheseaux

Decessi

Uthayakumar Eliyathamby, 25 dicembre, Bell Svizzera, Zell

Bell International

20 anni di servizio

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

Convenience

20 anni di servizio

Alexander Ternovski, 3 gennaio, HFC GmbH, Bad Wünnenberg (*supplemento*)
Izabela Ryszka, 13 gennaio, Eisberg Polonia, Legnica (*supplemento*)
Gertrud Engler, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan
Martina Traub, 1 marzo, Hügli, Radolfzell
Winfried Keller, 1 marzo, Hügli, Radolfzell
Svetlana Schierling, 2 marzo, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Muniba Nukic, 9 marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Giuseppe Gerometta, 13 marzo, Hügli, Radolfzell
Christian Guggisberg, 13 marzo, Eisberg AG, Dällikon
Ralf Lichtenberg, 1 aprile, Hügli, Radolfzell
Eva Unterberger, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan
Raffaele Gagliardi, 3 aprile, Hügli, Radolfzell
Michael Ruber, 17 aprile, Hilcona AG, Schaan
Stefan Cautillo, 1 maggio, Hügli, Steinach
Comi Mauro, 22 maggio, Hügli, Brivio

25 anni di servizio

Manuel Riveiro Romero, 1 gennaio, Hilcona AG, Schaan (*supplemento*)
Ramona Balossi, 8 febbraio, Hügli, Brivio (*supplemento*)
Heike Lettau, 1 marzo, Hügli, Radolfzell
Jürgen Heichele, 13 marzo, Hügli, Radolfzell
Manuel Castro Fialho, 27 marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Lynne Chew, 30 marzo, Hügli, Redditch
Ingrid Bingger, 1 aprile, Hügli, Radolfzell
Beate Sailer, 3 aprile, Hügli, Radolfzell
Eva Dan, 3 aprile, Hügli, Radolfzell
Irene Hinz, 3 aprile, Hügli, Radolfzell
Thomas Bodenmann, 1 maggio, Hügli, Steinach
Isolde Bäuerle, 1 maggio, Hügli, Radolfzell
Nizama Talovic Selimovic, 8 maggio, Hilcona Gourmet SA, Orbe

30 anni di servizio

Johannes Kraessig, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan
Frank-Michael Hins, 1 aprile, Hügli, Radolfzell
Andreas Pasqualini, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan
Robert Reber, 1 aprile, Hügli, Steinach

25 anni di servizio

Irina Richert, 14 febbraio, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*supplemento*)
Petra Schwolow, 6 marzo, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

30 anni di servizio

Doris Schulte, 1 gennaio, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Haselünne (*supplemento*)
Walter Kegel, 1 febbraio, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*supplemento*)
Jürgen Blancke, 5 marzo, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

35 anni di servizio

Anke Kleemann, 1 gennaio, Bell Production Services GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*supplemento*)

Pensionamento

Erich Berghammer, 30 aprile, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Decessi

Thomas Vorlíček, 28 dicembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Annemarie Kroiss, 2 aprile, Hügli, Radolfzell
Rene Kennecke, 1 maggio, Hügli, Radolfzell
Ulrike Wiedenbauer, 2 maggio, Hügli, Hard
Stéphane Goy, 7 maggio, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Mario Kuschny, 14 maggio, Hilcona AG, Schaan

35 anni di servizio

Christian Lerch, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan
Torsten Rix, 1 marzo, Hügli, Radolfzell
Klaus Steppacher, 18 marzo, Hügli, Radolfzell
Bernard Ruppenner, 4 aprile, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Sieglinde Riester, 29 aprile, Hügli, Radolfzell
Bernd Wurster, 1 maggio, Hilcona AG, Schaan

40 anni di servizio

Bruno Jud, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan

Pensionamenti

Miroslaw Fugiel, 6 gennaio, Eisberg Polonia, Legnica (*supplemento*)
Żak Danuta, 27 gennaio, Eisberg Polonia, Legnica
Oscar Bel, 31 gennaio, Granovita SAU, La Vall d'Uixó
Irina Wagner, 31 gennaio, Hügli, Radolfzell
Christian Otte, 31 gennaio, Hilcona AG, Schaan
Franz Kuhn, 29 febbraio, Hilcona AG, Schaan
Zymrije Berisha, 31 marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Frank-Jürgen Müller, 31 marzo, Hügli, Radolfzell
Johannes Krässig, 30 aprile, Hilcona AG, Schaan
Jürgen Schwarz, 30 aprile, Hilcona AG, Schaan
Pius Calzaferrì, 31 maggio, Hilcona AG, Schaan
Werner Hofmänner, 31 maggio, Hilcona AG, Schaan
Margreth Huber, 31 maggio, Hilcona AG, Schaan
Karin Papenfuss, 31 maggio, Hügli, Radolfzell
Klaus Steppacher, 31 maggio, Hügli, Radolfzell

Pensionamenti anticipati

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

Lo Hügli Sportclub di Steinach esiste già da oltre 40 anni

Una comunità coinvolgente

Quando non è solo un collaboratore del Bell Food Group a dedicarsi a un'interessante attività per il tempo libero, ma ben 90, alla redazione di LOOK! non resta altro che rinominare la rubrica «Il mio hobby» senza tanto esitare in «Il nostro hobby». Questa circostanza si verifica nello Hügli Sportclub di Steinach. Più volte all'anno i suoi soci si riuniscono per fare attività insieme – o anche per trascorrere una serata conviviale. E questo da oltre 40 anni.

Informazioni sul Club

Nome: Hügli Sportclub
Sede: Steinach
Fondazione: 1976
Numero di soci: circa 90

A volte montano i cosiddetti Töffli – o motorini, come li chiamano i non svizzeri – e attraversano l'Appenzello scoppiettando. Altre volte si fanno mostrare dalla pluricampionessa nazionale austriaca Daniela Müller i trucchi più utili del tennis da tavolo. Oppure fanno roteare i bastoni elastici dell'«hornuss», uno sport nazionale svizzero in cui una squadra colpisce sul campo un piccolo disco di plastica, l'«hornuss», e l'altra deve usare delle pale di legno per evitare che il disco tocchi il suolo.

Attività straordinarie come questa rappresentano un hobby comune dei membri dell'Hügli Sportclub di Steinach. Attualmente il club conta circa 90 soci. Non ne fanno parte solo i colleghi delle sedi Hügli di Steinach e San Gallo, ma anche i loro parenti e gli ex dipendenti e pensionati.

Le nuove discipline sportive da provare vengono scelte dai soci stessi. Il club raccoglie le richieste in merito all'inizio di ogni anno. In occasione dell'assemblea generale annuale di marzo si vota poi su ciò che questo attivo gruppo farà insieme nei mesi successivi.

«Nella preselezione delle proposte, ci assicuriamo che ci sia un buon mix di eventi estivi e invernali», dichiara il Presidente del club Rolando Vidi che organizza gli eventi assieme al Consiglio direttivo.

Il gruppo si riunisce sei o sette volte all'anno, il giovedì o il venerdì dopo le 16.00, per fare qualcosa. E dato che lo sport risveglia notoriamente l'appetito, di solito dopo si va a cena. Natural-

mente, se possibile presso i clienti Hügli del settore della ristorazione, in modo che così anch'essi possano beneficiare del club sportivo.

Oltre agli eventi impegnativi dal punto di vista fisico, ci sono anche occasioni più sociali, come l'annuale «Lotteria di San Nicola» nel periodo di San Nicola. «Questa serata, in cui si possono vincere alla lotteria un sacco di interessanti regali dei fornitori, è un momento clou per noi ogni anno», racconta Rolando Vidi.

Lo Hügli Sportclub venne fondato nel lontano 1976. All'inizio, l'enfasi principale era sulla corsa e sul calcio. Il club ha anche partecipato a partite di calcio internazionali tra le squadre Hügli di Svizzera, Germania e Austria. Inoltre, in inverno «si faceva ginnastica», come si diceva allora, tutti assieme una volta alla settimana in una palestra.

A seguito del calo dei soci, negli ultimi anni i responsabili hanno cambiato radicalmente questa consuetudine. «Ora proviamo soprattutto sport non molto comuni», così Rolando Vidi spiega il concetto. Il risultato: i soci sono più che raddoppiati negli ultimi dieci anni e il club è diventato molto più giovane.

Qualcosa è tuttavia rimasto invariato: le attività congiunte promuovono la cooperazione tra tutti i reparti e i livelli gerarchici. E questo ha un effetto positivo sull'atmosfera di tutta l'azienda a Steinach. •mr

Sport aziendale

In Germania le prime organizzazioni sportive aziendali sono state create alla fine del 19° secolo, in Svizzera invece negli anni '20 del secolo scorso, quando le società calcistiche officiose di Ciba, Geigy e Sandoz divennero club sportivi aziendali ufficiali. Già allora le aziende speravano che le attività sportive avrebbero avuto un impatto positivo sulla salute e sulle prestazioni della loro forza lavoro. Oggi lo sport aziendale è diventato un must nella gestione della salute sul posto di lavoro. E la gamma di attività offerte va ben oltre i classici come le partite di calcio o la corsa.



Le nuove discipline sportive da provare vengono scelte dai soci stessi.



A Schaan, Hilcona produce a impatto zero in termini di CO₂ grazie all'utilizzo del calore emesso

Hilcona a tutto vapore nel rispetto dell'ambiente

Hilcona punta da dieci anni sull'energia ecologica nella produzione di alimenti a impatto climatico zero: grazie allo sfruttamento del calore prodotto dal vicino impianto di incenerimento dei rifiuti attraverso un vaporedotto appositamente costruito, la sede di Schaan produce a impatto zero in termini di CO₂.

La sostenibilità non è una moda, bensì un'espressione di rispetto.

Il ponte energetico dell'inceneritore di Buchs, in Svizzera, è in funzione da ben dieci anni. Da allora, Hilcona e altre due aziende di Schaan vengono rifornite di energia da vapore attraverso un vaporedotto. Solo nel 2019, nello stabilimento di Hilcona sono stati risparmiati sei milioni di litri di gasolio da riscaldamento, che corrispondono al fabbisogno di 4200 famiglie. Grazie alla costruzione del vaporedotto, il calore residuo generato dall'incenerimento dei rifiuti nella vicina Buchs può essere utilizzato come energia per la trasformazione degli alimenti.

16'000 tonnellate di CO₂ in meno

Lo sfruttamento del vapore consente quindi un risparmio di 16'000 tonnellate di CO₂. «Abbiamo deciso di intensificare ulteriormente i nostri sforzi nel campo della sostenibilità, in particolare alla luce della nostra crescita economica», spiega il CEO Martin Henck. «Rientrano in questo quadro ad esempio l'impiego consapevole di materie prime regionali coltivate con cura, nuovi prodotti con un bilancio

ecologico migliorato, imballaggi ecologici e una continua ottimizzazione dei nostri processi. Vediamo questo processo come un percorso di miglioramento continuo. La realizzazione del vaporedotto ci ha fatto compiere un grande passo avanti permettendoci già da dieci anni di utilizzare come fonte di energia il calore emesso e di ottenere un impatto zero sul clima».

Gusto, salute, ambiente

Anche i clienti Hilcona cambiano. I consumatori vogliono adottare una dieta sana e raffinata con un impatto minimo sull'ambiente. In passato, l'attenzione era rivolta al gusto. Oggi una sana alimentazione e la sostenibilità sono molto più apprezzate. Hilcona intende apportare un contributo quantificabile alla protezione delle risorse. Martin Henck sottolinea: «Non prendiamo la sostenibilità come una moda, ma piuttosto come un'espressione di rispetto per il prossimo e per la natura da cui in ultima analisi dipendiamo.» • Markus Amann è responsabile della comunicazione presso Hilcona a Schaan