

LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

03 2020



*Un impegno
per il futuro*

BELL
FOOD
GROUP





Contenuti

Dall'azienda

- 4 Core business in forte sviluppo**
Soddisfacente risultato semestrale del Bell Food Group
- 5 Approfittate della partecipazione agevolata al Bell Food**
Azioni per collaboratori
- 5 Perbál e Saint-André**
Cessione di attività in Ungheria e Francia

In sintesi

- 6 PrimaVita inizia da Amazon**
Nuova linea di prodotti di Hügli
- 6 I ronzi di Hilcona**
Una casa per le api
- 7 Buona collaborazione in Austria**
Hügli coopera con TOP-TEAM Zentraleinkauf
- 7 In televisione**
Nuovo spot pubblicitario di Bell France
- 7 Eisberg è un «Superbrand»**
Riconoscimenti in Ungheria

Lavorare presso il Bell Food Group

- 8 Ciao, buona fortuna e arrivederci**
Apprendisti presso il Bell Food Group
- 10 Un dialogo da pari a pari**
Primo contratto collettivo di lavoro nel settore convenienze svizzero
- 12 I nostri «vecchi maestri del lavoro»**
A colloquio con collaboratori di lunga data

Nella sede di...

- 16 «Siamo tutti amanti dell'alimentazione sana»**
Prodotti vegetariani e a base di pasta fatti a mano
- 18 Change of Colours**
Bell sostiene l'arte urbana a Basilea

Storia di copertina

- 22 Un impegno per il futuro**
La sostenibilità presso il Bell Food Group

Sostenibilità e innovazione

- 27 La qualità è prioritaria rispetto alla rapidità**
Intervista al fondatore di Mosa Meat Mark Post

Le persone fanno la differenza

- 28 Per noi e il nostro pianeta**
I dipendenti del Bell Food Group sul tema della sostenibilità

Anniversari

- 30 Anniversari**
LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra settembre e novembre 2020

Concorso

- 33 Vinci una giornata tutta per te!**
Quesito del concorso

Il nostro mondo del piacere

- 34 Oggi niente pollo?**
A tu per tu con pollo, tacchino e faraona
- 36 Dalla Savoia all'Asia**
Le novità del Bell Food Group che fanno viaggiare anche stando a casa

Ecco come funziona la qualità

- 40 Alla ricerca dei migliori**
Sybille Walpert e Christian Nigg reclutano personale per la produzione

Ci assumiamo le nostre responsabilità

Gentili collaboratrici e collaboratori

Gli ultimi mesi ce lo hanno dimostrato in modo chiaro: solo se ognuno di noi apporta il proprio contributo alla società e non bada esclusivamente al suo benessere personale, possiamo riuscire a fronteggiare sfide globali.

In qualità di Bell Food Group ci assumiamo le nostre responsabilità nei confronti della società e dell'ambiente, impegnandoci a favore della sostenibilità. La nostra azienda è infatti un datore di lavoro equo nei vostri confronti, cari collaboratori, e un attore economico responsabile che punta a un sano sviluppo aziendale.

Collaboratori motivati e capaci sono indispensabili per il successo di un'azienda e rappresentano la pietra miliare per i 150 anni di storia del Bell Food Group. Gli elementi imprescindibili di uno sviluppo sostenibile non sono quindi solo dati stabili e un'attenzione responsabile nei confronti dell'ambiente, ma anche l'incentivazione e lo sviluppo dei collaboratori.

Sono quindi particolarmente soddisfatto che quest'estate 54 apprendisti abbiano iniziato una formazione presso il Bell Food Group e 44 abbiano completato con successo il loro apprendistato o studio. Sono orgoglioso, nonostante la carenza di lavoratori qualificati e di apprendisti, della nostra capacità di entusiasmare, convincere e incentivare al nostro lavoro un numero così elevato di giovani. I giovani lavoratori qualificati sono alla base del nostro futuro, nonché un elemento fondamentale del nostro sviluppo sostenibile.

Una delle nostre tre missioni aziendali, la sostenibilità, è una componente centrale del nostro DNA, insieme alla qualità e alla bontà. Con il nostro nuovo Rapporto sulla Sostenibilità, lo stiamo dimostrando ora anche al mondo esterno. In questo modo ci distinguiamo dalla concorrenza e vogliamo essere d'esempio nel nostro settore.

Per raggiungere questo obiettivo, dobbiamo viverlo giorno per giorno e assumere consapevolezza della nostra responsabilità.

Lorenz Wyss
Presidente della Direzione del Gruppo

Facendo parte di una lunga e ampia catena del valore, abbiamo una responsabilità particolare. Attraverso i nostri valori, le nostre decisioni e le nostre azioni, influenziamo direttamente o indirettamente numerosi attori, siano essi fornitori, partner commerciali e clienti, produttori o agricoltori.

A tal fine è inoltre essenziale che noi siamo un partner affidabile e stabile per i nostri stakeholder. Nell'ultimo semestre abbiamo dimostrato di essere in grado di mantenere inalterata la nostra capacità di consegnare la merce in ogni momento, anche durante questa eccezionale situazione di crisi. Dobbiamo questo successo a voi, cari collaboratori. Senza il vostro impegno non sarebbe stato possibile ottenerlo.



Soddisfacente risultato semestrale del Bell Food Group

CORE BUSINESS IN FORTE SVILUPPO

Nel primo semestre del 2020, segnato dalla pandemia da coronavirus, il Bell Food Group è riuscito a ottenere buoni risultati. Il core business della carne e degli alimenti a base di carne nel canale di vendita al dettaglio ha registrato un trend positivo. Da questo andamento traggono beneficio in particolare le divisioni Bell Svizzera e Bell International.

Andamento del business	2019	2020	+/-	Di cui:			
				Valuta	Acquisizione/cessione	Operativi	%
Bell Food Group							
Volume di vendita in milioni di kg	266.7	259.8	-6.9	-	-7.5	0.6	0.2 %
Fatturato in milioni di CHF	2 023.0	1 995.3	-27.7	-45.1	-41.9	59.3	2.9 %
Bell Svizzera							
Volume di vendita in milioni di kg	61.7	62.6	1	-	-	1	1.6 %
Fatturato in milioni di CHF	982.0	1 019.7	37.7	-	-	37.7	3.8 %
Bell International							
Volume di vendita in milioni di kg	107.7	102.4	-5.3	-	-7.5	2.2	2.0 %
Fatturato in milioni di CHF	513.7	481.9	-31.8	-31.5	-42.1	41.8	8.1 %
Convenience							
Volume di vendita in milioni di kg	99.4	96.9	-2.4	-	-	2.4	-2.5 %
Fatturato in milioni di CHF	548.9	515.2	-33.7	-14.0	-	-19.7	-3.6 %

Nella prima metà del 2020, la pandemia da coronavirus ha tenuto il mondo sulle spine mettendo il Bell Food Group dinanzi a una sfida senza precedenti che ha preteso molto da tutti i collaboratori. È quindi ancora più gratificante che il Bell Food Group sia riuscito a vincere questa sfida raggiungendo un buon risultato operativo. Un grande ringraziamento va a tutti i nostri collaboratori che, grazie alla loro flessibilità e disponibilità, hanno apportato un importante contributo.

Il lockdown protrattosi per diverse settimane in tutti i paesi, con la conseguente chiusura di tutti gli esercizi di ristorazione, ha avuto un forte impatto sull'andamento del business del Bell Food Group. Inoltre, la mobilità limitata ha influito sui comportamenti di acquisto e di consumo. Si è iniziato a cucinare di più a casa e a consumare meno durante le uscite. Di conseguenza, le vendite nel canale food service hanno subito un forte calo. Per contro ne ha invece beneficiato il canale di vendita al dettaglio.

Questo andamento ha avuto diversi effetti sul Bell Food Group. Nel core business della carne e degli alimenti a base di carne, il Bell Food Group ha registrato un signifi-

ficativo incremento nel mercato delle vendite al dettaglio, che ha compensato il calo registrato nel food service. Questo fenomeno è stato particolarmente evidente nel mercato interno svizzero, dove il turismo dello shopping è stato temporaneamente interrotto a causa della chiusura delle frontiere. Grazie alla focalizzazione sul prosciutto crudo avviata l'anno scorso e alle misure atte a incrementare l'efficienza rigorosamente implementate, anche la divisione Bell International è riuscita a compiere notevoli progressi indipendentemente dai fattori esterni.

La divisione Convenience è stata più duramente colpita dall'impatto negativo della pandemia da coronavirus, in particolare nel canale di vendita del food service e negli assortimenti da asporto per la vendita al dettaglio. A differenza delle altre due divisioni, non è stato possibile compensare tali perdite di fatturato nella stessa misura attraverso il canale retail.

Ulteriori informazioni sui risultati semestrali sono disponibili nella relazione semestrale e sul sito www.bellfoodgroup.com • fv

Il lockdown ha avuto un grande impatto sull'andamento del business.



Azioni per collaboratori

Approfittate della partecipazione agevolata al Bell Food Group

Dall'1 al 30 novembre 2020 potrete sottoscrivere azioni del Bell Food Group a condizioni agevolate. Per accedere al portale azioni visitate il sito www.myshares.bellfoodgroup.com.

Anche quest'anno potrete acquistare azioni della Bell Food Group AG a un prezzo agevolato dal 1° al 30 novembre («azioni per collaboratori») partecipando così direttamente alla società. Durante il periodo di sottoscrizione, i collaboratori del Bell Food Group potranno acquistare da 1 a un massimo di 100 azioni per collaboratori. Le azioni per collaboratori saranno emesse con uno sconto del 20% e sono soggette a un periodo di interdizione di 4 anni.

Visitando il sito www.myshares.bellfoodgroup.com potrete

- accedere al portale azioni del Bell Food Group, dal quale è possibile sottoscrivere azioni,
- trovare tutte le informazioni sul programma di partecipazione dei collaboratori di quest'anno e
- scoprire il prezzo d'acquisto di ogni azione per collaboratori a partire dal 1° novembre.

Alla sottoscrizione di azioni per collaboratori si applica il Regolamento di partecipazione dei collaboratori.

Per ulteriori informazioni potrete rivolgervi all'ufficio azioni (+41 58 326 20 20, share.registry@bellfoodgroup.com) del Bell Food Group. • sh

Cessione di attività in Ungheria e Francia

Perbál e Saint-André

Il Bell Food Group continua a ristrutturare le proprie attività internazionali di salumeria e cede due stabilimenti di produzione siti in Ungheria e Francia. Tutti i collaboratori saranno riassunti dalla nuova proprietà.



Perbál



Saint-André

Il Bell Food Group cede i propri stabilimenti di Perbál in Ungheria e di Saint-André in Francia. Tutti i collaboratori saranno riassunti dalla futura proprietà. In questo modo il Bell Food Group si libera di due siti con scarse prospettive strategiche e continua a riconfigurare il proprio business internazionale della salumeria. Lo scorso anno l'azienda si era già ritirata dal non redditizio business tedesco delle salsicce. Le due operazioni non comportano effetti significativi sul risultato operativo del Gruppo e hanno irrilevanti effetti una tantum.

Sito di Perbál in Ungheria

Lo stabilimento di Perbál (HU), specializzato nella produzione di salumi, sarà presumibilmente ceduto alla Spar ungherese il 31 ottobre 2020. Con i suoi 200 collaboratori circa, l'azienda ha realizzato un fatturato annuo approssimativo di 20 milioni di euro. Con questa acquisizione, Spar Ungheria amplia le sue capacità produttive esistenti garantendo il

mantenimento dei posti di lavoro. Le parti si sono impegnate a non divulgare le modalità della compravendita. L'operazione è inoltre soggetta all'approvazione delle autorità nazionali garanti della concorrenza.

Sito di Saint-André in Francia

Lo stabilimento di Saint-André-sur-Vieux-Jonc verrà ceduto alla francese Isla Délice. Questo sito è stato utilizzato principalmente per il taglio e il confezionamento di prodotti a base di carne e come piattaforma logistica. Il passaggio delle consegne è previsto per fine febbraio 2021. Isla Délice acquisirà anche i circa 70 collaboratori del sito. Le parti si sono impegnate a non divulgare le modalità della compravendita. In Francia, oltre a Saint-André, il Bell Food Group gestisce altri cinque siti produttivi di specialità regionali di prosciutto crudo e salumi di alta qualità. È prevista l'integrazione delle attività di Saint-André nella sede principale di Teilhède. • sh

Nuova linea di prodotti di Hügli **PrimaVita inizia da Amazon**

Con PrimaVita, Hügli ha creato un marchio proprio per prodotti health & nutrition che dallo scorso maggio vengono venduti esclusivamente su Amazon.



Le bevande e i frullati per il fitness, per la riduzione del peso o l'alimentazione della generazione degli over 50 sono in pieno boom. Affinché il gusto abbia la sua parte, da qualche tempo a questa parte Hügli si occupa dello sviluppo di prodotti convenience con un valore nutrizionale aggiunto, ma che soddisfano anche elevati requisiti culinari.

Ora l'azienda ha composto un assortimento esclusivo health & nutrition appositamente per Amazon, disponibile da maggio presso il rivenditore online con il marchio PrimaVita. Acquistabile da subito in sette paesi.

La gamma comprende attualmente 20 prodotti per i settori dieta, nutrizione sportiva e benessere. Ne fanno parte i classici drink e frullati, così come zuppe, porridge e pietanze preparate. «Oltre al gusto delizioso, il nostro assortimento completo si caratterizza per la vasta gamma di varietà salate e dolci per colazione, pranzo e cena», spiega Lankananda Perera, Business Development Manager Health & Nutrition presso Hügli.

I prodotti, fabbricati a Radolfzell e a Langenhaslach, hanno tutti un valore aggiunto assicurato grazie all'aggiunta, fra l'altro, di proteine, vitamine, minerali o acidi grassi insaturi.

E cosa dicono i clienti? Nel giudizio su Amazon assegnano svariate stelle per il buon gusto, la preparazione semplice e le dimensioni ottimali delle porzioni delle proposte PrimaVita. • **mr**



Una casa per le api

I ronzii di Hilcona

Il team Hilcona si è arricchito di circa 40 000 nuove colleghe. Hanno sei zampe e due ali e da quest'estate ronzano felici intorno alla sede centrale di Schaan.

Nell'ambito del progetto «Bee Hilcona», a luglio l'azienda del Liechtenstein ha accolto due colonie di api, offrendo loro una nuova casa. In linea con il principio di sostenibilità del Bell Food Group, Hilcona contribuisce così attivamente a una maggiore biodiversità e alla lotta contro la mortalità degli insetti.

La campagna è stata avviata da alcuni collaboratori, che hanno anche sviluppato congiuntamente un concetto sostenibile a partire da questa idea. Per occuparsi delle laboriose raccogliatrici di polline e nettare si sono portati a casa – o meglio attorno a casa – un esperto: Marco Jehle-Radkohl è l'unico apicoltore del Liechtenstein e della Svizzera orientale che lavora secondo il metodo Demeter.

Questa forma di apicoltura si basa sulle esigenze naturali delle api. Ad esempio, la colonia costruisce i propri favi completamente da sola – senza le

pareti intermedie prefabbricate solitamente utilizzate. A differenza di ciò che accade nell'allevamento artificiale delle regine, la riproduzione delle colonie avviene inoltre attraverso l'istinto sciamatorio naturale. In questo caso una parte della colonia lascia l'alveare per fondare una nuova colonia.

«Il progetto è un esempio riuscito di sostenibilità praticata», afferma il CEO di Hilcona Martin Henck. «Le api sono un elemento costitutivo indispensabile del nostro ecosistema. Servono a salvaguardare la biodiversità e i nostri mezzi di sostentamento».

Impollinando le piante, ad esempio, le api non solo sostengono gli altri insetti, ma anche l'agricoltura. E ce ne sono più che a sufficienza intorno ai due nuovi alveari Hilcona a Schaan. Quindi la tavola per le nuove «colleghe» è riccamente imbandita. • **mr**

Hügli coopera con TOP-TEAM Zentraleinkauf **Buona collaborazione in Austria**

Il variegato assortimento di Hügli comprende anche prodotti di altri fabbricanti. Con TOP-TEAM Zentraleinkauf la società ha ora un nuovo partner in Austria per il proprio approvvigionamento.

Hügli Austria dimostra come utilizzare proficuamente effetti sinergici in un grande gruppo aziendale grazie alla collaborazione recentemente avviata con TOP-TEAM Zentraleinkauf. La società di acquisto con sede a Traun appartiene per il 50 % a Transgourmet, pertanto è anch'essa parte del Gruppo Coop.

«Nel food service, integriamo i nostri prodotti con articoli commerciali per offrire ai nostri clienti il più ampio assortimento possibile», riferisce Thomas Kofler, amministratore delegato di Hügli Austria. «Poiché TOP-TEAM Zentraleinkauf dispone di una vasta rete di produttori e fornitori per prodotti di marca e a marchio privato di diversi livelli di qualità, grazie alla collaborazione possiamo aumentare la nostra efficienza in questo settore».

Nella prima fase, la gamma di surgelati Hügli sarà curata da TOP-TEAM Zentraleinkauf. Seguiranno gare d'appalto congiunte per i prodotti a base di pomodoro e patate e per la pasta secca. Il passo successivo prevede la fornitura di ulteriori gamme di prodotti, ad esempio nel settore non food.

Viceversa, in futuro anche Hügli curerà la fornitura di alcuni gruppi di prodotti, nei quali l'azienda ha una pluriennale esperienza di acquisto, per Transgourmet nei paesi di lingua tedesca D-A-CH. In questo modo entrambe le parti traggono profitto dalla cooperazione. • **mr**

Nuovo spot pubblicitario di Bell France

In televisione

Per tutto il mese di giugno Bell France ha trasmesso uno spot durante la popolare trasmissione d'asta «Affaire Conclue» su France 2, accrescendo la visibilità, le vendite e il grado di notorietà del Bell Food Group.

Un macellaio con la barba grigia cammina sorridendo verso la telecamera e offre ai telespettatori un appetitoso piatto di affettati. Dietro di lui si sente e si vede un mercato del centro di un paesino di case in pietra; la campana della chiesa rintocca ... Manca solo il profumo dell'estate e del buon cibo! «Abbiamo girato questo spot a Montpeyrroux, in Alvernia, poco dopo il lockdown ed esclusivamente



Le riprese per lo spot pubblicitario si sono svolte in Alvernia nel piccolo villaggio di Montpeyrroux, uno dei più belli della Francia.

con residenti locali. Alla fine delle riprese abbiamo inoltre donato i prodotti alla Croce Rossa francese», spiega Marguerite Martin, Product Manager di Bell France.

Questa presenza ha aumentato il grado di notorietà del Bell Food Group in Francia portandolo al 9 % (nel 2015 era pari al 4 %). Nel periodo di messa in onda dello spot, le vendite di salsicce a lunga conservazione nei negozi sono aumentate del 18,44 % rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, nonostante la crisi. • **gm**

Riconoscimenti in Ungheria

Eisberg è un «Superbrand»

Sia i clienti ungheresi che i professionisti del settore trovano che Eisberg sia un marchio autentico e di successo. Per questo motivo l'azienda è stata recentemente insignita per due volte del titolo «Superbrand».

Il fatto che Eisberg sia un marchio di spicco nel proprio segmento è confermato anche in Ungheria da due riconoscimenti. Il «Superbrands Award» viene assegnato dai consumatori e mostra quanto i clienti apprezzino il marchio Eisberg. «Da un lato, riteniamo di riscuotere successo presso i consumatori per i nostri prodotti di qualità e la nostra comunicazione trasparente. Dall'altro, anche il nostro programma di responsabilità sociale svolge certamente un ruolo importante», afferma Judit Szalai, Direttore Commerciale di Eisberg Ungheria.

I colleghi ungheresi sono rimasti molto soddisfatti tanto del premio del pubblico quanto del «Business Superbrands Award» assegnato dalla giuria di esperti. Questi riconoscimenti li annoverano fra quei marchi del paese che si distinguono per le loro eccellenti prestazioni commerciali e sono considerati dal settore come partner affidabili.

«I riconoscimenti sono il risultato del lavoro di tutto il nostro team, che garantisce ogni giorno la qualità e la freschezza dei nostri prodotti. Inoltre questo significa che i consumatori e i membri della giuria hanno votato per i valori che noi abbiamo



La Key Account Manager Laura Spielmann (a sx) e la Direttrice Commerciale Judit Szalai (a dx) di Eisberg Ungheria sono liete dei premi ricevuti.

tanto a cuore: genuinità, coerenza, rispetto delle persone e solidarietà», spiega Judit Szalai.

Quest'anno, Eisberg Ungheria ha vinto per la decima volta il «Superbrands Award» e per la quarta volta il «Business Superbrands Award». • **mr**

Apprendisti presso il Bell Food Group

CIAO, BUONA FORTUNA E ARRIVEDERCI

Malgrado gli sconvolgimenti degli ultimi mesi, non si sono scoraggiati: quest'anno 44 apprendisti hanno concluso egregiamente il proprio tirocinio e 54 nuovi apprendisti si sono aggiudicati un posto di formazione. Auguriamo ai vecchi tirocinanti un futuro brillante e diamo un caloroso benvenuto ai nuovi apprendisti!

Congratulazioni da parte del Bell Food Group a tutti coloro che hanno ultimato il tirocinio con successo

BELL SVIZZERA

Bell Svizzera SA, Basilea:

Lena Antenbrink, studentessa DHBW HR
Andres Banoza, macellaio-salumiere
Christine Kerwin, studentessa DHBW informatica gestionale
Patrick Gysin, operatore in automazione
Tina Jauch, macellaia-salumiere
Shawali Kamawal, assistente macellaio-salumiere
Noah Li Wan Po, informatico ingegneria dei sistemi
Ian Martins de Souza, assistente macellaio-salumiere
Yasmin Peter, cuoca
Vigilent Sheholli, impiegato di commercio
Christopher Taveras, operatore di edifici e infrastrutture
Manuel Würsten, informatico sviluppo applicazioni

Bell Svizzera SA, Oensingen:

Karima Nassar Harambasic, addetta alimentarista

Bell Svizzera SA, Zell:

Princ Aliu, addetto alla logistica
Denis Milici, operatore di linee di produzione

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Dennis Ritscher, specialista in logistica di magazzino

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:

Madeleine Heilmann, impiegata di commercio all'ingrosso ed estero
Jonas Prüss, commerciante industriale
Lea-Christine Rieckmann, studentessa duale BWL (B.A.) / commerciante industriale



Tirocinante in uscita
Eisberg Dällikon
 Iman El Berdiji

Tirocinanti in uscita da Bell Svizzera

Da sinistra a destra: Shawali Kamawal, Lena Antenbrink, Andres Banoza, Christine Kerwin, Ian Martins de Souza, Noah Li Wan Po, Manuel Würsten, Tina Jauch, Yasmin Peter, Vigilent Sheholli, Patrick Gysin, Denis Milici, Karima Nassar Harambasic, Princ Aliu. Al centro il CEO Lorenz Wyss, nella foto manca Christopher Taveras.



Tirocinanti in uscita da Hilcona Schaan

Da sinistra a destra: Stefan Lazzeri, Ivan Nägele, Luca Randazzo, Zehra Kilic, Luisa Walser, Valeria Labandeira, Mehmet Yildirim, Karl Kuser, nella foto manca Daniel Ljubic.



Tirocinanti in uscita da Hilcona Landquart
 Da sinistra a destra: Baburaj Thurairaja, Andrea Baselgia, Mitko Gjoresvki

CONVENIENCE

Eisberg AG, Dällikon:

Iman El Berdiji, tecnico alimentarista

Hilcona AG, Schaan:

Zehra Kilic, impiegata di commercio
Karl Kuser, tecnico alimentarista
Valeria Labandeira, addetta alla logistica
Stefan Lazzeri, tecnico alimentarista
Daniel Ljubic, operatore in automazione
Ivan Nägele, impiegato di commercio
Luca Randazzo, tecnico alimentarista
Luisa Walser, addetta alimentarista
Mehmet Yildirim, operatore di linee di produzione

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Andrea Baselgia, addetto alla logistica
Mitko Gjoresvki, impiegato di commercio
Baburaj Thurairaja, addetto alimentarista

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Francesco Bonessi, addetto alla logistica
Emanuel Gubic, impiegato di commercio
Alisa Murtezi, impiegata di commercio
Daniels Sapoznikovs, informatico
Manuel Tobler, addetto alla logistica
Alessio Wirth, tecnico alimentarista

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Lioba Drosdek, studentessa DHBW BWL industria
Fitim Fetaj, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale
Theresa Seel, studentessa DHBW BWL industria
Hannah Wenger, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale

Hügli Nahrungsmittel AG, San Gallo:

Zidane Rauterkus, addetto alimentarista

Inter-Planing GmbH, Langenhalsach:

Kilian Kustermann, specialista in tecnologia degli alimenti

Benvenuti nel Bell Food Group

BELL SVIZZERA

Bell Svizzera SA, Basilea:

Faizullah Asinzai, assistente macellaio-salumiere
Stojanoski Blagojce, assistente macellaio-salumiere
Valerio Capizzi, macellaio-salumiere
Nikita Gankov, cuoco
Arcangelo Grandazzo, studente DHBW HR

Tarik Hadzic, impiegata di commercio
Stefan Horvath, macellaio-salumiere
Isabelle Kerwin, tecnica alimentarista
Miguel Kestenholz, informatico sviluppo applicazioni

Lars Kreis, impiegato di commercio
Lucas Kück, operatore in automazione
Yannick Morgenthaler, informatico in ingegneria dei sistemi
Florian Nyffenegger, operatore in automazione

Lena Pogalzyk, studente DHBW informatica aziendale
Lukas Schmid, meccanico di produzione
Rafey Shehzad, meccanico di produzione
Alessandro Sommer, impiegato di commercio

Bell Svizzera SA, Oensingen:

Dawid Bereket, addetto alla logistica
Aron Debesay, pretirocinio d'integrazione
Maria Godino, macellaia-salumiere
Luka Ristanovic, tecnico alimentarista
Aurel Selmani, tecnico alimentarista
Hadish Teumzgi, pretirocinio d'integrazione

Bell Svizzera SA, Zell:

Guido Marti, addetto alla logistica
Raphael Meier, avicoltore
Vanessa Voehringer, meccanica di produzione

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Daniel Butau, operatore di macchinari e impianti

Fynn Noormann, meccanico industriale
Justin Schelte, elettronico per tecnica aziendale

CONVENIENCE

Eisberg SA, Dällikon:

Tim Werner, tecnico alimentarista

Hilcona AG, Schaan:

Pedro Goncalo Das Neves, operatore di impianti
Dominic Dürr, addetto alimentarista
André Gal, tecnico alimentarista
Manuel Jörg, addetto alla logistica
Michelle Kranz, impiegata di commercio
Amira Shakjiri, impiegata di commercio
Ilias Theodorakoudis, addetto alimentarista

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Aleksandar Grujic, tecnico alimentarista
Belmin Hodzic, addetto alla logistica
Baburaj Thurairaja, tecnico alimentarista

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Berat Altundemir, addetto alla logistica
Sarah Despotakis, impiegata di commercio
Albion Duraku, addetto alla logistica
Christian Rolle, tecnico alimentarista
Sebastian Sabo, addetto alimentarista
Noah Serafini, impiegata di commercio

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Yasemine Brooks, specialista in tecnologia alimentare
Lucie Martini, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale

Joschka Messmer, specialista in tecnologia degli alimenti

Friederike Schultz, DHBW Food Management

Kim Straub, DHBW Food Management

Pascal Thönes, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale

Jannik Walz, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale

Michelle Zwochner, commerciante industriale con qualifica supplementare in gestione economica internazionale

Primo contratto collettivo di lavoro nel settore convenience svizzero

Un dialogo da pari a pari

Dal 4 giugno 2020, è stato stabilito per la prima volta in Svizzera un partenariato sociale nel settore convenience: il Bell Food Group ha ampliato la propria collaborazione con l'Associazione svizzera del personale della macelleria (ASPM) e per la prima volta ha anche sottoscritto un contratto collettivo di lavoro (CCL) per le aziende del settore convenience in Svizzera.

Il primo nel suo genere

Non si era mai visto prima: dal 4 giugno 2020 tutte le aziende del Bell Food Group in Svizzera sono per la prima volta soggette a un contratto collettivo di lavoro (CCL) siglato con l'Associazione svizzera del personale della macelleria (ASPM). Ciò riguarda fra l'altro i siti svizzeri dei marchi Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli con un totale di 21 stabilimenti di produzione e circa 5200 collaboratori. Per gli stabilimenti di lavorazione della carne significa una nuova edizione del CCL esistente, mentre le imprese del settore convenience dispongono ora per la prima volta di un CCL. Con l'espansione del partenariato sociale al settore convenience, per la prima volta in Svizzera è stato firmato un CCL per questo settore in crescita della produzione alimentare.

Preparati per il futuro

«Il CCL rafforza i diritti e le posizioni dei collaboratori», spiega Johannes Meister, responsabile del reparto Risorse umane di Bell Svizzera, incaricato di redigere e firmare il CCL. «Grazie alla pluriennale partnership tra Bell Svizzera SA e l'ASPM, possiamo contare congiuntamente su continuità, stabilità ed esperienza e rafforzare ulteriormente il modello di successo esistente». Per Giusy Meschi, amministratore delegato dell'ASPM, il nuovo CCL offre le condizioni ideali per una cooperazione costruttiva: «Un partenariato sociale funziona e prospera quando entrambi i partner sono adeguatamente rappresentati e il dialogo si svolge in condizioni di parità».

Gli interessi dei collaboratori in primo piano

La costituzione di una cosiddetta Associazione degli Impiegati garantisce un'ampia base di sostegno a questo dialogo. L'associazione, di cui i lavoratori sono automa-

ticamente membri – a meno che non rifiutino espressamente l'adesione – cura i loro interessi. Si incontra periodicamente con la Direzione aziendale e i dirigenti per discutere vari argomenti, come la pianificazione del lavoro, gli orari di lavoro, la retribuzione e le normative che riguardano i collaboratori. L'adesione all'associazione non comporta alcun obbligo di carattere finanziario o di altro tipo. In cambio i collaboratori vengono rappresentati da un partner forte che tutela i loro interessi attivamente nel quadro del partenariato sociale con il Bell Food Group. • sh

Per la prima volta è stato sottoscritto un CCL nel settore del convenience svizzero.

L'Associazione svizzera del personale della macelleria (ASPM)

L'Associazione svizzera del personale della macelleria è stata fondata nel 1899 come organizzazione di auto-aiuto degli artigiani macellai. In veste di associazione del personale ricca di tradizione ma allo stesso tempo orientata al futuro, rappresenta attualmente circa 3900 collaboratori dell'industria svizzera della carne e, dal giugno 2020, altri 5200 collaboratori del Bell Food Group del settore convenience in Svizzera.



«In qualità di portavoce dei nostri collaboratori, desideriamo rappresentare i loro interessi nei confronti della Direzione aziendale e sostenerli nelle loro rivendicazioni di vario genere.»

Seline Blum, Presidente dell'Associazione degli Impiegati Eisberg

«Il nostro obiettivo è assumerci la nostra responsabilità e trovare soluzioni comuni per i nostri collaboratori. Lo scambio tra le Associazioni degli Impiegati e all'interno del Bell Food Group ci aprirà ulteriori opportunità e prospettive.»

Vincenzo Giaffreda, Presidente dell'Associazione degli Impiegati Hügli



«Ci impegniamo ogni giorno a mantenere e promuovere un clima di lavoro piacevole. Nelle trattative facciamo del nostro meglio per sostenere i collaboratori. Pace sociale, rappresentanza degli interessi dei collaboratori, comunicazione equa tra lavoratori e datore di lavoro e assistenza nella risoluzione dei problemi: questo è quello di cui ci occupiamo come Associazione degli Impiegati.»

Benjamin Fülleemann, Presidente dell'Associazione degli Impiegati Hilcona Landquart

«Non vediamo l'ora di collaborare con il Management al miglioramento delle condizioni di lavoro e di retribuzione. L'aiuto e il supporto nelle decisioni riguardanti l'ambiente di lavoro e nell'ambito della convivenza in azienda sono di estrema importanza.»

Romain Callier, Presidente dell'Associazione degli Impiegati Hilcona Orbe



«Come Presidenti delle Associazioni degli Impiegati, siamo orgogliosi di rappresentare i nostri colleghi e li ringraziamo per la fiducia che hanno riposto in noi in vista dell'assunzione di questo ruolo.»

Adriana Aleardi, Presidente dell'Associazione degli Impiegati Geiser

A colloquio con collaboratori
di lunga data



Nel mondo del lavoro odierno si tende a cercare un nuovo impiego ogni paio d'anni. Sono tanti a pensarla in questo modo. Dando periodicamente un'occhiata all'elenco degli anniversari del Bell Food Group, si può constatare che, oltre al già notevole traguardo dei 20 e 25 anni di carriera, sempre più collaboratori festeggiano addirittura anniversari di 35 anni e oltre. LOOK! ha invitato alcuni di questi «vecchi maestri del lavoro», con un'intervista, a tornare indietro con i ricordi ai loro esordi.

«C'erano montagne di prosciutti», ricorda Hermann Lüken pensando al suo primo giorno di lavoro, «ero rimasto davvero impressionato!». Circa 36 anni fa ha iniziato a lavorare presso l'allora «Helmut Hubacher», una piccola azienda di affumicatura di prosciutti ad Harkebrügge. «Era una piccola impresa artigianale», spiega, «dove, date le dimensioni ridotte, avevo tutto sotto controllo». Nel frattempo l'azienda è un po' cresciuta, ha cambiato due volte denominazione e proprietario e oggi fa parte del Bell Food Group.

Hermann Lüken ha assistito in prima persona al suo intero sviluppo. L'abile macellaio fa parte dei collaboratori che non cambiano mai o solo raramente datore di lavoro.

Lo stesso dicasi per il collega di Hermann Lüken, Alfred Czombera, che ha iniziato a lavorare all'incirca nello stesso periodo presso l'odierna Bell Deutschland GmbH & Co KG di Edewecht. «Sono sempre rimasto a Edewecht: in pratica sono state le varie aziende a venire da me, anziché viceversa», afferma sorridendo riguardo agli innumerevoli cambi di proprietà e aggiunge: «Gli avvicendamenti, a mio avviso, hanno però apportato solo vantaggi: più quantità ordinate, più posti di lavoro, più dipendenti.»

Alfred Czombera ha iniziato a lavorare a Edewecht come apprendista macellaio tramite una ditta di intermediazione per cui, con retribuzione a cottimo, si occupava della sezionatura dei prosciutti. Essendo il figlio di un

Sono rimasti fedeli e hanno vissuto tantissimi cambiamenti.

minatore che si guadagnava il pane sotto terra spaccandosi la schiena, come sottolinea Alfred Czombera, il suo obiettivo era guadagnare denaro e raggiungere una posizione di responsabile. E ci è riuscito già sei mesi più tardi: su richiesta del suo capo ha assunto la responsabilità del reparto sezionatura e poco dopo, il 18 marzo 1985, ha conseguito il diploma di maestro. All'epoca aveva 22 anni. Da allora non ha più cambiato datore di lavoro. Oggi è responsabile dello stabilimento per l'intera sede.

Una storia analoga ce la raccontano anche Joaquin Maroco ed Emeterio Robles, dipendenti di Bell Spagna. Entrambi hanno iniziato la propria carriera occupandosi della salagione del prosciutto crudo.

Joaquin Maroco ricorda ancora perfettamente: «C'era freddo e umido e, quando alla sera rientravo a casa, avevo



Hermann Lüken,
macellaio presso la Bell Deutschland di Edewecht, sa che ci sono giornate positive e altre in cui si lavora meno volentieri – da 36 anni a questa parte questo aspetto non è mai cambiato. La chiave sta nel trovare un lavoro con mansioni quotidiane che siano piacevoli, consiglia alla generazione più giovane.



Alfred Czombera,
responsabile dello stabilimento Bell Deutschland di Edeweicht, nel corso della sua carriera di 37 anni si è fatto strada con grande impegno. Tiene a sottolineare quanto sia importante il perfezionamento professionale, perché apre le porte allo step successivo della propria carriera.



Isabel Guerreiro,
non capiva quasi nessuna parola di tedesco quando iniziò a lavorare più di 40 anni fa presso l'allora Gastro Star in Svizzera. La lingua, il clima e il lavoro quotidiano di taglio dell'insalata le erano nuovi e sconosciuti. Ma ha fatto di tutto per cavarsela nella nuova situazione. Oggi è responsabile di gruppo presso Eisberg e sa per esperienza che bisogna lottare per trovare un lavoro che faccia la propria felicità!

tutti i vestiti completamente bagnati». Una volta presa la patente di guida a 18 anni, si è occupato delle consegne ai clienti. Ma non si è fermato a svolgere tale mansione. È passato poi alla produzione, dove gli è stata affidata la dissatura dei prosciutti – la mansione più difficile, come lui stesso spiega, dato che nessuno gli aveva spiegato cosa dovesse fare di preciso. Parallelamente lavorava in ufficio come addetto alle vendite, per poi passare interamente al lavoro d'ufficio. «Ho lavorato in quasi tutti i reparti. Oggi svolgo un lavoro completamente diverso da quello che svolgevo 42 anni fa».

Anche il lavoro di Emeterio Robles è cambiato nel corso degli anni: «Oggi mi occupo della qualità del prosciutto crudo. Lavoriamo sempre più spesso al computer, ma ci sono anche molti aspetti che non sono cambiati: ad esempio l'«annusare il prosciutto» per stabilirne la qualità. Per questa operazione utilizzo una «cala», una piccola bacchetta di legno che viene infilata nel prosciutto. Questo metodo funziona esattamente come 40 anni fa.»

In generale, il lavoro è ora un po' meno stancante a livello fisico, come sottolineano tutti i dipendenti nelle



Joaquin Maroco,
che ha mosso i primi passi nel mondo del lavoro nel 1978 con la salagione dei prosciutti, quando era poco più che un «bambino», ha assistito a tantissimi cambiamenti presso Bell Spagna. I prodotti e i colleghi sono cambiati, ma ogni giorno ha fatto del suo meglio per fornire un ottimo lavoro e creare un clima aziendale gradevole.

loro interviste. Oggi esistono ausili di sollevamento per i lavori fisicamente più pesanti. I processi sono stati ottimizzati, determinati passaggi sono stati automatizzati e i macchinari e le tecnologie facilitano il lavoro pesante. Anche alla salute dei collaboratori viene ormai attribuita un'importanza molto maggiore.

Isabel Guerreiro è della stessa opinione, ma afferma che una cosa è rimasta invariata: «L'impegno a produrre costantemente ai massimi livelli di qualità per i nostri clienti è sempre lo stesso. Anche quando talvolta dobbiamo inventarci qualcosa di nuovo per raggiungere questo obiettivo». In ciò che riguarda l'adattarsi a nuove situazioni, la sig.ra Guerreiro ha grande esperienza. Quando ha iniziato a lavorare nel 1980 presso l'allora Gastro Star di Dällikon, la giovane di origine portoghese parlava pochissimo tedesco.

«Quando sono tornata a casa dopo il mio primo giorno di lavoro», ricorda, «mi sono seriamente chiesta come avrei potuto farcela con questo clima freddo e una nuova lingua da imparare. Ma alla fine ce l'ho fatta!», aggiunge con orgoglio. Oggi è responsabile del gruppo e coordina più di 30 dipendenti.

Per questo è d'esempio non solo per il suo team, ma anche per i suoi figli. «Ho sempre detto loro: «Tutti i lavori hanno un valore, a patto che siano onesti!».» • sh



Emeterio Robles,
che ha iniziato la propria carriera nel 1981 a Cassarubios del Monte, si augura che i giovani lavoratori di oggi durante le mansioni complesse tutelino la propria salute e si impegnino a perfezionarsi professionalmente. A tale riguardo non devono mai dimenticare che i «veterani», i «vecchi maestri del lavoro», sono altrettanto importanti per l'azienda.



Prodotti vegetariani e a base di pasta fatti a mano

«SIAMO TUTTI AMANTI DELL'ALIMENTAZIONE SANA»

Pasta gustosa come quella cucinata da una nonna italiana. Prodotti convenience vegetariani che rispondono alla tendenza alla riduzione del consumo di carne. L'Hilcona Taste Factory di Landquart è lo stabilimento in cui si producono alimenti contemporanei che sembrano fatti in casa.

L'impianto di produzione della Hilcona Taste Factory è circondato dalle imponenti montagne del cantone dei Grigioni. Ma i dipendenti, concentrati sulla loro missione a favore del gusto, non si lasciano distrarre dallo spettacolare panorama in cui è immerso il paesino di Landquart.

Con estrema cura e spesso anche con l'ausilio delle mani, qui producono pasta, pietanze vegetariane e anche i capuns, una specialità locale. Si tratta di foglie di bietola ripiene di un impasto a base di carne e verdure.

«Ci consideriamo un impianto in cui si realizzano prodotti di alta qualità in quantitativi ridotti e con tanto lavoro manuale», spiega il responsabile dello stabilimento Sinuhe Hofstetter. «Essendo l'impresa più piccola all'interno del Gruppo Hilcona, siamo molto flessibili e dinamici.»

Un settore in crescita esponenziale presso l'Hilcona Taste Factory è quello dei prodotti convenience vegetariani. Mentre il tofu qui fa parte già da tempo degli alimenti classici, nella produzione dell'hummus – la crema spalmabile a base di ceci derivata dalla cucina araba – lo stabilimento è ancora in una fase sperimentale.

«Per questi nuovi prodotti di tendenza gioca a nostro favore il fatto di produrre in piccoli lotti», confida Sinuhe Hofstetter. «In questo modo possiamo introdurre di volta in volta sul mercato nuovi sapori e nuove combinazioni e osservare poi cosa apprezza il cliente.»

Una novità introdotta in questa sede, che non può lamentarsi della mancanza di richiesta, è il «Green Mountain Burger» su base vegetale. A breve ci sarà la prossima grande sfida per il marchio «The Green Mountain»: in ottobre verrà lanciata sul mercato la prima alternativa al polpettone di carne – da riscaldare, vegano e contenente ancora meno calorie rispetto al prodotto imitato.

A breve «The Green Mountain» affronterà la prossima grande sfida.

Come sempre presso il Bell Food Group, anche a Landquart la qualità è al primo posto. Tra l'altro, molti prodotti che vengono realizzati qui sono di qualità bio. Ad esempio il tofu: i semi di soia con cui viene realizzato sono certificati bio e provengono per il 100% dalla Svizzera, per cui, in aggiunta, vanno incontro a percorsi di trasporto brevi.

Anche se l'Hilcona Taste Factory opera con questa denominazione solo da un anno e mezzo, le sue radici affondano nel lontano 1841, quando a Coira venne fondata una delle prime fabbriche di prodotti da forno della Svizzera. Da questa è nata poi la Frostag Food-Centrum AG, che nel 1998 presso l'attuale sede di Landquart costruì uno stabilimento di produzione di pietanze a base di carne e surgelati. Dal 2017 lo stabilimento fa parte di Hilcona ed è stato



Solo quattro linee di produzione presso l'Hilcona Taste Factory sono dedicate alla produzione della pasta.

successivamente potenziato diventando il centro di competenza per i prodotti a base di pasta e vegetariani.

Oggi sulla superficie dell'impianto di produzione di ormai circa 5000 metri quadrati lavorano, a seconda della stagione, da 130 a 150 dipendenti. Sinuhe Hofstetter accoglie sempre di buon grado i loro suggerimenti. «Qui, collaborando, contribuiamo a costruire il nostro successo. In fin dei conti, siamo tutti amanti dell'alimentazione sana», afferma il responsabile dello stabilimento.

Solo quattro delle nove linee di produzione sono dedicate alla pasta, che viene prodotta nelle varianti semi-secca, pastorizzata, infarinata e – in particolare per i clienti food service – surgelata. Le altre cinque linee sono invece dedicate ai prodotti convenience, che nel frattempo rappresentano più della metà dell'assortimento dell'Hilcona Taste Factory.

E cosa succede quando un prodotto viene accolto positivamente dal cliente? In tal caso la produzione viene trasferita da Landquart in un'altra sede. Un esempio al riguardo è la «Pasta Tradizionale»: a fronte del suo successo, a partire dall'inizio dell'anno alcune varietà vengono ora prodotte a Schaan con capacità di produzione orarie ben quattro o cinque volte superiori. • *mr*

Bell sostiene l'arte urbana a Basilea

Change of Colours

Con il più grande graffito di tutta la Svizzera, ora Basilea ha un'attrazione in più. E Bell ha rivestito un ruolo non indifferente in questo. Il progetto murale all'insegna del motto «Change of Colours» si trova sulla facciata della cella frigorifera Frigo.

Dal 20 al 30 agosto 2020, un muro di cemento grigio di circa 1800 m² presso la sede centrale di Bell a Basilea è stato trasformato in un'opera d'arte dai colori sgargianti. L'attrazione principale del più grande progetto murale della Svizzera è un grande murale in tre parti sulla facciata della cella frigorifera Frigo sulla Neudorfstrasse, realizzato dagli artisti d'arte di strada di fama internazionale Mr. Cenz, Bustart, Chromeo e Bane. Sul lato sinistro, il mattatore Bustart ha



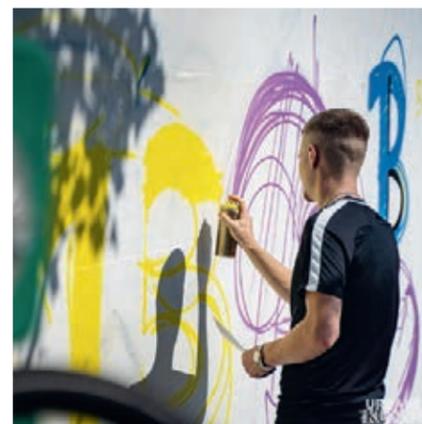
Giorno 1: Ready to go

Si parte. Gli artisti iniziano ad applicare la mano di fondo sulla grande parete.



Giorno 2: Be prepared

Dopo la mano di fondo, vengono dipinti gli sfondi. I segni sul muro servono da griglia agli artisti per l'immagine successiva.



Giorni 3 e 4: Workshop Time

L'artista Bustart introduce la direzione aziendale di Bell Svizzera e i collaboratori di Bell all'arte del disegno a spruzzo.



Giorni da 5 a 7: Getting there

A temperature ben oltre i 30 gradi, gli artisti lavorano a tutto spiano sulle proprie rappresentazioni.



Giorno 8: Finishing Touches

I grandi graffiti sono ora pressoché terminati. Ancora un ultimo paio di ritocchi...

creato un'immagine variopinta nella sua tipica miscela di Pop Art ed elementi dei cartoni animati. L'immagine centrale realizzata dall'artista inglese Mr. Cenz mostra un ritratto espressivo di una donna dalle forme fluide e cosmiche. Sul lato destro gli artisti di strada svizzeri Chromeo e Bane hanno realizzato una immagine 3-D fotorealistica e colorata che mostra una bomboletta spray circondata da fiori. Oltre al grande murale, le pareti all'angolo della Neudorfstrasse/Schlachthofstrasse sono state ridisegnate da oltre 20 graffitari nazionali e internazionali.

Cambiamo colore

Il progetto murale è stato realizzato all'insegna del motto «Change of colours». Queste opere



Tutte le foto sono state messe a disposizione dall'associazione Urbane Kunst.



Giorni 9 e 10: The Jam

Dopo i grandi murali, sulla Jam su una lunghezza di oltre 200 metri, saranno realizzate più di 20 ulteriori opere di artisti nazionali e internazionali.

d'arte dai colori vivaci sono un simbolo del risveglio dopo un periodo difficile per tutti, in cui la vita sociale e culturale si è temporaneamente fermata quasi del tutto. La parete è stata progettata e realizzata dall'associazione UrbaneKunstBasel. Bell ha messo a disposizione i muri necessari e ha sostenuto attivamente gli artisti nella realizzazione. • fv

Link:
urbanekunst.ch



La sostenibilità presso il Bell Food Group

UN IMPEGNO PER IL FUTURO

La sostenibilità è una delle tre missioni aziendali del Bell Food Group. Non è certo un caso. Negli ultimi anni la sostenibilità ha acquisito sempre più importanza sia all'esterno che all'interno dell'azienda. Proprio per questo, nell'estate di quest'anno, è stato pubblicato per la prima volta un rapporto sulla sostenibilità per il Bell Food Group.

La sostenibilità è un concetto olistico

La sostenibilità è uno dei concetti chiave del Ventunesimo secolo. Di conseguenza questo termine è onnipresente nella realtà quotidiana, nei media e nel dibattito pubblico. Questa popolarità ha però anche un risvolto negativo. Nell'uso linguistico quotidiano il concetto di sostenibilità non ha contorni ben definiti, né un significato universalmente valido. Spesso la sostenibilità viene equiparata, ad esempio, alla tutela dell'ambiente. Ma si tratta di una definizione troppo limitativa. Allora cosa si intende oggi quando si parla di sviluppo sostenibile o di prodotti sostenibili?

Le tre dimensioni della sostenibilità

Una risposta precisa a questa domanda non è in effetti facile da dare. Fondamentalmente, oggi si è diffusa l'opinione secondo cui la sostenibilità sia un concetto onnicomprensivo e lo sviluppo sostenibile sia possibile solo se vengono tenuti in considerazione tutti i fattori sociali rilevanti. Il cosiddetto modello dei 3 pilastri si basa su questo presupposto. Si fonda sul principio secondo cui uno sviluppo sostenibile è possibile solo se contemporaneamente vengono perseguiti obiettivi ecologici, sociali ed economici.

Anche la strategia di sostenibilità del Bell Food Group si orienta al modello dei 3 pilastri. Dal 2017 costituisce la base per l'impegno a favore della sostenibilità in tutti i settori aziendali del Bell Food Group. I responsabili di questo ambito vengono suddivisi in tre aree: «Prodotti e approvvigionamento» (dimensione economica), «Ambiente e risorse» (dimensione ecologica), «Collaboratori e società» (dimensione sociale).



«Sostenibilità significa stipulare un contratto tra generazioni. Il nostro obiettivo è operare in modo che le future generazioni non subiscano ripercussioni negative legate al nostro agire e in modo da lasciar loro in eredità la nostra attività, ma naturalmente anche il nostro pianeta in buono stato.»

Volker Baltes
Responsabile divisione Convenience



«Agiamo nei rispettivi paesi e mercati all'esterno della Svizzera sulla base della strategia varata per il settore della sostenibilità. Ad esempio promuoviamo la produzione avicola sostenibile e siamo attualmente uno dei maggiori produttori bio in Europa. Ci adoperiamo per ottimizzare i materiali di imballaggio, per ridurre l'impiego di energia e acqua nella produzione e per attuare numerose altre misure.»

Marco Tschanz
Responsabile divisione Bell International

Un'importanza sempre maggiore

La sostenibilità è una delle tre missioni aziendali del Bell Food Group. Con l'introduzione della strategia di sostenibilità per tutti i settori aziendali, sono stati definiti standard di sostenibilità unitari ed è stata introdotta un'organizzazione della sostenibilità a livello di gruppo. A livello strategico e concettuale le redini del team di sostenibilità sono in mano a Christoph Schatzmann. Questo team è supportato dai responsabili della sostenibilità

Con il rapporto sulla sostenibilità il Bell Food Group crea trasparenza

delle varie divisioni, che sono anche responsabili dell'attuazione dei vari progetti e delle iniziative.

L'organizzazione della sostenibilità è direttamente subordinata alla direzione aziendale. Ciò sottolinea la centralità che il tema ha ormai assunto per l'azienda.

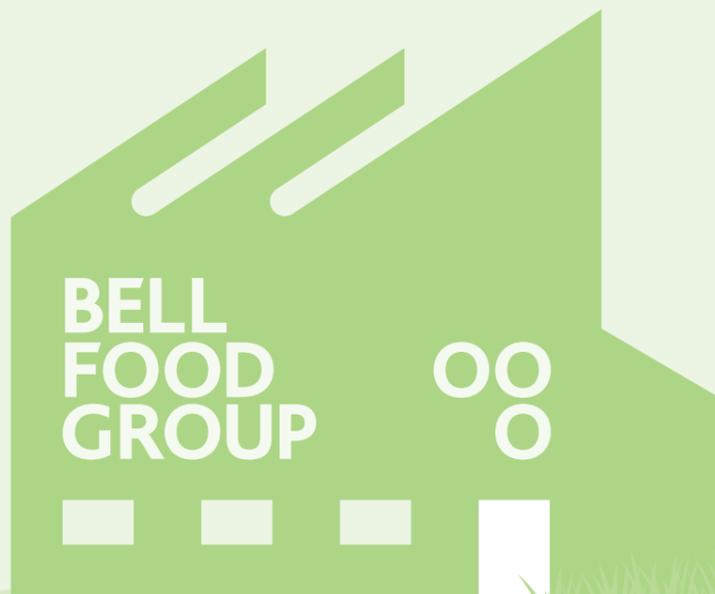
Maggiore trasparenza

Media, investitori e altri portatori di interessi si aspettano tuttavia che un'azienda come il Bell Food Group dedichi da subito maggiore attenzione al tema della sostenibilità e disponga di strutture idonee. Per questo motivo, che il Bell Food Group, con la pubblicazione del primo rapporto sulla sostenibilità, sia riuscito quest'anno a compiere un importante passo avanti anche nella comunicazione relativa alla sostenibilità diventa ancora più importante. Nel rapporto sulla sostenibilità il Bell Food Group fornisce un resoconto di oltre 50 pagine riguardo a organizzazione, strategia, punti di forza, obiettivi e cifre chiave in materia di sostenibilità e crea pertanto trasparenza nei confronti dei portatori di interessi esterni e interni. È in programma che il rapporto sulla sostenibilità acquisisca in futuro un posto fisso nel reporting annuale del Bell Food Group. • fv



«Sostenibilità significa per me tener conto in modo equilibrato degli interessi, non solo di un gruppo, ma di tutti i gruppi di portatori di interessi e pertanto assicurare il successo a lungo termine della nostra azienda. Che si tratti di incentivazione dei dipendenti, tutela dell'ambiente o benessere degli animali, pensiamo e operiamo in modo sostenibile e siamo coscienti della nostra responsabilità sociale.»

Bernhard Lengacher
Responsabile HR Bell Food Group



Intervista a Christoph Schatzmann,
Responsabile Sostenibilità/Gestione della Qualità

«È avvenuto un cambiamento di mentalità»

Christoph Schatzmann è responsabile dell'unità Gestione della qualità/Sostenibilità. È direttamente subordinato alla direzione del gruppo e con il suo team è responsabile dell'ideazione e dell'attuazione delle linee guida strategiche del Bell Food Group nei settori Gestione della qualità e Sostenibilità.

Che valore ha oggi la sostenibilità nel Bell Food Group? Sicuramente un valore più elevato rispetto ad alcuni anni fa. La sostenibilità è ora una delle tre missioni aziendali del Bell Food Group e quest'anno abbiamo pubblicato per la prima volta un rapporto sulla sostenibilità per l'intero gruppo. Il tema della sostenibilità è oggi in generale molto più avvertito rispetto al passato e in molti dipendenti noto anche una grande apertura riguardo a questa tematica.

Qual è stato il punto decisivo al riguardo? Il punto centrale è stato il varo di una strategia di sostenibilità per l'intero Bell Food Group nel 2017 come strategia di base in grado di influire su tutte le strategie funzionali. Per la prima volta abbiamo perciò definito un orientamento unitario. Al tempo stesso la struttura organizzativa è stata opportunamente adeguata ed è stato introdotto il Competence Center Sostenibilità. In tal modo tutte le divisioni sono state sensibilizzate su questo tema.

Quali sono i temi più importanti? La riduzione delle emissioni e l'ottimizzazione delle risorse sono temi importanti, anche in vista della strategia sul clima della Federazione, che prescrive i relativi obiettivi per il 2050. Tra questi rientra, ad esempio, la rinuncia ai combustibili fossili. Siamo sulla buona strada in tal senso e abbiamo attuato una serie di progetti per raggiungere questo obiettivo. Ma il suo raggiungimento non avviene dall'oggi al domani ed è importante agire tutti sulla stessa linea. Credo che negli ultimi anni si sia registrato un cambiamento di

mentalità a questo proposito. Lo si può osservare, ad esempio, anche nelle nuove strutture, come quelle dei progetti edili di Oensing. Qui fin dall'inizio sono stati presi in considerazione i temi dell'ottimizzazione delle risorse e della riduzione delle emissioni.

Che ruolo riveste il team di sostenibilità? Di norma abbiamo la responsabilità di garantire che gli obiettivi di sostenibilità formulati all'interno del Bell Food Group vengano effettivamente attuati. Non possiamo e non vogliamo però farlo da soli. Ritengo che il nostro ruolo sia soprattutto quello di motivatori. Vogliamo motivare i nostri partner all'interno del Bell Food Group ad accogliere ed elaborare i temi della sostenibilità. Forniamo aiuto, coordiniamo progetti e assicuriamo lo scambio di esperienze all'interno del CC Sostenibilità. Siamo inoltre un punto di contatto per eventuali domande e mettiamo volentieri a disposizione la nostra competenza in materia. Avverto grande accettazione ed entusiasmo riguardo ai temi della sostenibilità e questo mi dà grande soddisfazione. Credo che per molti collaboratori sia importante lavorare per un'azienda sostenibile.

È importante che tutti noi agiamo nella stessa direzione





Il pollaio energeticamente neutrale di Bell

Nel luglio 2020 Bell ha messo in funzione a Zimmerwald, nei pressi di Berna, un nuovo pollaio. Nulla di straordinario e, a prima vista, questo pollaio nuovo di zecca è abbastanza simile a un normale pollaio. A un secondo sguardo, però, salta all'occhio in modo evidente che si tratta di un pollaio tutt'altro che ordinario. È infatti un prototipo del tutto neutrale dal punto di vista energetico, dotato di certificazione «Minergie A», denominato SSRAplus e destinato a fissare nuovi canoni nel settore.

Il concetto di SSRAplus è un ulteriore sviluppo del comprovato allevamento svizzero SSRA (sistemi di stabulazione particolarmente rispettosi degli animali) con nuove tecnologie per un allevamento di polli da ingrasso a efficienza energetica senza emissioni di CO₂. «Il pollaio SSRAplus si concentra interamente sull'ottimizzazione delle risorse nel consumo di energia», spiega Stefan Werren, responsabile del progetto SSRAplus di Bell.

Il cuore del sistema è costituito da un impianto fotovoltaico installato sul tetto che eroga il doppio dell'energia necessaria per la gestione del pollaio. La rimanente energia viene utilizzata per altri rami aziendali o immessa

nella rete elettrica pubblica. Grazie all'installazione di un impianto di recupero del calore è possibile sfruttare il calore residuo prodotto dagli animali. Il calore residuo riscalda l'aria proveniente dall'esterno che viene utilizzata per la climatizzazione del pollaio e dei giardini d'inverno. In tal modo è possibile risparmiare circa l'80% dell'energia termica necessaria. Il rimanente 20% è messo a disposizione attraverso la pompa di calore, azionata dall'energia proveniente dall'impianto fotovoltaico della struttura.

Meno emissioni e un clima gradevole all'interno del pollaio

L'aria di scarico del pollaio SSRAplus viene depurata da un biofiltro. Questo assicura la riduzione delle emissioni di polvere e cattivi odori quando l'azienda è operativa e in tal modo causa meno inquinamento sull'ambiente direttamente circostante. Il pollaio e i giardini d'inverno vengono alimentati con aria preriscaldata proveniente dall'esterno. Grazie a questo sistema appositamente progettato per SSRAplus, nel pollaio e nei giardini d'inverno è sempre presente un clima gradevole per gli animali. I giardini d'inverno sono fruibili tutto l'anno, indipendentemente dalla temperatura esterna, e possono inoltre essere occupati dagli animali già dopo pochi giorni di vita.

Progetto pilota orientato al futuro

Con il progetto SSRAplus, Bell sviluppa ulteriormente il comprovato sistema di allevamento svizzero SSRA e fornisce il suo contributo per una produzione avicola più efficiente dal punto di vista energetico e a emissioni zero di CO₂ in Svizzera. Il pollaio SSRAplus di Zimmerwald viene ora testato per un anno nell'ambito di questo progetto pilota. Al termine della fase di test si valuterà in che misura estendere il modello SSRAplus ad altre nuove strutture e a pollai SSRA già esistenti di Bell. • fv



Un pollaio tutt'altro che ordinario

Intervista al fondatore di Mosa Meat Mark Post

La qualità è prioritaria rispetto alla rapidità

Il Bell Food Group incrementa la propria partecipazione in Mosa Meat investendo altri 5 milioni di euro nella start-up olandese. Il nuovo ciclo di finanziamenti è finalizzato alla produzione commerciale e alla commercializzazione di carne bovina coltivata. LOOK! ha incontrato il co-fondatore e responsabile della ricerca Mark Post per un'intervista.



Qual è lo stato attuale della ricerca in Mosa Meat?

La nostra ricerca attuale ha due obiettivi principali: innanzitutto stiamo ottimizzando il nostro primo prodotto, l'hamburger. Stiamo lavorando per perfezionare il tessuto adiposo e muscolare in modo tale che non possa più essere distinto dalla carne convenzionale.

«Ciò che distingue Mosa Meat è l'attenzione alla qualità.»

In secondo luogo, stiamo entrando nell'entusiasmante fase di incremento della produzione. Si tratta di un'espansione della produzione che parte da porzioni di grammo ottenute da bioreattori da 1 litro, per arrivare a svariate tonnellate di carne, prodotte in bioreattori da 5000 litri. Per raggiungere questo obiettivo nei prossimi anni, è necessario un enorme impegno nell'ambito Ricerca e sviluppo.

Che cosa distingue Mosa Meat dalla concorrenza?

Ritengo che ciò che distingue Mosa Meat sia l'attenzione che rivolgiamo alla qualità. Crediamo che la maggior parte dei consumatori passerà alla carne coltivata solo se questa sarà in grado di competere con la carne convenzionale in termini di gusto e struttura. Ed è proprio questo il nostro obiettivo – anche se può sembrare difficile e richiedere più tempo. Per ottenerlo è importante creare un tessuto muscolare e adiposo «maturo», ossia cellule che formano una struttura organizzata, non semplicemente un insieme di cellule «libere».

Alcuni dei nostri concorrenti sembrano essere più interessati ad arrivare rapidamente sul mercato, propo-

nendo tuttavia prodotti che contengono cellule, non tessuti. Al contrario, noi di Mosa Meat stiamo adottando un approccio diverso e cerchiamo di produrre grasso e muscoli che siano davvero analoghi a quelli della carne convenzionale.

Cosa attendete con maggiore trepidazione nell'ambito dei prossimi due anni?

Sono incredibilmente eccitato all'idea di mettere in funzione il nostro impianto pilota, che produrrà carne per le nostre prime vendite su piccola scala. Come scienziato, non vedo l'ora di affrontare la prossima grande sfida scientifica, che sarà il passaggio dalla carne macinata alle strutture 3D (ossia le bistecche). L'obiettivo è mettere a punto il nostro primo prototipo di bistecca nei prossimi due anni. Questo comporta sfide davvero interessanti, fra cui la creazione di un cosiddetto sistema di perfusione, che trasporta ossigeno e nutrienti alle cellule all'interno della spessa struttura della bistecca. • sh

Per ulteriori informazioni sull'incremento della partecipazione a Mosa Meat, fare riferimento al Comunicato stampa del 9 luglio 2020 al sito www.bellfoodgroup.com.



I dipendenti del Bell Food Group sul tema della sostenibilità

Per noi e il nostro pianeta

Cosa significa lavorare per un'azienda che, oltre alla qualità e al gusto, ha sposato il tema della sostenibilità?

LOOK! ha interpellato i dipendenti del Bell Food Group.



Ulrich Freund
Responsabile reclutamento strategico presso Hilcona a Schaan

«Per poter garantire la sostenibilità, in fase di ricerca di soluzioni idonee occorre non solo tenere sott'occhio i costi o la qualità, ma anche includere nella valutazione gli aspetti della sostenibilità. Ciò significa, per me e il mio team, adoperarsi costantemente alla ricerca di soluzioni ecologicamente migliori. Queste si ottengono tramite la riduzione dei trasporti, l'eliminazione di materiale di imballaggio o di perdite o con l'utilizzo consapevole di materie prime regionali. A tal fine incoraggiamo i nostri fornitori a presentarci soluzioni sostenibili. Oppure, al momento di prendere una decisione, valutiamo in modo mirato il criterio della sostenibilità. La spinta verso la sostenibilità può e deve essere radicata nel nostro DNA – solo in questo modo possiamo mantenere il nostro pianeta vivibile a lungo termine.»

«Sempre alla ricerca di soluzioni ecologicamente migliori.»



Matthias Wagner
Head of IT Project Management presso Bell Svizzera a Basilea

«Viviamo in un pianeta che non possiede risorse illimitate. Il tema della sostenibilità è pertanto fondamentale e ci tocca tutti da vicino. È fondamentale che tutti diano il proprio contributo, anche solo con la quotidiana raccolta differenziata dei rifiuti. In ambito privato, sostenibilità significa per me utilizzare le risorse nel modo più efficiente possibile in ogni attività. Nel caso in cui l'automobile non sia necessaria, ad esempio, percorro il tragitto in altro modo. Laddove è possibile utilizzare l'energia solare, la sfrutto.»

Anche sul posto di lavoro occorre pensare quotidianamente a quali migliorie sia possibile attuare. Le tecnologie intelligenti possono esserci d'aiuto in tal senso. Nel mio settore esistono molti argomenti a favore della sostenibilità: a cominciare dai sistemi informatici intelligenti che necessitano di meno energia a parità di prestazioni o con prestazioni superiori rispetto a quelle generalmente diffuse, fino al supporto tecnico-informatico nella progettazione della cosiddetta «Cultured Meat», ovvero la carne ottenuta da cellule staminali. Quest'ultima è un'innovazione che nel prossimo futuro rivestirà un ruolo sempre più importante nell'industria della carne e che al tempo stesso consente di salvaguardare le risorse e rendere possibili anche nuovi modelli di business.

Sono fiero di partecipare con questi progetti presso il Bell Food Group a delineare un futuro sostenibile e, pertanto, di successo. Per me è molto importante lavorare in un'azienda che considera il tema della sostenibilità come un compito centrale e incarna di conseguenza quotidianamente questi valori.»

«Viviamo in un pianeta che non possiede risorse infinite.»



Dorothea Poppele
Referente per il personale presso Bell Germania a Sevetal

«Proprio in un settore controverso come il nostro è per me importante che il tema della sostenibilità venga preso in seria considerazione. In tal modo possiamo distinguerci da molti concorrenti, anche in vista degli eventi più recenti che hanno interessato l'industria della carne. Per noi del reparto del personale, il comportamento sostenibile è divenuto ormai un'argomentazione decisiva per suscitare entusiasmo nei candidati all'assunzione presso la nostra azienda. Il fatto che la sostenibilità sia profondamente radicata nei valori aziendali del Bell Food Group rientra nei criteri su cui possiamo puntare nella prossima generazione. Questo ci è di grande aiuto, dato che è sempre più difficile acquisire nuova forza lavoro interessata a far carriera nell'industria della carne.»

«Anche la tutela dei lavoratori riveste un ruolo fondamentale.»

Non si tratta solo di salvaguardare l'ambiente e le risorse. Anche la tutela dei lavoratori riveste un ruolo fondamentale. Gli strumenti ausiliari per la tutela della salute nella produzione, il supporto di attività sportive per il tempo libero tramite la partecipazione al programma Hansefit con offerte fitness e sportive a prezzi ridotti e la previdenza aziendale per la vecchiaia sono un esempio della vasta gamma di misure diverse che ci aiuta ad aumentare la nostra attrattività come datore di lavoro. Per me personalmente, sostenibilità significa inoltre correttezza nei confronti degli altri e anche nei confronti delle generazioni future. Solo se adottiamo ora un comportamento volto a preservare le risorse, il mondo sarà un luogo vivibile anche in futuro.»

Sandra Schaad
Senior Group Accountant presso Bell Svizzera a Basilea

«A mio parere il termine «sostenibilità» ha molte sfaccettature. Per me significa rapportarsi in modo lungimirante e attento con la natura e con le persone. Le risorse del nostro pianeta non sono infinite, per cui è opportuno trattarle in modo consapevole e con la massima cura. Per questo motivo personalmente cerco, ad esempio, di effettuare acquisti soprattutto su base regionale e stagionale per ridurre al minimo i percorsi di trasporto e tener conto dell'economia locale. Inoltre, presto attenzione a ridurre il consumo di plastica e a utilizzare il più a lungo possibile gli oggetti che possiedo.»

Come lavoratrice è per me importante essere impiegata presso un'azienda orientata al futuro. In questo concetto rientra anche il tema della sostenibilità. Trovo fantastico che in agosto sia stato pubblicato il primo Rapporto sulla sostenibilità del Bell Food Group. Questo consente all'azienda di comunicare in modo trasparente il proprio impegno in materia. Tutti noi possiamo dare il nostro piccolo contributo che, sommato agli altri, può dar vita a qualcosa di grande. Ad esempio presso il nostro ufficio prestiamo attenzione a spegnere le luci la sera, a disattivare la stampante ogniqualvolta possibile, a ridurre il consumo di carta, a riciclare le capsule del caffè e a utilizzare tazze anziché bicchieri monouso per il caffè. Ma sostenibilità significa anche creare un ottimo clima di lavoro all'interno del team, mirare alla valorizzazione reciproca e promuovere il perfezionamento professionale in modo da crescere insieme come team.»

«Io personalmente cerco soprattutto di acquistare su base regionale e stagionale.»



Anniversari

LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra settembre e novembre 2020

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Harry Bechler, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Manuel Brand, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Ivan Filipovic, 1 settembre, Bell Svizzera, Oensingen
Moulay Omar Libourki, 1 settembre, Bell Svizzera, Oensingen
Frédéric Wilhelm, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Bruno Ruckstuhl, 4 settembre, Bell Svizzera, Zell
Michael Lohner, 11 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Jean-Christophe Dobrocki, 18 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Marie-Christine Groell, 25 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Philippe Lejal, 25 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Alain Stoffel, 25 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Nasrije Avziu, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Jens Henger, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Qazim Ramaj, 2 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Sriranjan Kandiah, 9 ottobre, Bell Svizzera, Zell
Vera Vujic, 16 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Max Knoblauch, 1 novembre, Geiser AG, Schlieren
Sivanandagunaseelan Nalliah, 1 novembre, Bell Svizzera, Zell
Beat Roth, 1 novembre, Bell Svizzera, Oensingen
Ibrahim Suener, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Roland Rufener, 27 novembre, Bell Svizzera, Basilea

25 anni di servizio

Denis Schwartz, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Luis Jorge Pacheco Martins, 18 settembre, Bell Svizzera, Cher-Mignon
Levent Ersel Oeztuerk, 2 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Edouard Borluzzi, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Johannes Meister, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Khalil Kalso, 20 novembre, Bell Svizzera, Zell

30 anni di servizio

Dominique Klinzig, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Maurice Kohler, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Philippe Salomon, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Roland Thiaville, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Urs Wechsler, 24 settembre, Bell Svizzera, Zell
Jean-Luc Laurency, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Christiane Bentzinger, 8 ottobre, Bell Svizzera, Ufficio Acquisti
Didier Hugel, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Christine Meyer, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Andre Godel-Kumschick, 2 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Hermann Häfliger, 13 novembre, Bell Svizzera, Zell

35 anni di servizio

Remo Chapuis, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Christophe Kleiber, 14 ottobre, Bell Svizzera, Basilea

40 anni di servizio

Isabelle Lancelot, 3 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Didier Gallay, 10 novembre, Bell Svizzera, Cheseaux

45 anni di servizio

Nicoletta Lisi, 5 ottobre, Bell Svizzera, Basilea

Pensionamenti

Rosario Donato Gagliarde, 30 settembre, Bell Svizzera, Cher-Mignon
Mrika Toplanaj-Mrijaj, 30 settembre, Bell Svizzera, Oensingen

Pensionamenti anticipati

Heidy Grässlin, 30 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Patricia Renevey, 31 ottobre, Bell Svizzera, Cheseaux
Claudia Fiorillo, 30 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Armin Heeb, 30 novembre, Bell Svizzera, Gossau

Decessi

Mladen Haban, 17 giugno, Geiser AG, Schlieren
Hansruedi Schneider, 24 luglio, Bell Svizzera, Oensingen

Bell International

20 anni di servizio

Marco Müller, 18 settembre, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge
Isabelle Maussang, 2 ottobre, Bell France, Salaison Polette & Cie Sas
Petra Rögl, 9 ottobre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Wjatscheslaw Strasser, 1 novembre, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht
Ilmije Kelmendi, 8 novembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

25 anni di servizio

Pascal Perret, 2 ottobre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Barbara Pęczek, 25 ottobre, Bell Poland, Niepołomice
Christian Relave, 6 novembre, Bell France, Val de Lyon

30 anni di servizio

Catherine Vigier, 1 ottobre, Bell France, Salaison Polette & Cie Sas
Jean-Marc Clair, 8 ottobre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Isabelle Chagneux, 9 ottobre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Laurent Blanchet, 12 novembre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

40 anni di servizio

Manfred Thölken, 16 ottobre, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht

Pensionamenti

Stanisława Węgrzyn, 2 settembre, Bell Poland, Niepołomice
Rasema Plavotic, 30 settembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Convenience

20 anni di servizio

František Truchlý, 1 febbraio, Hügli Food s. r. o., Zásmuky (*supplemento*)
Eduardo Jorge Correia Costa, 1 settembre, Hilcona AG, Schaan
Moritz Haefliger, 1 settembre, Hilcona AG, Schaan
Michael Landenberger, 1 settembre, Eisberg AG, Villigen
Axel Loebach, 1 settembre, Hilcona AG, Schaan
Philippe Petter, 1 settembre, Hilcona AG, Schaan
Trmalová Věra, 7 settembre, Hügli Food s. r. o., Zásmuky
Alben Haziraj, 11 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Barbara Vallorini, 19 settembre, Ali Big Industria Alimentare Srl, Brivio
Jérôme Terreaux, 26 settembre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Carmelina Nesci, 28 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Martin Manhart, 1 ottobre, Hilcona AG, Schaan
Roland Heber, 4 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Binali Özdemir, 4 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Erik Sproll, 4 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Vildan Tutzsche, 4 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Norbert Raatz, 9 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Tatjana Tararakina, 16 ottobre, Inter-Planing, Langenhaslach
Bianchi Roberto, 1 novembre, Hügli CH, Steinach
Podnecký Václav, 1 novembre, Hügli Food s. r. o., Zásmuky
José Ferreira Sergio, 6 novembre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Beata Nowak, 6 novembre, Hügli DE, Radolfzell
Eva Raatz, 7 novembre, Hügli DE, Radolfzell
Mara Barjasic, 8 novembre, Hügli DE, Radolfzell

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

25 anni di servizio

Sandra Joos, 1 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Ulrich Leitenmayer, 1 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Andrea Ziegler, 1 settembre, Inter-Planing, Langenhaslach
Slavica Mitrovic, 4 settembre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Ferit Citir, 7 settembre, Eisberg AG, Dällikon
Marius Kozak, 20 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Alexandra Carreiras Anacleto, 25 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Roland Kalberer, 1 ottobre, Hilcona AG, Schaan
Lothar Mehl, 1 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Simone Raschke, 1 ottobre, Inter-Planing, Langenhaslach
Klaus Schatzmann, 1 ottobre, Hilcona AG, Schaan
Martin Kassel, 4 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Wilhelm Konopada, 6 ottobre, HFC, Bad Wünnenberg
Hans Hilmer, 10 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Ahmija Hasanovic, 16 ottobre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Sabina Hasanovic, 16 ottobre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Irene Konopada, 16 ottobre, HFC, Bad Wünnenberg
Maria Teixeira De Sousa, 24 ottobre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Aleksandrija Miletic, 21 novembre, Hügli DE, Radolfzell

30 anni di servizio

Richard Trithaler, 12 settembre, Hügli DE, Radolfzell
Andreas Heyne, 1 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Baumann Jimmy, 1 ottobre, Hügli CH, Steinach
Elisabeth Mutschler, 9 ottobre, Hügli DE, Radolfzell
Virginia Michelbach, 3 novembre, Hügli DE, Radolfzell
Seref Yildiz, 12 novembre, Hilcona AG, Schaan
Jens Streichardt, 19 novembre, Hügli DE, Radolfzell

40 anni di servizio

Maria Celestina Pereira Leitao Carvas, 21 ottobre, Eisberg SA, Dällikon

Pensionamenti

František Truchlý, 31 luglio, Hügli Food s. r. o., Zásmuky (supplemento)
Manfred Kohlen, 30 settembre, Hilcona AG, Schaan
Gertrud Engler, 31 ottobre, Hilcona AG, Schaan
Ramos Quintans Santos, 31 ottobre, Hilcona AG, Schaan
Yvonne Hirt-Mathis, 30 novembre, Eisberg AG, Dällikon

Pensionamenti anticipati

Mirostawa Świerczyk, 30 settembre, Eisberg Poland, Legnica
Urszula Betleja, 18 ottobre, Eisberg Poland, Legnica

QUESITO DEL CONCORSO**Vinci una giornata tutta per te!**

Quando si tratta di sostenibilità, anche tu, caro collaboratore, sei in primo piano. E affinché, oltre al lavoro, tu possa godere anche del necessario riposo, in questo numero estraiamo a sorte una «giornata relax» del valore di EUR 300,-. Potrai entrare in sauna, concederti un massaggio, goderti un buon pasto per due o semplicemente staccare la spina con una giornata wellness. Te ne facciamo omaggio con tutto il cuore!

**Premi**

1 giornata relax del valore di EUR 300,-.

10 buoni d'acquisto del valore di EUR 30,- per un supermercato locale.

Partecipazione

Invia la soluzione indicando anche il tuo nome, la tua (ex) sede di lavoro e il tuo datore di lavoro a look@bellfoodgroup.com.

Il concorso scade il 18 dicembre 2020.

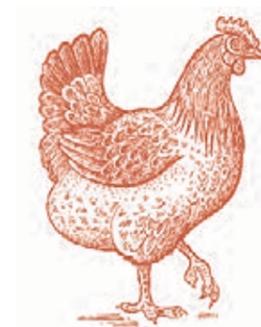
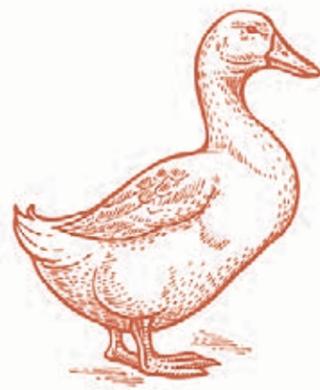
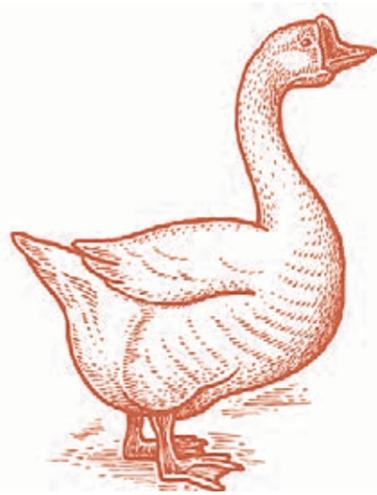
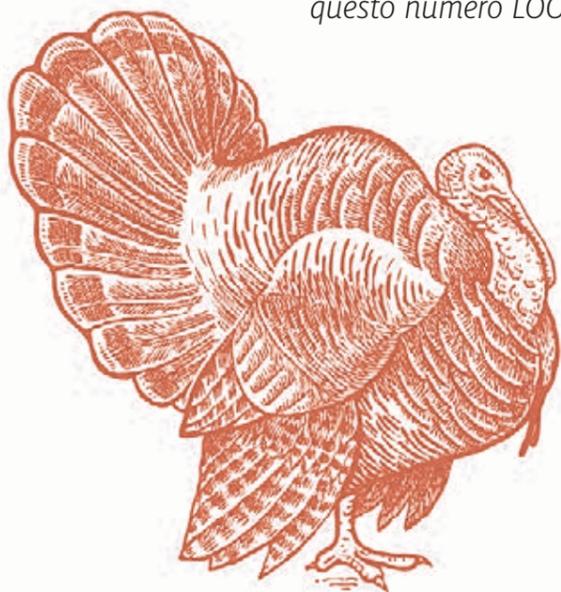
Tra i partecipanti che avranno inviato la soluzione corretta verranno estratti a sorte i vincitori. Non saranno prese in considerazione le partecipazioni multiple.

I vincitori saranno informati direttamente. Non verranno fornite informazioni in merito all'estrazione, né per posta né tramite telefono.

A tu per tu con pollo, tacchino e faraona

OGGI NIENTE POLLO?

Dicono che la zuppa di pollo aiuti a far passare il raffreddore. Un'insalata con straccetti di tacchino dovrebbe far parte di ogni dieta. E cosa sarebbero le festività senza un arrosto d'oca? Il pollame ha una carne praticamente piena di risorse. Per questo numero LOOK! ha esaminato i nostri amati volatili un po' più da vicino.



Tacchino

Latino: Meleagris gallopavo

Dimensioni: circa 100 cm

Peso: fino a 13 kg

I tacchini sono i pesi massimi tra i volatili. Le femmine pronte per l'arrosto pesano dai tre ai sette chilogrammi, mentre i maschi possono pesare anche dodici chilogrammi e oltre. Ecco perché vengono utilizzati per lo più sezionati. La carne di tacchino è povera di grassi e calorie e contiene pochissimi carboidrati. Facilmente digeribile, è ideale come alimento leggero e dietetico. Per il loro intenso aroma, cosce e ali sono tuttavia utilizzabili anche per ricette più energiche. E a chi è capitato di trovarsi in America per la Festa del Ringraziamento sa bene che, all'occorrenza, il forno è abbastanza capiente anche per un tacchino intero.

Oca

Latino: Anser

Dimensioni: circa 85 cm

Peso: da 5 a 7 kg

È la bomba calorica tra le varietà di pollame. La carne d'oca ha infatti un contenuto di grassi relativamente alto. Durante la cottura arrosto, una parte dei grassi fuoriesce. Quindi, se si elimina il grasso prima di preparare la salsa, è possibile ridurre leggermente il contenuto calorico. La carne d'oca, in effetti, non è una carne poco salutare. Tra le varie sostanze, contiene anche una gran quantità di utile magnesio e ferro. E dopo tutto il Natale arriva una sola volta all'anno.

Anatra

Latino: Anas platyrhynchos

Dimensioni: circa 40 cm

Peso: da 3 a 5 kg

La carne d'anatra, scura e aromatica, di solito proviene da anatre mute o anatre di Pechino. Poiché le anatre mute erano in origine abitatrici di alberi, sono più povere di grasso, hanno i muscoli delle ali più pronunciati e un'elevata percentuale di carne nel petto. Sono apprezzate anche le più rare anatre selvatiche, grazie alla carne più magra e all'aroma molto speziato. Le anatre di Pechino, utilizzate anche per l'omonimo piatto tradizionale cinese, hanno invece un contenuto di grassi più elevato. È proprio questo il segreto della loro croccantezza.

Faraona

Nome latino: Numididae

Dimensioni: circa 60 cm

Peso: da 2 a 3 kg

La faraona è una prelibatezza particolarmente diffusa in Francia. Proviene originariamente dall'Africa, dove vive ancora oggi allo stato brado. Piace per la sua carne tenera e molto aromatica. Spesso le faraone vengono cotte al forno intere. Ma anche il petto di faraona può essere impiegato in modo versatile, brasato o arrosto.

Pollo

Latino: Gallus gallus domesticus

Dimensioni: circa 30 cm

Peso: 800-1200 g

Pollo, galletto, broiler: le denominazioni del gettonato pennuto sono numerose. E viene preparato in altrettanti modi diversi: intero, ad esempio nel caso del pollo arrosto o bollito, selezionando solo le cosce, per farle croccanti arrosto, o il petto, a basso contenuto di grassi. La carne di pollo è la varietà di pollame numero uno al mondo. Ogni regione vanta ricette tipiche nel proprio repertorio – dal pollo fritto viennese al pollo al curry asiatico e al piatto nazionale cileno «cazuela de ave», una zuppa di verdure e pollo.

Quaglia

Latino: Coturnix

Dimensioni: 18 cm

Peso: circa 200 g

Il più piccolo della famiglia dei volatili è la quaglia. Grande quanto uno storno e con un peso di appena 200 grammi, è la più piccola specie di pernice. La quaglia ripiena è un classico della cucina francese. Ma anche non ripiena, la sua carne tenera e dal leggero gusto selvatico è una delizia.

Il mercato delle carni di pollame è in piena espansione: dal 2006 ha registrato un aumento di oltre il 30% in tutta Europa. Ma la voglia di carne di pollo, tacchino & Co. non è una novità. Anche gli antichi egizi allevavano il pollame come animali da fattoria. Per non parlare degli antichi romani e greci con le loro tavole sontuosamente imbandite.

Zoologicamente parlando, pollame è il termine collettivo che riunisce le specie di uccelli allevati come animali da fattoria e domestici adatti al consumo.

Si tratta di polli, oche, anatre e quaglie. La popolarità della carne di questi animali è certamente favorita dal fatto che può essere preparata in tanti modi diversi. Allo stesso tempo – con poche eccezioni – è a basso contenuto di grassi e calorie ed è ricca di proteine di alta qualità e di importanti nutrienti. • *mr*

Le novità del Bell Food Group che fanno viaggiare anche stando a casa

Dalla Savoia all'Asia

Molte persone, dopo le restrizioni sugli spostamenti di quest'estate, avvertono un forte desiderio di raggiungere paesi lontani. Grazie alle specialità di tutto il mondo, il Bell Food Group contribuisce ad attenuare la nostalgia per le proprie mete preferite. A questo si aggiungono numerose novità della propria regione – in un caso i clienti stessi hanno avuto perfino l'opportunità di esprimere la propria creatività.

Bell Svizzera: nuova confezione per il salame

A partire da metà giugno, quattro tipologie di salame facenti parte del classico assortimento Bell vengono imballate in nuove confezioni orientate al cliente. I «Salametti Tradizionali» e il «Salame Artigianale», che prima venivano venduti non confezionati, ma semplicemente inseriti in una rete con etichetta, vengono ora proposti in igieniche confezioni chiuse. Per il «Salame Originale» e il «Salame Spianata», Bell ha inoltre ridotto la percentuale di plastica rispetto alla confezione attuale. Un aspetto a cui sempre più clienti prestano attenzione. Con il rilancio della confezione, inoltre, non solo vengono favoriti l'igiene e la conservabilità: il nuovo look in carta kraft sottolinea infatti anche la tradizionale arte norcina italiana e gli ingredienti di alta qualità che caratterizzano i salumi



Bell Polonia: tre nuove varietà di salumi alla cracoviana

Per poter farcire in modo sempre diverso i propri sandwich preferiti, i clienti polacchi hanno ora a disposizione tre nuove varietà di salumi Bell. L'insaccato di cotto di Cracovia e l'insaccato di tacchino o pollo di Cracovia sono affumicati, stagionati ed essiccati e contengono tutti un'elevata percentuale di carne. La variante con tacchino si caratterizza inoltre per una bassissima quantità di grassi, pari ad appena il 3%. Il lancio di queste novità è stato seguito anche su Facebook.



Bell Germania: mini confezioni di prosciutto come nella «Bella Italia»

Le fettine di Serrano di marca Abraham hanno conquistato i vassoi di tapas dei fan tedeschi del prosciutto spagnolo. Quest'estate si è aggiunta la variante italiana: le mini-confezioni di prosciutto. In questo caso il prosciutto viene stagionato in modo tradizionale in Italia per undici mesi, quindi tagliato sottile per essere gustato come antipasto. Per far sì che venga agevolmente servito anche nei piatti da antipasto, i fogli di pellicola che le separano consentono di estrarre facilmente le singole fette dalla confezione.

Bell Francia: specialità della Savoia con confezione più ecologica

I prodotti regionali con confezioni ecologiche sono di grande tendenza presso la clientela francese. Punta su questo aspetto anche il nuovo assortimento di affettati della Savoia di Bell. Semplice, con nocchie, con formaggio beaufort o affumicato – tutte le varianti del «saucisson sec de Savoie» vengono prodotte con le migliori carni francesi presso lo stabilimento Bell di Aime. Inoltre, per la realizzazione del nuovo assortimento il team ha attribuito grande valore alle confezioni riciclabili. L'elevato livello di qualità e gusto dei salumi della Savoia è stato di recente attestato da un nuovo riconoscimento: il tradizionale «saucisson sec recette à l'ancienne» ha ottenuto la medaglia d'argento al «Concours Général Agricole».



Per le nuove confezioni, Bell Francia punta sulla riciclabilità.



Eisberg Ungheria: insalata votata dal cliente

Perché sul contenuto dell'insalata in sacchetto dovrebbero mettere bocca sempre e soltanto gli esperti? Eisberg ha recentemente ribaltato la situazione: a partire dalla fine di luglio, settimana dopo settimana, su Facebook e Instagram i clienti ungheresi hanno avuto l'opportunità di scegliere gli ingredienti per creare l'«insalata nazionale», che è stata presentata il 20 agosto. L'iniziativa ha riscosso un grandissimo successo: solo su Facebook migliaia di fan hanno partecipato alla composizione della propria insalata preferita. Alla fine la scelta è ricaduta su una combinazione di insalata iceberg, insalata romana, carote, insalata riccia e mais, ora disponibile nei supermercati di tutto il paese.



Hilcona: novità food service da Bad Wünnenberg

Anche nel primo stabilimento di produzione per prodotti convenience freschi di Hilcona in Germania, lo sviluppo dei prodotti nel corso degli ultimi mesi ha operato a pieno regime. In agosto, con la nuova gamma di müsli e di hummus, da Bad Wünnenberg sono arrivate sul mercato ulteriori novità per il reparto Food service. Hilcona fa così proprie due tendenze in atto nel mondo della gastronomia: con il boom di porridge e oatmeal, al momento il tema «colazione sana» è di grande attualità. E anche l'hummus in varie tipologie creative è ora entrato a far parte del menu. Questa crema spalabile a base di ceci convince non solo per il suo ottimo sapore, ma anche per la sua elevata percentuale di proteine.



Hilcona: Fresh Break Sandwiches con assortimento rielaborato

«Ora ordino di nuovo più sandwich, dato che l'assortimento è più vario.» oppure «Da quando sono uscite le nuove confezioni, ordiniamo ora anche sandwich». Sono solo due dei numerosi feedback positivi riguardo alla nuova linea «Fresh Break Sandwich» di Hilcona. L'assortimento fresco e ultrafresco con 38 varianti è stato lanciato in Svizzera lo scorso maggio. A tale riguardo Hilcona ha passato in rassegna la gamma esistente, migliorato le ricette e ridefinito il design della confezione. La nuova grafica rispecchia la freschezza, la naturalezza e l'elevato pregio dei sandwich e fa venire subito l'acquolina in bocca.

Hügli: spezie ora di propria produzione

Tutte le erbe aromatiche e le spezie per i clienti food service di Hügli provengono ora dall'impianto di imbustamento all'avanguardia di Radolfzell. Inoltre, per alcuni mercati gli esperti di gastronomia arricchiscono l'offerta in questo settore introducendo nuove tipologie, quali i baccelli di vaniglia, la noce moscata macinata o le erbe aromatiche provenzali. Mentre i clienti in Svizzera e in Austria possono ordinare già da tempo le proprie spezie presso Hügli, in Germania l'assortimento di erbe aromatiche e spezie viene ora offerto per la prima volta.



Hilcona: il gusto del Vicino Oriente con le Levante-Bowl

La versatilità della cucina del Vicino Oriente è dimostrata dalle cinque nuove Levante-Bowl, che Hilcona prepara fresche tutti i giorni a Orbe e produce, sempre in Svizzera, per il commercio al dettaglio e i mercati to-go. Secondo le tendenze culinarie orientali, le bowl contengono ingredienti come ceci, cous-cous, cavolfiore o melanzane. Oltre a due varianti con pollo esistono anche tre tipologie adatte ai vegetariani.



Hilcona: il gusto dell'Estremo Oriente con gli Asia Meals

Con Hilcona, anche gli appassionati della cucina asiatica non resteranno a bocca asciutta: da settembre sono infatti disponibili i nuovi Hilcona Asia Meals. I ravioli all'asiatica con sweet chili o salsa teriyaki, ma anche gli spaghetti all'asiatica con carne di pollo fanno parte dei pasti fresh-to-heat, ovvero da riscaldare in pochi minuti in padella o in microonde. Una procedura di produzione brevettata garantisce che le verdure restino fresche e croccanti. Inoltre la confezione, che graficamente ricorda il cestello in bambù per la cottura a vapore, mette appetito già al momento dell'acquisto del prodotto.

Gli Asia Meals fanno parte dei pasti fresh-to-heat.



ASSORTIMENTO BIO HÜGLI GIÀ CONFORME AL NUOVO REGOLAMENTO UE

Perché non tutto il bio è uguale

Dal 1° gennaio 2021, per gli alimenti con sigillo bio si applicheranno norme più rigorose. Hügli ha reso gli assortimenti bio delle sue tre marche «Hügli», «Vogeley» e «Stein's Best» conformi al nuovo regolamento UE sui prodotti bio. A tale riguardo l'azienda, una delle poche del settore food service in grado di offrire un vasto assortimento di prodotti convenience, nei mesi scorsi ha messo sul banco di prova i suoi circa 30 prodotti con etichetta bio.

In particolare è stato necessario trovare un sostituto per numerosi aromi, poiché il regolamento impone, tra l'altro, che questi debbano essere ricavati solo a partire dal prodotto di partenza da cui traggono il nome. Quindi, ad esempio l'aroma di fragola deve essere ricavato dalle fragole.

Al contempo il lavoro compiuto sulle ricette è stato sfruttato da Hügli per portare i prodotti a un livello culinario superiore. Dopo varie degustazioni, Brigitte Jauch, responsabile senior dei prodotti presso Hügli, afferma con sicurezza: «Grazie a queste rielaborazioni, i nostri prodotti hanno compiuto ancora una volta un decisivo passo in avanti e sono ora gustosi e di altissimo livello.» • mr



Sybille Walpert e Christian Nigg reclutano personale per la produzione

Alla ricerca dei migliori

Se ai manager di Risorse Umane fosse chiesto di scrivere una lista dei desideri, «collaboratori soddisfatti che rimangono fedeli all'azienda per molto tempo» sarebbe sicuramente quello in cima alla lista per la maggior parte di essi. Sybille Walpert, responsabile delle risorse umane presso la sede Bell di Oensingen, e Christian Nigg, HR-Manager Supply Chain presso la sede Hilcona di Schaan, sono due collaboratori che si occupano di trovare le persone giuste per i posti vacanti nella produzione. Nell'intervista con LOOK! raccontano come si svolge la selezione.

Lei utilizza degli standard per il reclutamento del personale per il suo stabilimento di produzione?

Sybille Walpert: «Naturalmente. Per esempio, utilizziamo layout standardizzati per gli annunci, ci serviamo di una guida alla conduzione del colloquio e seguiamo delle checklist per il processo di inserimento».

Christian Nigg: «Da noi le procedure sono simili. Ad esempio, di solito seguiamo la stessa procedura dall'invito a presentare candidature fino all'assunzione e utilizziamo anche una guida al colloquio con gli argomenti che affrontiamo sempre».

Ha una pila di candidature sulla sua scrivania. Come effettua la preselezione?

Christian Nigg: «In un primo momento stabiliamo le caratteristiche che ci attendiamo dal candidato. Poi effettuiamo la selezione secondo il sistema ABC. Assegniamo una A ai candidati che assumeremmo molto volentieri. B significa: lo prendiamo in considerazione. Assegniamo invece una C a quelli che respingiamo».

Sybille Walpert: «Anche noi definiamo in anticipo i criteri «essenziali» e quelli «opzionali» per il profilo professionale. Su queste basi eseguiamo poi una preselezione delle candidature. Se la selezione è ancora troppo ampia, invitiamo coloro che hanno più requisiti «opzionali» in aggiunta a quelli per così dire «essenziali»».

A cosa presta particolare attenzione durante il successivo colloquio?

Christian Nigg: «Per me è molto importante percepire se il candidato sa cosa lo aspetta e se è davvero intenzionato ad accettare il lavoro. Per questo, fra le altre cose, chiedo anche che cosa si aspetta dalla sua nuova mansione».

Sybille Walpert: «Personalmente attribuisco grande importanza a una presentazione autentica e motivata del



candidato. Osservo anche l'interazione tra lui e il dirigente responsabile».

Come seleziona la persona idonea all'assunzione dopo la tornata di candidature?

Sybille Walpert: «Una volta che sono stati condotti tutti i colloqui e i candidati hanno completato la giornata di introduzione, scambiamo nuovamente le nostre impressioni con il dirigente responsabile, che poi prende la decisione finale».

Christian Nigg: «Noi procediamo esattamente allo stesso modo. Per me, anche il periodo di prova fa parte del processo di reclutamento. Durante questo periodo, tengo ancora un po' d'occhio il nuovo arrivato per vedere se entrambe le parti hanno preso la decisione giusta. • *mr*