

# LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

03 2020



**Angajamentul  
nostru pentru viitor**

BELL  
FOOD  
GROUP





## Rezumat

### Din companie

- 4 Activitatea noastră de bază se află în plin avânt**  
Rezultatele semestriale bune ale Bell Food Group
- 5 Deveniți acționari în cadrul Bell Food Group**  
Acțiuni atribuite angajaților
- 5 Perbál și Saint-André**  
Vânzarea unor întreprinderi din Ungaria și Franța

### Privire de ansamblu

- 6 PrimaVita este comercializată pentru prima oară prin intermediul Amazon**  
Noua gamă de produse Hügli
- 6 La Hilcona este un zumzet continuu**  
O casă pentru albine
- 7 Colaborare strânsă în Austria**  
Hügli cooperează cu TOP-TEAM Zentraleinkauf
- 7 La televizor**  
O nouă reclamă Bell France
- 7 Eisberg este un «Superbrand»**  
Distincții în Ungaria

### Munca la Bell Food Group

- 8 Bună, toate cele bune și la revedere**  
Stagiarii din cadrul Bell Food Group
- 10 Un dialog de la egal la egal**  
Primul contract colectiv de muncă din sectorul Convenience din Elveția
- 12 «Vechii măștri» ai firmei noastre**  
În dialog cu angajații cu vechime

### La locația din...

- 16 «Aici, cu toții punem accent pe calitatea preparatelor»**  
Produce din paste și vegetariene realizate într-un atelier culinar
- 18 Change of Colours**  
Bell susține arta urbană din Basel

### Articol de prima pagină

- 22 Angajamentul nostru pentru viitor**  
Sustenabilitatea în cadrul Bell Food Group

### Durabilitate și inovație

- 27 Nu doar rapid, ci și foarte bun**  
Interviu cu fondatorul Mosa Meat, Mark Post

### Oamenii fac diferența

- 28 Pentru noi și planeta noastră**  
Angajații Bell Food Group dezbate tema sustenabilității

### Aniversări

- 30 Aniversări**  
LOOK! celebrează aniversările din perioada septembrie – noiembrie 2020

### Competiție

- 33 Câștigați o zi doar pentru dumneavoastră!**  
Întrebare de concurs

### Lumea noastră culinară

- 34 Ați mâncat carne de pasăre astăzi?**  
Aflați mai multe despre pui, curcan și bibilică
- 36 Din Savoia până în Asia**  
Cu noutățile Bell Food Group, călătoriți în jurul lumii chiar din confortul propriei case

### Asta da calitate!

- 40 În căutarea celor mai buni**  
Sybille Walpert și Christian Nigg recrutează angajați pentru sectorul de producție

## Ne asumăm responsabilitatea

### Dragi angajați

Ultimele luni au demonstrat un lucru: Doar atunci când contribuim cu toții la progresul societății și nu ne gândim doar la propria bunăstare putem face față provocărilor la nivel global.

Bell Food Group își asumă responsabilitatea față de societate și de mediu. Susținem serviciile sustenabile. Vom pune în practică această filozofie fiind un angajator corect pentru dumneavoastră, dragi angajați și fiind un operator economic conștient de propriile responsabilități, cu o perspectivă sănătoasă privind dezvoltarea companiei.

Facem parte dintr-un lanț valoric de mare amploare și avem o responsabilitate specială. Prin intermediul valorilor, deciziilor și activităților noastre, influențăm în mod direct sau indirect numeroși actori, fie ei furnizori, parteneri comerciali și clienți, producători sau agricultori.

De asemenea, suntem un partener fiabil și stabil pentru acționarii noștri. În ultimele șase luni am demonstrat că ne putem menține capacitățile de livrare chiar și în această perioadă neobișnuită, de criză. Acest succes se datorează dumneavoastră, dragi angajați. Fără implicarea dumneavoastră, acest lucru nu ar fi fost posibil.

Angajații motivați și competenți stau la baza unei companii de succes și sunt piatra de temelie a istoriei de

150 de ani a Bell Food Group. Dezvoltarea sustenabilă nu include doar menținerea unor cifre de afaceri stabile și responsabilitatea față de mediu, ci și susținerea și dezvoltarea angajaților.

**Suntem un partener stabil și de încredere.**

De aceea, mă bucur foarte mult că, în această vară, 54 de stagiași au început instruirea în cadrul Bell Food Group și 44 dintre aceștia au încheiat cu succes instructajul sau studiile. Sunt mândru de faptul că, în ciuda numărului redus de specialiști și ucenici, există atât de mulți tineri care sunt interesați și captivați de ceea ce facem noi, precum și de faptul că îi putem susține. Tinerii specialiști stau la baza viitorului nostru – și reprezintă un element important pentru dezvoltarea noastră sustenabilă.

Fiind una dintre cele trei misiuni ale companiei noastre, sustenabilitatea, alături de calitate și un gust excelent, este o componentă centrală a ADN-ului nostru. Prin intermediul raportului nostru nou privind sustenabilitatea, le demonstrăm acest lucru și persoanelor din afara companiei. Astfel ne diferențiem de competitorii noștri și dorim și să fim un model demn de urmat pentru cei din acest domeniu.

Pentru a atinge acest scop, trebuie să aplicăm aceste principii în activitatea noastră de zi cu zi și să fim conștienți de responsabilitățile noastre.

Lorenz Wyss  
Președintele Consiliului de administrație

Rezultatele semestriale bune ale Bell Food Group

# ACTIVITATEA NOASTRĂ DE BAZĂ SE AFLĂ ÎN PLIN AVÂNT

Bell Food Group a înregistrat rezultate bune în primul semestru al anului 2020, deși acesta a fost marcat de pandemia generată de coronavirus.

Activitatea noastră de bază în sectorul cărnii și al produselor din carne a înregistrat o creștere îmbucurătoare în canalul de distribuție retail.

În urma acestei dezvoltări au avut de câștigat în special diviziile Bell Elveția și Bell International.

Activitate	2019	2020	+/-	Din aceasta:			
				Valută	Achiziție/ Cesiune	Operațional	%
<b>Bell Food Group</b>							
Volumul vânzărilor în mil. kg	266.7	259.8	-6.9	-	-7.5	0.6	0.2 %
Cifra de afaceri în mil. CHF	2 023.0	1 995.3	-27.7	-45.1	-41.9	59.3	2.9 %
<b>Bell Elveția</b>							
Volumul vânzărilor în mil. kg	61.7	62.6	1	-	-	1	1.6 %
Cifra de afaceri în mil. CHF	982.0	1 019.7	37.7	-	-	37.7	3.8 %
<b>Bell International</b>							
Volumul vânzărilor în mil. kg	107.7	102.4	-5.3	-	-7.5	2.2	2.0 %
Cifra de afaceri în mil. CHF	513.7	481.9	-31.8	-31.5	-42.1	41.8	8.1 %
<b>Convenience</b>							
Volumul vânzărilor în mil. kg	99.4	96.9	-2.4	-	-	2.4	-2.5 %
Cifra de afaceri în mil. CHF	548.9	515.2	-33.7	-14.0	-	-19.7	-3.6 %

În primul semestru al anului 2020, pandemia generată de coronavirus a afectat întreaga lume, iar Bell Food Group s-a confruntat cu o provocare fără precedent, care i-a solicitat mult pe toți angajații noștri. Prin urmare, este cu atât mai îmbucurător faptul că Bell Food Group s-a putut ridica la înălțimea acestor provocări și a putut înregistra un rezultat operațional bun. Le mulțumim foarte mult tuturor angajaților care au avut o contribuție importantă datorită flexibilității și disponibilității lor.

Carantina, care a durat mai multe săptămâni în toate țările și, în consecință, închiderea tuturor companiilor din sectorul gastronomiei, au avut efecte semnificative asupra activității Bell Food Group. În plus, mobilitatea redusă a afectat comportamentul de cumpărare și pe cel alimentar. S-a pus mai mult accent pe prepararea alimentelor acasă și mai puțin pe consumul de alimente în oraș. De aceea, cifra de afaceri din canalul de distribuție servicii alimentare a scăzut drastic. În schimb, canalul de distribuție retail a avut mult de câștigat.

Această evoluție a avut efecte diferite asupra Bell Food Group. Bell Food Group a înregistrat o creștere sem-

nificativă în activitatea de bază în sectorul cărnii și al produselor din carne pe piața de desfacere din domeniul retail, creștere ce a putut compensa pierderile înregistrate în serviciile alimentare. Acest lucru s-a resimțit în special pe piața din Elveția, în care turismul pentru cumpărături a fost întrerupt din cauza închiderii granițelor. Datorită concentrării asupra operațiunilor cu jambon din ultimul an și a măsurilor implementate în mod consecvent pentru creșterea nivelului de eficiență, divizia Bell International a putut înregistra progrese semnificative, indiferent de factorii externi.

Pandemia generată de coronavirus a avut un impact negativ mai mare asupra diviziei Convenience. Efectele au fost evidente în special în canalul de distribuție servicii alimentare, precum și în sortimentele de produse la pachet din domeniul retail. Pierderile în cifra de afaceri nu au putut fi compensate de veniturile din canalul retail în aceeași măsură ca în celelalte două divizii.

Mai multe informații cu privire la rezultatele semestriale sunt disponibile în raportul semestrial și la adresa [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com). • fv

**Cumpărare de acțiuni și  
Informații suplimentare**  
[myshares.bellfoodgroup.com](http://myshares.bellfoodgroup.com)

Acțiuni atribuite angajaților

## Deveniți acționari în cadrul Bell Food Group

Între 1 și 30 noiembrie 2020, puteți achiziționa acțiuni Bell Food Group în condiții avantajoase. Accesați Portalul de acțiuni la adresa [www.myshares.bellfoodgroup.com](http://www.myshares.bellfoodgroup.com).

Și anul acesta, între 1 și 30 noiembrie, puteți achiziționa acțiuni Bell Food Group AG la un preț avantajos («acțiuni atribuite angajaților»), participând astfel în mod direct la activitatea societății. În termenul limită de subscriere, angajații Bell Food Group pot cumpăra între 1 și 100 de acțiuni atribuite lor. Acțiunile atribuite angajaților vor fi emise cu o reducere de 20 de procente și cu termen limitat, de 4 ani.

**La adresa [www.myshares.bellfoodgroup.com](http://www.myshares.bellfoodgroup.com), vă oferim**

- acces la Portalul de acțiuni al Bell Food Group, de unde puteți achiziționa acțiuni,
- informații complete cu privire la planul de achiziționare a acțiunilor de către salariați desfășurat în acest an și
- de la 1 noiembrie, prețul de cumpărare per acțiune atribuită angajaților.

Pentru subscrierea acțiunilor atribuite angajaților se aplică Regulamentul de achiziționare a acțiunilor de către salariați.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm să luați legătura cu biroul de acțiuni (+41 58 326 20 20, [share.registry@bellfoodgroup.com](mailto:share.registry@bellfoodgroup.com)) al Bell Food Group. • sh

## Vânzarea unor întreprinderi din Ungaria și Franța Perbál și Saint-André

Bell Food Group continuă să își restructureze activitatea internațională în domeniul mezelurilor fine și vinde două centre de producție din Ungaria și Franța. Toți angajații vor fi preluați de noii proprietari.



Perbál



Saint-André

Bell Food Group își vinde fabricile din Perbál, Ungaria, și Saint-André, Franța. Toți angajații vor fi preluați de viitorii proprietari. Astfel, Bell Food Group renunță la două sedii cu perspective strategice reduse și continuă reorganizarea activității internaționale în domeniul mezelurilor fine. Chiar din timpul exercițiului financiar anterior, compania s-a retras din sectorul de activitate neprofitabil al comercializării de mezeluri pe piața germană. Cele două tranzacții nu au efecte esențiale asupra rezultatului operațional al grupului, ci efecte unice ne semnificative.

### Sediul Perbál din Ungaria

Se preconizează că întreprinderea de producție specializată în mezeluri fine din Perbál (HU) va fi vândută, la 31 octombrie 2020, filialei Spar din Ungaria. Cu aproximativ 200 de angajați, întreprinderea avea o cifră de afaceri anuală de circa 20 de milioane de euro. Cu această achiziție, Spar Ungaria își extinde capacitățile

de producție existente și asigură, astfel, locuri de muncă. Părțile au convenit să nu dezvăluie termenii de cumpărare. Tranzacția a avut loc sub rezerva aprobării Autorităților naționale pentru concurență.

### Sediul Saint-André din Franța

Întreprinderea din Saint-André-sur-Vieux-Jonc va fi vândută companiei franceze Isla Délice. Acest sediu a fost folosit în special pentru tranșarea și ambalarea produselor din carne, dar și ca nod logistic. Transferul este stabilit pentru finalul lunii februarie 2021. Isla Délice va prelua toți cei aproximativ 70 de angajați ai sediului. Părțile au convenit să nu dezvăluie termenii de cumpărare. În Franța, pe lângă Saint-André, Bell Food Group își desfășoară activitatea în alte cinci sedii de producție pentru specialități regionale de jambon și salam de calitate superioară. S-a decis integrarea activităților de la sediul din Saint-André în sediul central Teilhède. • sh

Noua gamă de produse Hügli

## **PrimaVita este comercializată pentru prima oară prin intermediul Amazon**

Cu PrimaVita, Hügli a dezvoltat o marcă proprie de produse pentru sănătate și nutriție, care sunt comercializate exclusiv prin intermediul Amazon începând cu luna mai.



Băuturile și shake-urile pentru fitness, pentru scăderea în greutate sau pentru alimentația persoanelor cu vârsta de peste 50 de ani sunt din ce în ce mai populare. Pentru ca gustul să nu fie ignorat în acest domeniu, Hügli se ocupă de ceva timp cu dezvoltarea unor produse tip convenience cu beneficii nutriționale, care să corespundă, de asemenea, cerințelor culinare la nivel înalt.

Acum, compania a dezvoltat un sortiment de produse pentru sănătate și nutriție exclusiv pentru Amazon. Acesta este disponibil în magazinele online încă din luna mai, sub denumirea comercială PrimaVita. Produsul este disponibil în șapte țări.

În acest moment, oferta include 20 de produse dietetice, pentru alimentația sportivilor și din domeniul bunăstării. Acestea includ clasicele băuturi și shake-uri, precum și supe, terci și mâncăruri gata preparate. «Pe lângă gustul extraordinar, gama noastră completă de alimente se remarcă și prin diversitatea sortimentelor sărate și dulci pentru micul dejun, prânz și cină», declară Lankananda Perera, Business Development Manager Health & Nutrition în cadrul Hügli.

Alimentele, produse în Radolfzell și Langenhaslach, oferă beneficii nutriționale semnificative prin adăugarea, de exemplu a proteinelor, vitaminelor, mineralelor sau acizilor grași nesaturați.

Care este părerea clienților? Pe platforma Amazon, aceștia au evaluat pozitiv gustul, modalitatea simplă de pregătire și porțiile optime ale produselor din gama PrimaVita. • *mr*



O casă pentru albine

## **La Hilcona este un zumzet continuu**

*Echipa Hilcona are în jur de 40 000 de colegi noi. Aceștia au șase picioare și două aripi și zumzăie fericiți în această vară în jurul sediului din Schaan.*

În cadrul proiectului «Bee Hilcona», compania din Liechtenstein a oferit în luna iulie pe terenul său o nouă casă pentru două colonii de albine. În scopul sustenabilității în cadrul Bell Food Group, Hilcona contribuie în mod activ la susținerea biodiversității și la combaterea dispariției insectelor.

Acțiunea a fost pusă în practică de proprii angajați, care, de asemenea, au dezvoltat împreună un concept sustenabil pornind de la o idee. De îngrijirea harnicelor adunătoare de polen și nectar se ocupă un expert din cadrul companiei noastre: Marco Jehle-Radkohl este singurul apicultor din Liechtenstein și estul Austriei care lucrează conform metodei Demeter.

Această formă de apicultură ia în considerare nevoile naturale ale albinelor. Aceasta implică, de exemplu, permiterea populației de albine să își construiască în întregime proprii faguri –

fără pereții intermediari confecționați în prealabil și folosiți adesea. De asemenea, creșterea populației de albine nu este realizată prin însemințarea artificială a reginei, ci prin roirea naturală. Astfel, o parte a populației părăsește stupul pentru a forma o altă colonie.

«Proiectul este un exemplu de succes pentru practicarea sustenabilității», spune directorul executiv al Hilcona, Martin Henck. «Albinele sunt o componentă esențială a ecosistemului nostru. Acestea asigură diversitatea naturală și existența resurselor noastre.»

Prin intermediul polenizării plantelor, albinele ajută nu doar alte insecte, ci și agricultura. De aceea, în jurul celor doi stupi Hilcona noi din Schaan, atât populația insectelor, cât și agricultura sunt foarte dezvoltate. Noile noastre «colege» se vor bucura de o masă îmbelșugată. • *mr*

Hügli cooperează cu TOP-TEAM Zentraleinkauf

## **Colaborare strânsă în Austria**

*Multe sortimente Hügli includ produse oferite de alți producători. Acum, compania din Austria are un nou partener pentru achiziționarea acestora, TOP-TEAM Zentraleinkauf.*

Hügli Austria ne arată prin intermediul colaborării recente cu TOP-TEAM Zentraleinkauf, cum putem folosi în mod semnificativ efectele sinergiei în cadrul unui grup mare de companii. Societatea comercială cu sediul în Traun aparține în proporție de 50 % Transgourmet și face parte din grupul Coop.

«În domeniul serviciilor alimentare, folosim produse de la alte companii pentru a completa propriile noastre produse și a oferi clienților sortimente cât mai diverse», explică Thomas Kofler, director al Hügli Austria. «Pentru că TOP-TEAM Zentraleinkauf dispune de o rețea mare de producători și furnizori pentru produse din diferite mărci sau produse de marcă proprie, de diferite niveluri de calitate, prin colaborarea cu aceștia ne putem spori gradul de eficiență în acest domeniu.»

În prima fază, sortimentele de alimente congelate ale Hügli vor fi gestionate de TOP-TEAM Zentraleinkauf. Apoi vor urma licitații comune pentru produse pe bază de roșii și cartofi, precum și pentru paste uscate. În următoarea etapă, este planificată achiziționarea altor game de produse, de exemplu din domeniul produselor nealimentare.

Pe de altă parte, în viitor Hügli va achiziționa produse din anumite grupe, în achiziționarea cărora compania are o experiență îndelungată, pentru Transgourmet, în regiunea DACH. Astfel, ambele companii vor profita de pe urma cooperării. • *mr*

O nouă reclamă Bell France

## **La televizor**

*Pe durata întregii luni iunie, Bell France a difuzat o reclamă în timpul emisiunii populare de licitații «Affaire Conclue» de pe France 2. Acest lucru a dus la creșterea gradului de vizibilitate, a vânzărilor și a gradului de conștientizare în cadrul Bell Food Group.*

Un măcelar cu barba sură merge răsând către cameră și oferă telespectatorilor o tavă cu mezeluri apetisante. În spatele lui se poate vedea o piață din inima unui sat cu case de piatră și se pot auzi sunetele caracteristice acesteia; se pot auzi și bătăile clopotului bisericii ... Lipsește doar mirosul de vară și de mâncare bună! «Această reclamă a fost filmată în satul Montpeyroux din Auvergne, la scurt timp după



Filmările pentru reclamă au avut loc în micul sat Montpeyroux din Auvergne, unul dintre cele mai frumoase sate din Franța.

declararea stării de carantină și doar cu locuitori din Auvergne. La sfârșitul filmărilor, am donat produsele organizației Crucea Roșie din Franța», explică Marguerite Martin, manager de produs în cadrul Bell France.

În urma difuzării acestei reclame, gradul de conștientizare al Bell Food Group în Franța a crescut la 9 % (în 2015 era 4 %). Pe durata în care reclama a fost difuzată, în magazine, vânzările de mezeluri afumate au crescut cu 18,44 % față de anul anterior, în ciuda crizei. • *gm*

Distincții în Ungaria

## **Eisberg este un «Superbrand»**

*Atât clienții din Ungaria, cât și specialiștii din domeniu consideră că Eisberg este o marcă autentică și de succes. De aceea, recent, compania a fost distinsă de două ori cu premiul «Superbrand».*

Prin intermediul a două distincții primite în Ungaria, se confirmă din nou faptul că Eisberg este o marcă proeminentă în segmentul său de piață. Distincția «Superbrands Award» este acordată de către consumatori și arată cât de mult prețuiesc clienții marca Eisberg. «Noi considerăm că, pe de o parte, am obținut acest premiu datorită produselor noastre de calitate și transparenței în comunicarea cu oamenii. Pe de altă parte, însă, programul nostru de responsabilitate socială a jucat cu siguranță un rol important», spune Judit Szalai, director de vânzări în cadrul Eisberg Ungaria.

Colegii noștri din Ungaria se bucură în egală măsură de premiul acordat de public și de distincția acordată de juriul de specialitate, «Business Superbrands Award». Astfel, aceasta se numără din nou printre mărcile din țară care oferă servicii comerciale excelente și sunt considerate a fi un partener de încredere în domeniul lor.

«Distincțiile sunt rezultatul muncii întregii echipe, care garantează în fiecare zi calitatea și prospețimea produselor noastre. De asemenea, pentru noi, acestea indică faptul că atât consumatorii, cât și membrii juriului au votat pentru valorile care sunt



Laura Spielmann (st.), Key Account Manager și Judit Szalai (dr.), director de vânzări în cadrul Eisberg Ungaria, se bucură de distincțiile primite.

importante pentru noi: Naturalitatea, sinceritatea, respectul pentru oameni și înțelegerea, declară Judit Szalai.

În acest an, Eisberg Ungaria a câștigat premiul «Superbrands Award» pentru a zecea oară și premiul «Business Superbrands Award» pentru a patra oară. • *mr*

Stagiarii din cadrul Bell Food Group

# BUNĂ, TOATE CELE BUNE ȘI LA REVEDERE

*Cu toate că în ultimele luni situația a fost foarte dificilă, nu vă lăsați induși în eroare: anul acesta, 44 de stagiaari și-au finalizat instruirea în cadrul Bravour, iar 54 de noi stagiaari și-au asigurat un loc într-un program de instruire. Celor cu experiență le dorim toate cele bune în viitorul lor profesional, iar celor noi le urăm un călduros bun venit!*

Bell Food Group vă felicită pentru finalizarea cu succes a stagiilor

## BELL ELVEȚIA

### Bell Schweiz AG, Basel:

**Lena Antenbrink**, studentă la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul HR  
**Andres Banoza**, specialist în industria cărnii  
**Christine Kerwin**, studentă la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul informaticii de gestiune  
**Patrick Gysin**, inginer în domeniul automatizării  
**Tina Jauch**, specialistă în industria cărnii  
**Shawali Kamawal**, asistent specialist în industria cărnii  
**Noah Li Wan Po**, informatician în domeniul ingineriei de sisteme  
**Ian Martins de Souza**, asistent specialist în industria cărnii  
**Yasmin Peter**, bucătăreasă  
**Vigilent Sheholli**, comerciant  
**Christopher Taveras**, specialist în întreținerea clădirilor și a spațiilor adiacente din cadrul întreprinderii  
**Manuel Würsten**, informatician în domeniul dezvoltării de aplicații

### Bell Schweiz AG, Oensingen:

**Karima Nassar Harambasic**, practicanță în industria alimentară

### Bell Schweiz AG, Zell:

**Princ Aliu**, specialist în logistică  
**Denis Milici**, operator de sisteme

## BELL INTERNATIONAL

### Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

**Dennis Ritscher**, specialist în domeniul logisticii depozitării

### Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:

**Madeleine Heilmann**, comerciantă în domeniul distribuției en gros și al comerțului exterior  
**Jonas Prüss**, comerciant în domeniul industrial  
**Lea-Christine Rieckmann**, studentă în regim cooperativ în domeniul științei economiei întreprinderilor (ciclu de licență) /comerciantă

## CONVENIENCE

### Eisberg AG, Dällikon:

**Iman El Berdiji**, tehnician în industria alimentară

### Hilcona AG, Schaan:

**Zehra Kilic**, comerciantă  
**Karl Kuser**, tehnician în industria alimentară  
**Valeria Labandeira**, specialistă în logistică  
**Stefan Lazzeri**, tehnician în industria alimentară  
**Daniel Ljubic**, inginer în domeniul automatizării  
**Ivan Nägele**, comerciant  
**Luca Randazzo**, tehnician în industria alimentară  
**Luisa Walser**, practicanță în industria alimentară  
**Mehmet Yildirim**, operator de sisteme

### Hilcona Taste Factory, Landquart:

**Andrea Baselgia**, specialist în logistică  
**Mitko Gjoresvki**, comerciant  
**Baburaj Thurairaja**, practicanț în industria alimentară

### Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

**Francesco Bonessi**, specialist în logistică  
**Emanuel Gubic**, comerciant  
**Alisa Murtezi**, comerciantă  
**Daniels Sapoznikovs**, informatician  
**Manuel Tobler**, specialist în logistică  
**Alessio Wirth**, tehnician în industria alimentară

### Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

**Lioba Drosdek**, studentă la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul științei economiei întreprinderilor din industrie  
**Fitim Fetaj**, comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Theresa Seel**, studentă la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul științei economiei întreprinderilor din industrie  
**Hannah Wenger**, comerciantă în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale

### Hügli Nahrungsmittel AG, St. Gallen:

**Zidane Rauterkus**, practicanț în industria alimentară

### Inter-Planing GmbH, Langenhalsach:

**Kilian Kustermann**, specialist în domeniul tehnologiei alimentare

Bun venit la Bell Food Group

## BELL ELVEȚIA

### Bell Schweiz AG, Basel:

**Faizullah Asinzai**, asistent specialist în industria cărnii  
**Stojanoski Blagojce**, asistent specialist în industria cărnii  
**Valerio Capizzi**, specialist în industria cărnii  
**Nikita Gankov**, bucătar  
**Arcangelo Grandazzo**, student la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul HR  
**Tarik Hadzic**, comerciant  
**Stefan Horvath**, specialist în industria cărnii  
**Isabelle Kerwin**, tehnician în industria alimentară  
**Miguel Kestenholz**, informatician în domeniul dezvoltării de aplicații  
**Lars Kreis**, comerciant  
**Lucas Kück**, inginer în domeniul automatizării  
**Yannick Morgenthaler**, informatician în domeniul ingineriei de sisteme  
**Florian Nyffenegger**, inginer în domeniul automatizării  
**Lena Pogalzyk**, student la DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg) în domeniul informaticii de gestiune  
**Lukas Schmid**, mecanic în domeniul producției  
**Rafey Shehzad**, mecanic în domeniul producției  
**Alessandro Sommer**, comerciant

### Bell Schweiz AG, Oensingen:

**Dawid Bereket**, specialist în logistică  
**Aron Debesay**, pregătire prevocațională de integrare în sectorul cărnii  
**Maria Godino**, specialistă în industria cărnii  
**Luka Ristanovic**, tehnician în industria alimentară  
**Aurel Selmani**, tehnician în industria alimentară  
**Hadish Teumzgi**, pregătire prevocațională de integrare în sectorul cărnii

### Bell Schweiz AG, Zell:

**Guido Marti**, specialist în logistică  
**Raphael Meier**, specialist în industria cărnii de pasăre  
**Vanessa Voehringer**, mecanic în domeniul producției

## BELL INTERNATIONAL

### Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

**Daniel Butau**, operator de utilaje și de sisteme  
**Fynn Noormann**, mecanic în domeniul industriei  
**Justin Schelte**, specialist în electronică pentru tehnica de exploatare

## CONVENIENCE

### Eisberg AG, Dällikon:

**Tim Werner**, tehnician în industria alimentară

### Hilcona AG, Schaan:

**Pedro Goncalo Das Neves**, operator de sisteme  
**Dominic Dürr**, practicanț în industria alimentară  
**André Gal**, tehnician în industria alimentară  
**Manuel Jörg**, specialist în logistică  
**Michelle Kranz**, comerciantă  
**Amira Shakjiri**, comerciantă  
**Ilias Theodorakoudis**, practicanț în industria alimentară

### Hilcona Taste Factory, Landquart:

**Aleksandar Grujic**, tehnician în industria alimentară  
**Belmin Hodzic**, specialist în logistică  
**Baburaj Thurairaja**, tehnician în industria alimentară

### Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

**Berat Altundemir**, specialist în logistică  
**Sarah Despotakis**, comerciantă  
**Albion Duraku**, specialist în logistică  
**Christian Rolle**, tehnician în industria alimentară  
**Sebastian Sabo**, practicanț în industria alimentară  
**Noah Serafini**, comerciant

### Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

**Yasemine Brooks**, specialist în domeniul tehnologiei alimentare  
**Lucie Martini**, comerciantă în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Joschka Messmer**, specialist în domeniul tehnologiei alimentare  
**Friederike Schultz**, DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg), Food Management (gestionarea alimentelor)  
**Kim Straub**, DHBW (Universitatea cooperativă de stat din Baden-Württemberg), Food Management (gestionarea alimentelor)  
**Pascal Thönes**, comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Jannik Walz**, comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Michelle Zwochner**, comerciantă în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale

Primul contract colectiv de muncă din sectorul Convenience din Elveția

# Un dialog de la egal la egal

La 4 iunie 2020 s-a înființat primul parteneriat social în sectorul Convenience din Elveția: Bell Food Group și-a extins colaborarea cu Asociația personalului angajat în măcelării (Metzgereipersonal-Verband, MPV) și, astfel, a încheiat și primul contract colectiv de muncă (GAV) pentru întreprinderile din divizia Convenience din Elveția.

## Primul contract de acest fel

Până acum nu a mai existat un astfel de contract: Începând cu 4 iunie 2020, toate întreprinderile Bell Food Group din Elveția trebuie să respecte prevederile primului contract colectiv de muncă (GAV) încheiat cu Asociația personalului angajat în măcelării (MPV). Printre acestea se numără sediile din Elveția ale firmelor Bell, Eisberg, Hilcona și Hügli, care numără, în total, 21 de unități de producție și aproximativ 5200 de angajați. Pentru întreprinderile din sectorul cărnii, documentul reprezintă o nouă versiune a contractului colectiv de muncă deja existent, în timp ce, pentru întreprinderile din sectorul Convenience, acesta este primul contract colectiv de muncă. Odată cu extinderea parteneriatului social în sectorul Convenience, s-a semnat primul contract colectiv de muncă din Elveția pentru sectorul în continuă dezvoltare al producției de alimente.

## Pregătiți pentru viitor

«Contractul colectiv de muncă a contribuit la consolidarea drepturilor și poziției angajaților», explică Johannes Meister, directorul departamentului de Resurse Umane de la Bell Elveția, care a jucat un rol semnificativ în elaborarea și semnarea contractului colectiv de muncă. «Mulțumită parteneriatului îndelungat dintre Bell Schweiz AG și Asociația personalului angajat în măcelării, putem miza pe continuitate, stabilitate și experiență și putem consolida în continuare modelul de activitate existent, care s-a dovedit a fi un succes.» Pentru Giusy Meschi, directoarea MPV, contractul colectiv de muncă nou oferă cadrul ideal pentru o colaborare constructivă: «Un parteneriat social funcționează și se bucură de succes atunci când ambii parteneri sunt reprezentați în mod corespunzător, iar dialogul se desfășoară de la egal la egal.»

## Interesele angajaților sunt pe primul loc

Întemeierea unei așa-numite Asociații a angajaților asigură sprijinul pe scară largă al acestui dialog. Asociația angajaților, în care sunt incluși automat toți lucrătorii, în afara cazului în care refuză în mod explicit acest lucru, reprezintă interesele angajaților. Asociația aduce în mod regulat în atenția membrilor conducerii și managerilor diverse teme, precum planificarea activităților, orele de lucru, remunerația sau chiar și regulamentele care îi vizează pe angajați. Membrii Asociației angajaților nu au obligații financiare sau de altă natură față de aceasta. În schimb, Asociația este un partener puternic pentru angajați și le reprezintă în mod activ interesele în cadrul parteneriatului social cu Bell Food Group. • sh

**Pentru prima dată, s-a semnat un contract colectiv de muncă în sectorul Convenience din Elveția.**

## Asociația personalului angajat în măcelării (MPV)

Asociația personalului angajat în măcelării a fost întemeiată în 1899 în Elveția, ca organizație de auto-asistență, de către profesioniștii din industria cărnii. În prezent, această asociație de personal cu o tradiție bogată, dar în același timp orientată spre viitor, reprezintă aproximativ 3900 de angajați din industria cărnii în Elveția, respectiv, începând cu iunie 2020, încă 5200 de angajați ai Bell Food Group, din departamentul Convenience din Elveția.



**«Ca purtători de cuvânt ai colegilor noștri, dorim să le reprezentăm interesele în fața conducerii întreprinderii și să le oferim toată asistența de care au nevoie.»**

Seline Blum, președinta Asociației angajaților din cadrul Eisberg

**«Scopul nostru este acela de a ne îndeplini responsabilitățile și de a găsi împreună soluții pentru angajații noștri. Schimbul de informații între Asociațiile angajaților și din cadrul Bell Food Group ne va furniza noi posibilități și ne va deschide noi perspective.»**

Vincenzo Giaffreda, președintele Asociației angajaților din cadrul Hügli



**«Zilnic, depunem eforturi pentru a promova și a contribui la crearea unei atmosfere de lucru plăcute. În ceea ce privește negocierile, încercăm să reprezentăm cât mai bine interesele angajaților. Armonia din punct de vedere social, reprezentarea intereselor angajaților, comunicarea echitabilă între angajat și angajator și acordarea de asistență în rezolvarea problemelor. Iată principiile care stau la baza activității Asociației angajaților din cadrul firmei noastre.»**

Benjamin Füllemann, președintele Asociației angajaților din cadrul Hilcona Landquart

**«Ne bucurăm să colaborăm cu membrii conducerii în vederea îmbunătățirii condițiilor de muncă și salariale. Ajutorul și susținerea lor în ceea ce privește deciziile care vizează mediul de lucru, precum și cooperarea în cadrul întreprinderii sunt extrem de importante.»**

Romain Callier, președintele Asociației angajaților din cadrul Hilcona Orbe



**«În calitate de președinți ai Asociațiilor angajaților, suntem mândri să îi reprezentăm pe colegii noștri și le mulțumim pentru încrederea acordată în ceea ce privește asumarea acestui rol.»**

Adriana Aleardi, președinta Asociației angajaților din cadrul Geiser

În dialog cu angajații  
cu vechime

## «Vechii maestri» ai firmei noastre

Mulți cred că, în mediul de lucru actual, angajații își caută un nou loc de muncă după doar câțiva ani. Totuși, dacă aruncați o privire asupra listei de aniversări de la Bell Food Group la intervale regulate, veți observa următorul lucru: pe lângă angajații care lucrează de 20 și 25 de ani în firmă, ceea ce este deja o reușită impresionantă, există mereu angajați care aniversează 35 de ani de activitate sau chiar mai mult. LOOK! i-a intervievat pe câțiva dintre acești «vechi maestri» și a aflat mai multe despre începuturile carierelor lor.

«Am văzut adevărați munți de șuncă», își amintește Hermann Lüken despre prima sa zi de muncă. «Am fost foarte impresionat!» Acum aproximativ 36 de ani, el a început să lucreze la «Helmut Hubacher», o mică întreprindere specializată în afumarea șuncii din Harkebrügge. «Era un mic atelier», explică el, «și, datorită dimensiunii, puteam să văd tot ce se întâmplă.» Între timp, întreprinderea a crescut, denumirea și proprietarii s-au schimbat de două ori, iar astăzi face parte din Bell Food Group.

Hermann Lüken a fost martor la întreaga evoluție. Astfel, acest măcelar iscusit face parte dintre angajații care își schimbă locul de muncă foarte rar sau chiar niciodată.

Acesta este și cazul colegului lui Hermann Lüken, Alfred Czombera, care s-a angajat în aceeași perioadă la firma cunoscută azi ca Bell Deutschland GmbH & Co KG din Edewecht. «Nu am plecat niciodată din Edewecht – întreprinderile s-au mutat în orașul meu, nu invers», spune el, zâmbind, despre numeroasele schimbări de proprietar și adaugă: «Totuși, în opinia mea, aceste schimbări au adus numai avantaje: comenzi mai mari, mai multe locuri de muncă, mai mulți colegi.»

Prin intermediul unei firme de recrutare, Alfred Czombera a început să lucreze în Edewecht ca ajutor de măcelar, la tranșarea pulpelor din spate. Fiind fiul unui minier, care își câștiga existența lucrând în subteran – până la epuizare, cum accentuează Alfred Czombera –,

scopul lui a fost acela de a câștiga bani și de a ajunge într-o poziție de conducere. La o jumătate de an de la angajare, progresase deja foarte mult: La dorința șefului său, a preluat divizia de tranșare și, la scurt timp după aceea, la 18 martie 1985, și-a obținut Certificatul de maestru în acest domeniu. La acel moment, avea 22 de ani. De atunci, nu și-a mai schimbat angajatorul. Astăzi, în calitate de manager de fabrică, este responsabil pentru întregul sediu.

Joaquin Maroco și Emeterio Robles de la Bell Spania au povești asemănătoare. Amândoi și-au început carierele sărând jambon crud.

Joaquin Maroco și Emeterio Robles de la Bell Spania au povești asemănătoare. Amândoi și-au început carierele sărând jambon crud.

Joaquin Maroco își amintește încă foarte bine: «Era frig și multă umezeală – când ajungeam seara acasă, toate hainele pe care le purtam erau ude.» După ce a obținut

**Acești angajați au rămas în firma noastră – și au fost martori la multe schimbări.**



**Hermann Lüken,**  
măcelar la Bell Germania în Edewecht,  
știe că există zile bune și zile în care  
nu muncești cu prea mult spor – acest  
lucru nu s-a schimbat în 36 de ani.  
Dar este esențial ca activitatea pe care  
o desfășori zilnic să îți facă plăcere,  
sfătuiește el tânăra generație.



**Alfred Czombera,**  
manager de fabrică la Bell Germania în Edewecht, a avansat pe scara ierarhică datorită sârguinței de care a dat dovadă în cei 37 de ani de carieră. O formare profesională este extrem de importantă, accentuează el, deoarece aceasta deschide calea către următoarea etapă profesională.

permisul de conducere, la 18 ani, s-a ocupat de efectuarea livrărilor către clienți. Dar asta nu a fost tot. Mai târziu, a lucrat la dezosarea pulpelor – cea mai grea sarcină, mărturisește el, pentru că nu i-a explicat nimeni exact ce trebuie să facă. În paralel, lucra în birou ca vânzător, până când, în cele urmă, s-a ocupat integral de munca de birou. «Am lucrat în aproape toate departamentele – activitatea mea din prezent este complet diferită de cea de acum 42 de ani.»

Și activitatea lui Emeterio Robles s-a schimbat de-a lungul anilor: «În prezent lucrez în departamentul de evaluare a calității jambonului crud. Deși lucrăm mai mult cu programe computerizate, multe aspecte ale muncii noastre nu s-au schimbat: de exemplu, trebuie să «mirosim șunca» pentru a-i evalua calitatea. În acest sens, folosesc un «cala», un mic băț de lemn pe care îl introduc în șuncă. Această metodă funcționează și azi la fel de bine ca acum 40 de ani.»

În general, munca a devenit mai puțin solicitantă din punct de vedere fizic, accentuează toți angajații în interviurile lor. Astăzi se folosesc dispozitive de ridicare pen-



**Isabel Guerreiro,**  
avea cunoștințe reduse de limba germană când s-a angajat, cu peste 40 de ani în urmă, la firma Gastro Star din Elveția. Limba, clima, activitatea zilnică, ce presupunea tocarea salatei, erau ceva nou și neobișnuit pentru ea. Totuși, ea a depus toate eforturile pentru a se adapta la noua situație. În prezent, este lider de echipă în cadrul firmei Eisberg și știe din experiență că toți trebuie să ne străduim să găsim un loc de muncă ce ne face fericiți.



**Joaquín Maroco,**  
care și-a început parcursul profesional în 1978 sărând șuncă –pe atunci, era încă un «copil!» –, a fost martor la multe schimbări în cadrul Bell Spania. Chiar dacă s-au schimbat produsele sau colegii, el s-a străduit zilnic să dea tot ce e mai bun și să creeze un atmosferă bună în întreprindere.

tru sarcinile solicitante din punct de vedere fizic. Proce-sele au fost optimizate, anumiți pași au fost automatizați, iar mașinile sau tehnologiile ușurează activitățile dificile. În prezent se pune un accent mai mare și pe sănătatea angajaților.

Și Isabel Guerreiro este de aceeași părere. Totuși, ea menționează că un lucru a rămas neschimbat, și anume: «Depunem în continuare eforturi asidue pentru a produce întotdeauna cea mai bună calitate pentru clienții noștri. Chiar dacă, uneori, trebuie să fim inovativi pentru a atinge acest obiectiv.» Doamna Guerreiro are multă experiență în ceea ce privește gestionarea situațiilor noi. Născută în Portugalia, ea avea cunoștințe foarte reduse de limba germană atunci când s-a angajat la firma Gastro Star din Dällikon, în 1980.

«Când am ajuns acasă după prima zi de muncă», își amintește ea, «m-am întrebant cum aveau să mă descurc. Trebuia să mă obișnuiesc cu un climat rece, să învăț o limbă nouă – dar am reușit!», adaugă ea cu mândrie. Astăzi este lider de echipă și este responsabilă pentru peste 30 de angajați.

Ea nu este un exemplu numai pentru echipa sa, ci și pentru copiii ei: «Le-am spus întotdeauna: «Orice muncă este valoroasă atât timp cât este cinstită!»» • sh



**Emeterio Robles,**  
care și-a început cariera în 1981 în Cassarubios del Monte, își dorește ca tinerii profesioniști de astăzi să aibă grijă de sănătatea lor când fac o muncă solicitantă și să urmeze cursuri de formare profesională. Totuși, nu ar trebui să uite că «veteranii», «vechii maestri» ocupă un loc la fel de important în cadrul unei firme.



Produce din paste și vegetariene realizate într-un atelier culinar

# «AICI, CU TOȚII PUNEM ACCENT PE CALITATEA PREPARATELOR»

Paste atât de delicioase, încât par preparate într-o bucătărie italiană autentică. Produce tip convenience vegetariene, care se încadrează în tendința de scădere a consumului de carne. Hilcona Taste Factory din Landquart se specializează în alimente contemporane produse cu măiestrie.



**La Pasteria**  
Passione Italiana - Cuore Grigionesse



SAFTIG. BLUTIG.  
NULL FLEISCH.  
THE GREEN MOUNTAIN BURGER



Unitatea de producție a Hilcona Taste Factory se află în regiunea muntoasă, impresionantă, a cantonului Graubünden. Dar angajații nu permit priveliștilor spectaculoase din jurul orașelului Landquart să îi distragă de la misiunea lor de a produce alimente savuroase.

Cu mare atenție, uneori chiar renunțând la ustensile în favoarea mâinilor, aceștia produc paste, preparate vegetariene, precum și, printre altele, specialitatea locală, capuns. Acest preparat constă în frunze de mangold umplute cu o pastă de carne sau de legume.

«Ne considerăm un adevărat atelier culinar, în care realizăm manual produse de calitate superioară, în cantități mici», explică managerul fabricii, Sinuhe Hofstetter. «Fiind cea mai mică întreprindere din cadrul Grupului Hilcona, dăm dovadă de foarte multă flexibilitate și dinamism.»

La Hilcona Taste Factory, produsele vegetariene tip convenience sunt în plină ascensiune. Dacă brânza tofu se numără deja printre produsele clasice, întreprinderea se află încă în primele stadii în ceea ce privește producția de humus, un produs tartinabil din năut care provine din gastronomia arabă.

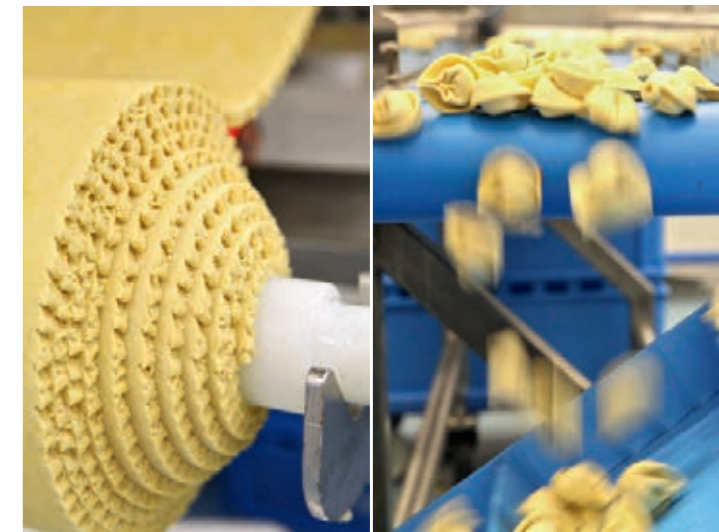
«În cazul produselor noi, populare, profităm de pe urma faptului că producem loturi de dimensiuni reduse», relatează Sinuhe Hofstetter. «Astfel, putem lansa mereu noi arome și combinații pe piață pentru a vedea care sunt pe gustul clienților.»

Un produs creat la acest sediu, care nu se poate plânde de lipsă de popularitate, este burgerul pe bază de plante «Green Mountain Burger». În curând va avea loc următoarea mare premieră pentru marca «The Green Mountain»: În octombrie, se va lansa pe piață prima alternativă la carne după cașul de carne; aceasta poate fi încălzită, este vegană și conține și mai puține calorii ca varianta originală.

**La «The Green Mountain» va avea loc următoarea premieră importantă.**

În Landquart, ca în întregul Bell Food Group, calitatea este pe primul loc. Printre altele, multe dintre produsele realizate aici sunt organice. De exemplu, brânza tofu: boabele de soia din care este preparată sunt certificate ca fiind produse organice și provin în totalitate din Elveția; astfel, și transportul se face pe distanțe mai mici.

Chiar dacă Hilcona Taste Factory își desfășoară activitatea doar de un an și jumătate sub acest nume, istoria ei începe în anul 1841, când, la Chur, s-a întemeiat una dintre primele fabrici de paste făinoase din Elveția. Din aceasta a evoluat firma Frostag Food-Centrum AG, care, în 1998, a construit o fabrică pentru produse proaspete și congelate în locul în care se află acum sediul din



La Hilcona Taste Factory, în patru linii de producție sunt fabricate paste.

Landquart. Din 2017, aceasta aparține grupului Hilcona, fiind transformată, treptat, în centru de competențe pentru produse din paste și vegetariene.

În prezent, în unitatea de producție, a cărei suprafață a ajuns între timp la aproximativ 5000 de metri pătrați, lucrează, în funcție de sezon, între 130 și 150 de angajați. Sinuhe Hofstetter este mereu deschis la sugestia din partea acestora. «Toți contribuim la succesul fabricii. La urma urmei, aici, cu toții punem accent pe calitatea preparatelor», spune managerul fabricii.

Din cele nouă linii de producție, patru sunt dedicate producției de paste, în mai multe variante: semiuscate, pasteurizate, făinoase și, special pentru clienții din domeniul serviciilor alimentare, congelate. În celelalte cinci linii se realizează produsele tip convenience, care, între timp, au ajuns să alcătuiască peste jumătate din gama de produse Hilcona Taste Factory.

Ce se întâmplă atunci când clienților le place prea mult un produs? Fabrica din Landquart transferă producția unui alt sediu. Un exemplu în acest sens este produsul «Pasta Traditionale»: Datorită succesului de care s-a bucurat, anumite variante sunt produse în Schaan de la începutul anului, în cantități de patru până la cinci ori mai mari pe oră. • *mr*

Bell susține arta urbană din Basel

# Change of Colours

Basel are acum o nouă atracție turistică, cel mai mare graffito din Elveția. Bell a avut un rol deloc neglijabil în crearea acestuia. Opera murală cu motto-ul «Change of colours» se află pe fațada depozitului frigorific Frigo.

Între 20 și 30 august 2020, zidurile gri din beton ale sediului Bell din Basel au fost acoperite cu o operă de artă superbă pe o suprafață de aproximativ 1800 m<sup>2</sup>. Atracția principală a celei mai mari opere murale din Elveția o reprezintă o pictură murală de dimensiuni mari, în trei părți, realizată pe fațada depozitului frigorific Frigo de pe strada Neudorfstrasse, creată de artiștii de Street-Art de renume internațional, Mr. Cenz, Bustart și Chromeo și Bane. Pe partea



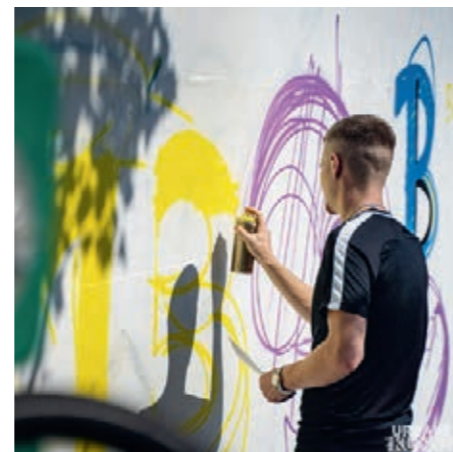
## Ziua 1: Ready to go

Am început. Artiștii încep să aplice stratul de bază pe zidul de mari dimensiuni.



## Ziua 2: Be prepared

După aplicarea stratului de bază sunt pictate fundalurile. Semnele de pe ziduri le servesc artiștilor drept model pentru imaginea ulterioară.



## Ziua 3 și 4: Workshop Time

Artistul Bustart le prezintă membrilor conducerii Bell Elveția și angajaților Bell arta pictării cu spray.



## Zilele 5-7: Getting there

La temperaturi cu mult peste 30 de grade, artiștii lucrează sub presiune la picturile lor.



## Ziua 8: Finishing Touches

Picturile murale de dimensiuni mari sunt aproape gata. Mai sunt necesare doar câteva retușuri ...



## Ziua 9 și 10: The Jam

După finalizarea picturilor murale de mari dimensiuni, sunt realizate, în colaborare, pe o lungime mai mare de 200 metri, peste de 20 de alte picturi ale unor artiști de graffiti din țară sau din afara țării.

stângă, eroul local Bustart a creat o imagine plină de culori, combinând elemente din stilurile Pop-art și Cartoon care caracterizează operele sale. Imaginea centrală este semnată de artistul englez Mr. Cenz și este un portret expresiv al unei femei cu forme cosmice, grațioase. Pe partea dreaptă, artiștii de Street-Art elvețieni Chromeo și Bane au creat o imagine colorată 3D, fotorealistică, care ilustrează un tub de spray înconjurat de flori. Pe lângă pictura murală de mari dimensiuni, zidurile de la intersecția străzilor Neudorfstrasse/Schlachthofstrasse au fost pictate de peste 20 de artiști de graffiti din țară și din afara țării.

## Schimbarea culorilor

Opera murală a avut la bază motto-ul «Change of Colours». Operele de artă multicolore sim-

bolizează o revenire după o perioadă dificilă pentru toți, în care viața socială și culturală a fost întreruptă aproape în totalitate. Opera murală a fost organizată și efectuată de organizația de artă urbană Urbane Kunst Basel. Bell a pus la dispoziție zidurile și a susținut în mod activ munca artiștilor. • fv

Link:

[urbanekunst.ch](http://urbanekunst.ch)

Toate fotografiile au fost puse la dispoziție de organizația de artă urbană Urbane Kunst.



GVFI

Bell

Belle Chromo

Sustenabilitatea în cadrul Bell Food Group

# ANGAJAMENTUL NOSTRU PENTRU VIITOR

Sustenabilitatea este una dintre cele trei misiuni ale întreprinderii Bell Food Group. Aceasta nu este o coincidență. În ultimii ani, sustenabilitatea a devenit un subiect tot mai important atât în afara, cât și interiorul întreprinderii. De aceea, în vara acestui an, s-a publicat primul raport de sustenabilitate pentru Bell Food Group.

## Sustenabilitatea este un concept atotcuprinzător.

Sustenabilitatea este unul dintre conceptele-cheie ale secolului al 21-lea. În consecință, subiectul este omniprezent și în viața cotidiană, în mass-media și în dezbaterile publice. Totuși, această popularitate are și o parte negativă. În limbajul de zi cu zi, conceptul de sustenabilitate nu are un contur clar și un sens general valabil. Deseori, sustenabilitatea este echivalată, de exemplu, cu protecția mediului. Dar această definiție nu este suficient de cuprinzătoare. Așadar, la ce ne referim în ziua de astăzi, când vorbim despre dezvoltare sustenabilă sau produse sustenabile?

## Cele trei dimensiuni ale sustenabilității

De fapt, nu este deloc ușor să oferim un răspuns precis la această întrebare. În principiu, astăzi prevalează ideea că sustenabilitatea este un concept atotcuprinzător, iar dezvoltarea sustenabilă este posibilă numai atunci când se iau în considerare toți factorii sociali relevanți. Pe această presupunere se bazează așa-numitul model al celor 3 piloni. Acesta pleacă de la premisa conform căreia o dezvoltare sustenabilă este posibilă numai atunci când se implementează simultan obiective ecologice, sociale și economice.

Și strategia de sustenabilitate a Bell Food Group respectă modelul celor 3 piloni. Din 2017, acesta constituie baza angajamentului pentru sustenabilitate al tuturor sectoarelor de activitate din cadrul Bell Food Group. Responsabilitățile sunt împărțite în trei domenii «produse și achiziții» (dimensiunea economică), «mediu și resurse» (dimensiunea ecologică), precum și «angajați și societate» (dimensiunea socială).

## O importanță din ce în ce mai mare

Sustenabilitatea este una dintre cele trei misiuni ale Bell Food Group. Odată cu implementarea strategiei de sustenabilitate pentru toate sectoarele de activitate, s-au definit standarde unitare de sustenabilitate; în plus, s-a înființat o organizație pentru sustenabilitate care își desfășoară activitatea la nivelul întregului grup. Echipa de sustenabilitate condusă de Christoph Schatzmann se ocupă de aspectele strategice și conceptuale. Echipa este susținută de către responsabilii pentru

**Raportul de sustenabilitate a contribuit la obținerea transparenței în cadrul Bell Food Group.**



«Sustenabilitatea înseamnă încheierea unui contract între generații. Scopul nostru este să ne desfășurăm activitățile economice astfel încât să nu împovărăm generațiile viitoare și să putem preda compania, dar, bineînțeles, și planeta, într-o stare bună următoarei generații.»

**Volker Baltes**  
Directorul diviziei Convenience



«Cu ajutorul strategiei adoptate, ne implicăm în domeniul sustenabilității în toate țările și piețele din afara Elveției. De exemplu, promovăm producția sustenabilă de carne de pasăre și, în prezent, suntem unul dintre cei mai mari producători de alimente organice din Europa. Dorim să optimizăm materialele de ambalare, să reducem consumul de energie și de apă în cadrul procesului de producție și să implementăm multe alte măsuri.»

**Marco Tschanz**  
Directorul diviziei Bell International

sustenabilitate din cadrul tuturor diviziilor, care au și sarcina de a implementa diverse proiecte și inițiative.

Organizația pentru sustenabilitate este direct subordonată conducerii întreprinderii. Acest lucru subliniază cât de importantă a devenit sustenabilitatea pentru întreprindere.

#### Mai multă transparență

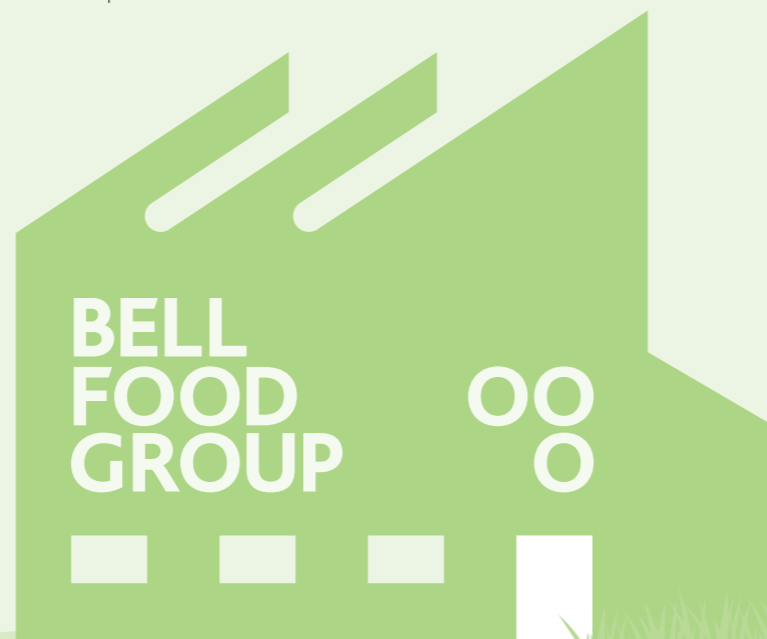
În prezent, mass-media, investitorii și alte părți interesate se așteaptă deja ca o întreprindere precum Bell Food Group să acorde mai multă atenție temei sustenabilității și să dispună de structurile corespunzătoare. Din acest motiv, este cu atât mai semnificativ faptul că, anul acesta, Bell Food Group a făcut un pas important înainte în domeniul comunicării privind sustenabilitatea, odată cu publicarea primului raport de sustenabilitate. În acest document, Bell Food Group prezintă, în peste 50 de pagini, organizația, strategiile, prioritățile, obiectivele și cifrele-cheie din domeniul sustenabilității, creând astfel transparență față de părțile interesate externe și interne. Plănuim ca, în viitor, raportul de sustenabilitate să ocupe un loc bine definit în rapoartele anuale ale Bell Food Group. • fv



*«Pentru mine, sustenabilitatea înseamnă să luăm în considerare nu doar avantajele unei singure părți interesate, ci să obținem un echilibru între avantajele tuturor părților interesate, asigurând astfel succesul întreprinderii noastre pe termen lung. Fie că este vorba despre dezvoltarea angajaților, protecția mediului sau bunăstarea animalelor – mentalitatea și acțiunile noastre au în centru sustenabilitatea și privim cu seriozitate responsabilitatea pe care o avem din punct de vedere social.»*

#### Bernhard Lengacher

Directorul departamentului de resurse umane din cadrul Bell Food Group



Interviu cu Christoph Schatzmann, directorul secției de sustenabilitate/management al calității

### «S-a produs o schimbare în mentalitate»

Christoph Schatzmann este directorul departamentului Managementul calității/Sustenabilitate. El este direct subordonat conducerii grupului și, împreună cu echipa sa, este responsabil pentru conceperea și implementarea directivelor strategice ale Bell Food Group în domeniile Managementul calității și Sustenabilitate.

**Cât de importantă este în prezent sustenabilitatea pentru Bell Food Group?** Cu siguranță, are o importanță mai mare ca în anii precedenți. Astăzi, sustenabilitatea este una dintre cele trei misiuni ale Bell Food Group și, în acest an, am publicat primul raport de sustenabilitate pentru întregul grup. În prezent, se pune, în general, mai mult accent pe tema sustenabilității decât în trecut și am observat că mulți angajați sunt foarte deschiși în ceea ce privește problemele de sustenabilitate.

**Care a fost factorul decisiv în acest sens?** Un aspect foarte important a fost adoptarea, în anul 2017, a unei strategii de sustenabilitate ca strategie de bază pentru întregul Bell Food Group, aceasta influențând toate strategiile funcționale. Astfel, am definit pentru prima dată o abordare unitară. În același timp, structura organizației a fost adaptată în mod corespunzător și am creat Centrul de competență (CC) privind sustenabilitatea. Astfel, sustenabilitatea este integrată în toate diviziile.

**Care sunt cele mai importante teme?** Reducerea de emisii și optimizarea resurselor sunt teme importante, având în vedere și strategia Federației în ce privește clima, care trasează obiective corespunzătoare pentru anul 2050. Printre acestea se numără, de exemplu, eliminarea combustibililor fosili. În această privință, suntem pe calea cea bună și am implementat o serie de proiecte în vederea atingerii acestui obiectiv. Dar rezultatele nu se obțin de pe o zi pe alta, motiv pentru care este important să

colaborăm cu toții. Cred că, în ultimii ani, s-a produs o schimbare în mentalitate. Ea se remarcă și în cazul clădirilor noi, precum noile proiecte de construcție din Oensingen. Temele precum optimizarea resurselor și reducerea emisiilor sunt integrate încă de la început în aceste proiecte.

**Care este rolul echipei de sustenabilitate?** În principiu, suntem responsabili pentru implementarea obiectivelor privind sustenabilitatea formulate în cadrul Bell Food Group. Totuși, nu putem și nu vrem să ne îndeplinim această sarcină pe cont propriu. Cred că, mai degrabă, echipa noastră are un rol motivațional. Dorim să îi motivăm pe partenerii noștri din cadrul Bell Food Group să identifice problemele de sustenabilitate și să le îmbunătățească. Acordăm asistență, coordonăm proiecte și asigurăm schimbul de experiență în cadrul CC privind sustenabilitatea. În plus, suntem punctul de contact în cazul în care există întrebări și ne punem cu plăcere la dispoziție expertiza și în acest domeniu. Lucrând aici, observ nivelul ridicat de acceptare și entuziasmul angajaților în ceea ce privește problemele de sustenabilitate, ceea ce mă bucură mult. Consider și că, pentru mulți colegi, faptul de a lucra într-o întreprindere sustenabilă are o anumită importanță.

**Este important să tragem cu toții în aceeași direcție.**





## Adăpostul pentru păsări cu nivel neutru din punct de vedere energetic de la Bell

În iulie 2020, Bell a pus în funcțiune un nou adăpost pentru păsări în Zimmerwald, în apropierea orașului Berna. Nu este un eveniment ieșit din comun și, la prima vedere, noua construcție bine îngrijită se aseamănă cu un adăpost pentru păsări obișnuit. Totuși, dacă priviți mai atent, veți sesiza repede că acest adăpost nu este nici pe departe obișnuit. Este vorba despre un prototip cu nivel complet neutru din punct de vedere energetic și certificat Minergie A, denumit BTSplus, care, într-o bună zi, va stabili noi standarde.

Conceptul BTSplus reprezintă o versiune perfecționată a crescătoriei elvețiene cu calitate dovedită BTS (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme - sisteme de adăposturi interioare orientate spre bunăstarea animalelor), cu tehnologii noi pentru creșterea eficientă din punct de vedere energetic a păsărilor, fără emisii de CO<sub>2</sub>. «BTSplus se concentrează pe optimizarea resurselor în ceea ce privește consumul de energie», explică Stefan Werren, manager de proiect pentru BTSplus în cadrul Bell.

Componenta principală este instalația fotovoltaică de la nivelul acoperișului, care furnizează aproximativ dublul volumului de energie necesar pentru funcționarea

adăpostului. Energia reziduală este utilizată în alte sectoare industriale sau este direcționată către rețeaua publică de electricitate. Prin instalarea unui sistem de recuperare a căldurii, se utilizează căldura reziduală a animalelor. Căldura reziduală determină creșterea temperaturii aerului proaspăt utilizat din exterior pentru climatizarea adăpostului și a spațiilor acoperite. Astfel, se economisesc aproximativ 80 de procente din energia termică necesară. Restul de 20 de procente este furnizat prin intermediul unei pompe de căldură, care este operată cu ajutorul electricității produse de propria instalație fotovoltaică.

### Emisii reduse și o temperatură plăcută în adăpost

Aerul viciat al adăpostului BTSplus este curățat prin intermediul unui filtru biologic. Astfel, se reduc emisiile de praf și miros din timpul funcționării, precum și gradul de poluare al spațiului din imediata apropiere. În adăpost și în spațiile acoperite, se realizează alimentarea cu aer proaspăt preîncălzit, din exterior. Datorită acestui sistem dezvoltat în mod special pentru BTSplus, temperatura din adăpost și din spațiile acoperite este în permanență plăcută pentru animale. Spațiile acoperite pot fi utilizate tot anul, indiferent de temperatura exterioară, și, în plus, pot fi folosite de către animale chiar din primele zile de viață.

### Proiect pilot cu perspective de viitor

Prin conceptul BTSplus, Bell dorește să dezvolte crescătoria elvețiană cu calitate dovedită BTS și să contribuie la crearea unui proces de producție de carne de pasăre mai eficient din punct de vedere energetic și cu efect neutru asupra emisiilor de CO<sub>2</sub>, în Elveția. Adăpostul BTSplus din Zimmerwald va fi testat timp de un an în cadrul acestui proiect pilot. După finalizarea fazei de testare, se va evalua în ce măsură se poate extinde conceptul BTSplus la alte construcții noi și la adăposturile BTS de la Bell existente. • *fv*



Adăpostul este orice altceva decât obișnuit.

Interviu cu fondatorul Mosa Meat, Mark Post

# Nu doar rapid, ci și foarte bun

*Bell Food Group își mărește participarea financiară în cadrul Mosa Meat și investește încă 5 milioane de euro în start-up-ul olandez. Noua tranșă de finanțare se acordă pentru producerea și comercializarea cărnii de vită cultivate. LOOK! a discutat cu co-fondatorul și directorul de cercetare Mark Post.*



«Mosa Meat se remarcă prin punerea accentului pe calitate.»

**Care este stadiul actual al cercetării în cadrul Mosa Meat?** Cercetările noastre se concentrează pe două aspecte în momentul de față: Pe de-o parte lucrăm la optimizarea primului nostru produs, hamburger-ul. Încercăm să perfecționăm

țesutul adipos și țesutul muscular, astfel încât acestea să nu mai poată fi deosebite de cele ale cărnii obișnuite.

Pe de altă parte, dorim să intrăm în faza de creștere a producției. Dorim să mărim producția de la porții de câteva grame produse în bioreactoare de 1 litru la tone de carne produse în bioreactoare de 5000 de litri. Pentru ne atinge scopul anul viitor, este necesară foarte multă cercetare și dezvoltare.

**Cum se deosebește Mosa Meat de concurenții săi?** Eu consider că Mosa Meat se diferențiază prin punerea accentului pe calitate. Noi credem că majoritatea consumatorilor vor alege carnea cultivată doar atunci când aceasta va avea același gust și aceeași structură cu carnea obișnuită. Acesta este scopul nostru – deși este o provocare și ar putea dura mai mult. Un aspect important în atingerea acestui scop este crearea unor țesuturi musculare și adipoase «mature»; adică celule care formează o structură organizată și nu doar o masă de celule «libere».

Unii dintre concurenții noștri par să se concentreze mai mult pe intrarea rapidă pe piață; ei oferă produse care conțin celule, dar care nu conțin un țesut. În cadrul Mosa Meat, avem o altă abordare și încercăm să creăm grăsimi și mușchi identice cu cele din carnea obișnuită.

**Ce eveniment din următorii doi ani îl așteptați cu cea mai mare nerăbdare?** Aștept cu nerăbdare punerea în funcțiune a instalației noastre prototip. Instalația va produce carne în cantități mici pentru primele noastre vânzări. În calitate de om de știință, sunt, de asemenea, nerăbdător să mă implic în următoarea mare provocare științifică, care în cazul nostru ar fi trecerea la de la carne tocată la structuri 3D (adică cotlete). Scopul nostru este să dezvoltăm primul nostru prototip de cotlet în următorii doi ani. Atingerea acestui scop prezintă multe provocări interesante, precum crearea unui așa-numit sistem de perfuzie, care să transporte oxigen și nutrienți către celulele din structura groasă a cotletului. • *sh*

Mai multe informații privind creșterea participării financiare în cadrul Mosa Meat puteți găsi în comunicatele de presă din 9 iulie 2020 la adresa [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com).



Angajații Bell Food Group dezbat tema sustenabilității

# Pentru noi și planeta noastră

Ce înseamnă să lucrezi în cadrul unei întreprinderi ale cărei obiective centrale sunt calitatea, savoarea, dar și sustenabilitatea?

LOOK! le-a adresat această întrebare angajaților Bell Food Group.

Ulrich Freund

Manager al departamentului de achiziții strategice din cadrul filialei Hilcona din Schaan



«Pentru a putea asigura sustenabilitatea, atunci când căutăm soluții corespunzătoare, nu ținem cont doar de costuri sau de calitate, ci includem și aspecte ale sustenabilității în evaluările pe care le facem. Aceasta înseamnă că eu și echipa mea ne implicăm în permanență în căutarea unor soluții mai bune din punct de vedere ecologic; de exemplu, reducerea numărului de transporturi, evitarea utilizării materialelor de ambalare sau a pierderilor ori utilizarea responsabilă a materiilor prime regionale. În acest sens, îi încurajăm în permanență pe furnizori să ne prezinte soluții sustenabile. Sau evaluăm în mod concret și corespunzător criteriul sustenabilității în cadrul procesului decizional. Obiectivul sustenabilității trebuie să fie întipărit în ADN-ul nostru – numai așa ne vom putea asigura că planeta noastră rămâne locuibilă pe termen lung.»

«Căutăm mereu soluții mai bune din punct de vedere ecologic.»



Matthias Wagner

Manager al departamentului de gestionare a proiectelor IT în cadrul filialei Bell Elveția din Basel

«Planeta noastră are resurse limitate. De aceea, tema sustenabilității este importantă și ne vizează pe toți. Este esențial ca toți să contribuie, fie și numai prin sortarea zilnică a deșeurilor. În sfera privată, sustenabilitatea înseamnă pentru mine utilizarea cât mai eficientă a resurselor în cadrul tuturor activităților. De exemplu, în cazul în care nu este necesar să călătoresc cu mașina, folosesc alte mijloace de transport. Utilizez energia solară oriunde este posibil.

Și la locul de muncă trebuie să ne gândim zilnic ce îmbunătățiri mai putem implementa. Tehnologiile inteligente ne pot susține în acest sens. Astfel, în domeniul meu există multe domenii care promovează sustenabilitatea: printre acestea se numără sistemele informatice inteligente, care necesită mai puțină energie pentru o performanță egală sau mai bună decât a sistemelor obișnuite, și asistența IT la dezvoltarea «Cultured Meat», adică a cărnii din celule stem. În viitorul apropiat, această inovație va juca un rol din ce în ce mai important în industria cărnii, protejând, în același timp, resursele planetei și facilitând crearea de noi modele de afaceri.

Sunt bucuros că pot participa la crearea unui viitor sustenabil și, prin urmare, plin de succes, prin intermediul acestor proiecte din cadrul Bell Food Group. Pentru mine, este foarte important să lucrez într-o întreprindere care privește sustenabilitatea ca pe o sarcină centrală și acționează zilnic la înălțimea acestor valori.»

«Planeta noastră are resurse limitate.»



Dorothea Poppele

Responsabilă pentru resurse umane în cadrul filialei Bell Germania din Seevetal

«Pentru mine, este foarte important ca tema sustenabilității să fie privită cu seriozitate în domeniul nostru de activitate controversat. Astfel, ne putem deosebi de mulți concurenți, și datorită celor mai recente inovații din industria cărnii. Pentru cei din domeniul resurselor umane, activitatea sustenabilă este un argument decisiv în atragerea candidaților în companie. Integrarea sustenabilității în valorile întreprinderii Bell Food Group este unul dintre criteriile prin care putem ieși în evidență în fața generației tinere. Acest lucru este de mare ajutor, deoarece este din ce în ce mai greu să îi determinăm pe angajații tineri să înceapă o carieră în industria cărnii.

«Și protecția angajaților joacă un rol important.»

Această tendință nu se rezumă numai la protecția mediului și a resurselor. Și protecția angajaților joacă un rol important. Fie că este vorba despre mijloace auxiliare de protecție a sănătății în domeniul producției, de susținerea activităților sportive în timpul liber prin participarea la Programul Hansefit, cu oferte rentabile pentru servicii de fitness și activități sportive, sau de pensiile ocupaționale – acest spectru larg de măsuri contribuie la crearea unui profil mai atrăgător pentru compania noastră în calitate de angajator. În ce mă privește, sustenabilitatea mai înseamnă și un comportament echitabil față de ceilalți și față de generațiile viitoare. Pământul va fi și în viitor locuibil numai dacă acționăm acum într-un mod care să protejeze resursele.»

Sandra Schaad

Expert contabil al Grupului în cadrul filialei Bell Elveția din Basel

«În opinia mea, conceptul de «sustenabilitate» are multe fațete. Pentru mine, acesta presupune acțiuni motivate de o gândire de perspectivă și protejarea naturii și a oamenilor. Resursele planetei noastre sunt limitate, de aceea, trebuie să le utilizăm în mod responsabil și cu multă grijă. Din acest motiv, eu încerc, de exemplu, să cumpăr în special produse regionale și sezoniere pentru a minimiza distanțele de transport și pentru a susține economia locală. În plus, sunt atentă să reduc consumul de plastic și să folosesc cât mai mult timp bunurile de uz zilnic pe care le dețin.

În calitate de angajată, consider că este important să lucrez în cadrul unei întreprinderi orientate către viitor. Aceasta include și tema sustenabilității. Cred că este excelent că, în august, a fost publicat primul raport de sustenabilitate al Bell Food Group. Astfel, angajamentul întreprinderii în acest domeniu a devenit evident. Fiecare dintre noi poate aduce o contribuție mică, ce va genera un efort total semnificativ. De exemplu, în biroul nostru suntem atenți să stingem luminile seara, să oprim de mai multe ori imprimanta, să reducem consumul de hârtie, să reciclăm capsulele de cafea și să folosim căni de cafea în loc de pahare de unică folosință. Totuși, sustenabilitatea înseamnă și crearea unei bune atmosfere de lucru în cadrul echipei, exprimarea reciprocă a aprecierii și promovarea dezvoltării, pentru a putea crește împreună ca echipă.»

«Încerc să cumpăr în special produse regionale și sezoniere.»



# Aniversări

LOOK! celebrează aniversările din perioada septembrie – noiembrie 2020

Bell Elveția

## 20 de ani de vechime

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

## 25 de ani de vechime

**Denis Schwartz**, 1 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Luis Jorge Pacheco Martins**, 18 septembrie, Bell Schweiz, Cher-Mignon  
**Levent Ersel Oeztuerk**, 2 octombrie, Bell Schweiz, Basel  
**Edouard Borluzzi**, 1 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Johannes Meister**, 1 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Khalil Kalso**, 20 noiembrie, Bell Schweiz, Zell

## 30 de ani de vechime

**Dominique Klinzig**, 1 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Maurice Kohler**, 1 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Philippe Salomon**, 1 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Roland Thiaville**, 1 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Urs Wechsler**, 24 septembrie, Bell Schweiz, Zell  
**Jean-Luc Laurency**, 1 octombrie, Bell Schweiz, Basel  
**Christiane Bentzinger**, 8 octombrie, Bell Schweiz, Achiziții  
**Didier Hugel**, 1 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Christine Meyer**, 1 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Andre Godel-Kumschick**, 2 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Hermann Häfliger**, 13 noiembrie, Bell Schweiz, Zell

## 35 de ani de vechime

**Remo Chapuis**, 1 octombrie, Bell Schweiz, Basel  
**Christophe Kleiber**, 14 octombrie, Bell Schweiz, Basel

## 40 de ani de vechime

**Isabelle Lancelot**, 3 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Didier Gallay**, 10 noiembrie, Bell Schweiz, Cheseaux

## 45 de ani de vechime

**Nicoletta Lisi**, 5 octombrie, Bell Schweiz, Basel

## Pensionări

**Rosario Donato Gagliarde**, 30 septembrie, Bell Schweiz, Cher-Mignon  
**Mrika Toplanaj-Mrijaj**, 30 septembrie, Bell Schweiz, Oensingen

## Pensionări anticipate

**Heidy Grässlin**, 30 septembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Patricia Renevey**, 31 octombrie, Bell Schweiz, Cheseaux  
**Claudia Fiorillo**, 30 noiembrie, Bell Schweiz, Basel  
**Armin Heeb**, 30 noiembrie, Bell Schweiz, Gossau

## Decese

**Mladen Haban**, 17 iunie, Geiser AG, Schlieren  
**Hansruedi Schneider**, 24 iulie, Bell Schweiz, Oensingen

Bell International

## 20 de ani de vechime

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

## 25 de ani de vechime

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

## 30 de ani de vechime

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

## 40 de ani de vechime

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

## Pensionări

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

Convenience

## 20 de ani de vechime

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



**25 de ani de vechime**

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

**30 de ani de vechime**

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

**40 de ani de vechime**

**Maria Celestina Pereira Leitao Carvas**, 21 octombrie, Eisberg AG, Dällikon

**Pensionări**

**František Truchlý**, 31 iulie, Hügli Food s. r. o., Zásmuky (completare)  
**Manfred Kohlen**, 30 septembrie, Hilcona AG, Schaan  
**Gertrud Engler**, 31 octombrie, Hilcona AG, Schaan  
**Ramos Quintans Santos**, 31 octombrie, Hilcona AG, Schaan  
**Yvonne Hirt-Mathis**, 30 noiembrie, Eisberg AG, Dällikon

**Pensionări anticipate**

**Mirosława Świerczyk**, 30 septembrie, Eisberg Poland, Legnica  
**Urszula Betleja**, 18 octombrie, Eisberg Poland, Legnica

## ÎNTREBARE DE CONCURS

# Câștigați o zi doar pentru dumneavoastră!

Atunci când este vorba de sustenabilitate, ne gândim și la dumneavoastră, dragi angajați. Pentru a ne asigura că, pe lângă muncă, vă bucurați și de odihna necesară, în această ediție oferim prin tragere la sorți o «zi de relaxare» în valoare de 300 EUR,-. Mergeți la saună, bucurați-vă de un masaj, de o masă pentru două persoane sau relaxați-vă cu o zi de wellness. Vă oferim acest premiu din toată inima!

**Premii**

1 x zi de relaxare în valoare de 300 EUR,-.

10 x cupoane de cumpărături în valoare de 30 EUR,- la un supermarket local.

**Participare**

Trimiteți soluția împreună cu numele dumneavoastră, locul de muncă (sau fostul loc de muncă) și angajatorul la adresa [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com).

Termenul limită pentru participare este 18 decembrie 2020.

Câștigătorul/câștigătoarea va fi selectat/ă dintre participanții care au trimis soluția corectă. Participările multiple nu vor fi luate în considerare.

Câștigătorul/câștigătoarea va fi anunțat/ă direct. Nu se vor oferi informații despre tragerea la sorți prin corespondență sau telefonic.

## Aflați mai multe despre pui, curcan și bibilică AȚI MÂNCAT CARNE DE PASĂRE ASTĂZI?

Se spune că supa de pui este bună împotriva răcelii. Salata cu carne de curcan nu poate lipsi din planul de dietă. Și ce ar fi sărbătorile fără o friptură de gâscă? Carnea de pasăre poate fi servită în orice situație. LOOK! oferă în această ediție o prezentare detaliată a iubitelor animale înaripate.



### Curcanul

**Latină:** Meleagris gallopavo

**Mărime:** aproximativ 100 cm

**Greutate:** până la 13 kg

Curcanii sunt cele mai mari păsări de fermă. Curcile gata de preparare cântăresc între trei și șapte kilograme, curcanii cântăresc douăsprezece kilograme sau mai mult. De aceea, acest animal este utilizat în general sub formă tranșată. Carnea de curcan are un nivel redus de grăsime și calorii și un conținut de carbohidrați aproape egal cu zero. Fiind ușor de digerat, această carne este perfectă pentru regimuri și diete. Datorită aromei intense, pulpele și aripile pot fi folosite însă și pentru rețete mai consistente. Cei care au petrecut deja Ziua Recunoștinței în Statele Unite știu că, dacă este necesar, se poate găti un curcan întreg la cuptor.

### Gâsca

**Latină:** Anser

**Mărime:** aproximativ 85 cm

**Greutate:** 5 până la 7 kg

Acum vom discuta despre bomba calorică a sortimentelor de carne de pasăre. Carnea de gâscă are un conținut de grăsime mult mai mare în comparație cu celelalte sortimente. O parte din grăsime se scurge atunci când carnea este prăjită. Prin îndepărtarea grăsimii înainte de prepararea cărnii puteți reduce conținutul de calorii. Nu se poate spune, însă, că carnea de gâscă este nesănătoasă. Aceasta conține, printre altele, magneziu și fier. Și până la urmă, Crăciunul este doar o dată pe an.

### Rața

**Latină:** Anas platyrhynchos

**Mărime:** aproximativ 40 cm

**Greutate:** 3 până la 5 kg

Carnea de rață închisă la culoare și aromată provine în general de la rața leșească sau rața Pekin. Deoarece rațele leșești sunt animale care își făceau pe vremuri cuibul în copaci, carnea lor are un conținut redus de grăsime, au o musculatură puternică a aripilor și o cantitate mare de carne pe piept. Rațele sălbatice rare impresionează prin carnea slabă și prin aroma savuroasă. Rațele Pekin, care sunt folosite și pentru felul de mâncare tradițional chinezesc cu același nume, au un conținut mai mare de grăsime. Acesta este secretul gustului lor crocant.

### Bibilica

**Denumire în latină:** Numididae

**Mărime:** aproximativ 60 cm

**Greutate:** 2 până la 3 kg

Bibilica este considerată o delicată, în special în Franța. Pasărea provine din Africa, unde poate fi găsită și astăzi în sălbăticie. Aceasta impresionează prin carnea sa fragedă, foarte aromată. Bibilicile sunt preparate adesea la cuptor fără a fi tranșate. Dar și pieptul de bibilică poate fi fiert înăbușit sau prăjit în diferite moduri.

### Puiul

**Latină:** Gallus gallus domesticus

**Mărime:** aproximativ 30 cm

**Greutate:** 800–1200 g

Pui, găină, pasăre – există multe denumiri pentru acest animal înaripat. La fel de diverse sunt și modurile în care poate fi preparat. Poate fi gătit în întregime, poate fi prăjit sau folosit ca ingredient pentru supă; puteți savura pulpe prăjite crocante sau pieptul cu conținut redus de grăsime. Carnea de pui este cea mai populară carne de pasăre la nivel mondial. Fiecare regiune are însă propriul repertoriu de rețete – de la puiul vienez la cuptor la curry-ul de găină asiatic, până la felul de mâncare național din Chile «Cazuela de Ave», o supă de pui cu legume.

### Prepeleț

**Latină:** Coturnix

**Mărime:** 18 cm

**Greutate:** aproximativ 200 g

Mezina familiei păsărilor de curte este prepeleț. La fel de mică ca un graur și cu o greutate de aproximativ 200 de grame, aceasta este cel mai mic tip de potârniche. Un fel de mâncare caracteristic al bucătăriei franceze este prepeleț umplut. Dar, chiar și neumplut, carnea sa fragedă cu un gust ușor sălbatic este foarte savuroasă.

Piața cărnii de pasăre este în continuă creștere: Din 2006 a fost înregistrată o creștere de peste 30 de procente pe tot teritoriul Europei. Totuși, faptul că oamenilor le place carnea de pui, curcan sau de alte păsări nu este un lucru nou. Chiar și în Egiptul antic, păsările erau crescute ca animale de fermă. Asta ca să nu vorbim de romanii și de grecii din antichitate cu mesele lor îmbelșugate.

Din punct de vedere zoologic, «pasăre de curte» este termenul general pentru păsările crescute ca animale de fermă și destinate consumului. De exemplu găinile, gâștele, rațele sau prepelițele. Popularitatea cărnii acestor animale este demonstrată de diversitatea de moduri în care este preparată. În același timp, cu mici excepții, carnea acestora are un conținut redus de grăsime și calorii și este bogată în proteine și nutrienți importanți. • *mr*

Cu noutățile Bell Food Group, călătoriți în jurul lumii chiar din confortul propriei case

# Din Savoia până în Asia

Din cauza restricțiilor impuse, multe persoane duc dorul călătoriilor în vara aceasta. Cu specialitățile din întreaga lume de la Bell Food Group, vă puteți alina dorul de țara dumneavoastră preferată. La acestea se adaugă numeroase noutăți din propria regiune – în cazul unuia dintre produse, clienții au putut chiar să își demonstreze creativitatea.

## Bell Elveția: salam într-un nou ambalaj

Începând cu mijlocul lunii iunie, vă oferim patru produse din gama clasică de salamuri de la Bell în ambalaje atractive pentru clienți. Produsele «Salametti Tradizionali» și «Salame Artigianale», vândute până acum în plasă sau cu etichetă tip banderolă, sunt disponibile în ambalaje complete, igienice. În plus, în cazul produselor «Salame Originale» și «Salame Spianata», Bell a redus conținutul de material plastic pentru ambalaje în comparație cel utilizat anterior. Acesta este un aspect de care țin cont tot mai mulți clienți. Însă relansarea acestui tip de ambalaj prezintă avantaje nu doar din punctul de vedere al igienei sau al sustenabilității. Noul aspect dat de hârtia kraft pune în valoare și măiestria cu care sunt realizate produsele de măcelărie tradiționale italienești și ingredientele de calitate superioară, prin care se remarcă acești cârnați.



## Bell Polonia: trei noi tipuri de mezeluri în stil polonez

Clienții din Polonia beneficiază acum de trei noi tipuri de mezeluri marca Bell, pentru a putea folosi de fiecare dată ingrediente diferite la pregătirea sandwich-urilor preferate. Cârnații polonezi Kielbasa făcuți din șuncă, precum și cârnații polonezi Kielbasa cu carne de curcan sau pui sunt afumați, înăbușiți și uscați, având un conținut ridicat de carne. În plus, varianta cu carne de pui se remarcă printr-un conținut foarte scăzut de grăsime, de numai trei procente. Lansarea acestor produse a putut fi urmărită și pe Facebook.



## Bell Germania: felii de șuncă mici, ca în «Bella Italia»

Micile felii de șuncă Serrano de la marca Abraham i-au cucerit pe consumatorii de șuncă din Germania. În această vară lansăm varianta italienească: feliile mici de Prosciutto. Șunca folosită se maturează timp de 11 luni în Italia, conform rețetei tradiționale, iar apoi este feliată subțire, ca pentru aperitive. Pentru a le putea aranja pe platoul de aperitiv, feliile pot fi scoase cu ușurință din ambalaj datorită foliilor de separare.

## Bell Franța: specialități din Savoia cu ambalaj ecologic

Produsele regionale cu ambalaj ecologic sunt foarte îndrăgite de clienții din Franța. În această categorie se încadrează și gama nouă de mezeluri fine din Savoia de la Bell. În diferent dacă este vorba de mezeluri simple sau mezeluri cu alune, brânză Beaufort sau afumate, toate variantele din gama «Saucisson sec de Savoie» sunt produse din carne de cea mai bună calitate din Franța, în sediul Bell din Aime. În plus, echipa care a fost responsabilă de crearea acestei noi game a pus accent pe realizarea unui ambalaj reciclabil. O distincție primită recent a confirmat încă o dată calitatea și savoarea cârnaților uscați din Savoia: Produsul tradițional «Saucisson sec recette à l'ancienne» a primit medalia de argint la «Concours Général Agricole».



## Bell Franța a pus accent pe posibilitatea de reciclare atunci când a creat aceste ambalaje.



### Eisberg Ungaria: o salată realizată conform preferințelor clienților

De ce să aibă numai experții ceva de spus în ceea ce privește ingredientele dintr-o pungă de salată? Recent, Eisberg a încercat ceva nou: Începând de la finalul lunii iulie, clienții din Ungaria au putut vota în fiecare săptămână, pe Facebook și Instagram, ingredientele pentru a crea «Salata națională», care a fost prezentată la 20 august. Campania a fost un succes răsunător: pe Facebook, mii de fani au luat parte la crearea salatei lor preferate. La final, s-a decis lansarea unei combinații de salată iceberg, salată Romaine, morcovi, salată Frisée și porumb. Aceasta este acum disponibilă în supermarketurile din toată țara.

### Clienții din Ungaria au putut alege chiar ei ingredientele salatei.



### Hilcona: noutăți în domeniul serviciilor alimentare din Bad Wünnenberg

Chiar la prima operațiune de fabricare a produselor proaspete tip convenience desfășurată de Hilcona, în Germania, s-au dezvoltat numeroase produse în ultimele luni. În august, s-au lansat pe piață alte noutăți din Bad Wünnenberg din domeniul serviciilor alimentare: noile game de müsli și humus. Astfel, Hilcona participă la două trenduri ale gastronomiei: Având în vedere popularitatea tot mai mare a terciului de ovăz și a fulgilor de ovăz, tema «micului dejun sănătos» este foarte actuală. Și humusul a devenit nelipsit din meniurile restaurantelor, fiind folosit în diverse preparate creative. Preparatul tartinabil din năut nu se remarcă doar prin savoarea sa excelentă, ci și printr-un conținut ridicat de proteine.



### Hilcona: o gamă îmbunătățită de sandwich-uri Fresh Break

«Acum comand mai multe sandwich-uri, pentru că gama este mai variată.» Sau: «De când s-au lansat noile ambalaje, comandăm și sandwich-uri.» Acestea sunt numai două dintre numeroasele reacții pozitive la noua linie de produse «Fresh Break Sandwich» de la Hilcona. Gama de produse proaspete și ultra-proaspete, cu 38 de sortimente, a fost lansată în Elveția în luna mai. În acest sens, Hilcona a analizat cu minuțiozitate gama existentă, a îmbunătățit rețetele și a creat noi modele de ambalaje. Noul aspect reflectă caracterul proaspăt, natural și calitatea superioară a sandwich-urilor și deschide apetitul.

### Hilcona: savori din Orientul Mijlociu cu Levante-Bowls

Diversitatea gastronomiei din Orientul Mijlociu este ilustrată de cele cinci noi tipuri de Levante-Bowls, pe care unitatea de producție Hilcona din Orbe le pregătește în fiecare zi, cu ingrediente proaspete și cu multă grijă, pentru vânzătorii cu amănuntul și piețele de produse la pachet din Elveția. În stilul gastronomiei levantine, aceste boluri conțin ingrediente precum năut, cușcuș, conopidă și vinete. Pe lângă cele două variante cu carne de pui, există și trei opțiuni vegetariene.



### Hilcona: savori din Extremul Orient cu produsele Asia Meals

Hilcona nu îi dezamăgește nici pe iubitorii gastronomiei asiatice: Din septembrie, sunt disponibile noile Hilcona Asia Meals. Găluștele asiatice, cu sos chili dulce sau Teriyaki, precum și tăiței asiatici cu carne de pui fac parte din gama de preparate Fresh-to-heat, adică nu trebuie încălzite decât câteva minute în tigaie sau în cuptorul cu microunde. Datorită unui proces de producție brevetat, legumele rămân proaspete și savuroase. Produsul atrage atenția și prin aspectul coșului din bambus pentru gătit la aburi, care deschide apetitul chiar din momentul în care este cumpărat.

### Produsele Asia Meals fac parte din gama de preparate Fresh-to-heat.



**GAMA DE PRODUSE ORGANICE DE LA HÜGLI RESPECTĂ CHIAR DE ACUM NOUL REGULAMENT UE**

### Hügli: mirodeniile provin acum din producția proprie

De acum, Hügli va produce toate mirodeniile și ierburile aromatice pentru clienții din domeniul serviciilor alimentare în propria unitate de ambalare cu echipamente ultramoderne din Radolfzell. În plus, experții în domeniul culinar își extind oferta de produse pentru anumite piețe din acest sector, furnizând, de exemplu, pâstăi de vanilie, nucșoară măcinată sau ierburi aromatice din Provența.

Dacă, în Elveția și Austria, clienții aveau deja de mult timp posibilitatea de a-și comanda mirodeniile de la Hügli, în Germania, gama de mirodenii și ierburi aromatice este introdusă acum pentru prima oară pe piață.



### Pentru că produsele organice nu sunt în totalitate organice

De la 1 ianuarie 2021, alimentele cu etichetă de produse organice vor fi supuse unor reguli mai stricte. Hügli s-a asigurat că gamele de produse organice din cele trei mărci ale sale «Hügli», «Vogeley» și «Stein's Best» respectă noul regulament UE referitor la produsele organice. În acest sens, în ultimele luni, compania, una dintre puținele întreprinderi din domeniul serviciilor alimentare care oferă o gamă variată de produse tip convenience, și-a evaluat toate cele aproximativ 30 de produse cu etichetă organică.

În special, a fost necesară găsirea unor înlocuitori pentru numeroase arome. Printre altele, în curând, acestea nu vor mai putea fi obținute decât din produsul de bază care dă numele aromei, așadar, de exemplu, aromă de căpșuni obținută din căpșuni.

Cu ocazia revizuirii rețetelor, Hügli și-a actualizat produsele din punct de vedere culinar. După numeroase degustări, Brigitte Jauch, senior manager de produse în cadrul Hügli, este convinsă de următorul lucru: «Datorită acestor procese de îmbunătățire, produsele noastre au făcut un pas semnificativ înainte, iar, în ce privește gustul, au evoluat considerabil.» • mr



Sybille Walpert și Christian Nigg recrutează angajați pentru sectorul de producție

## În căutarea celor mai buni

*Dacă managerii departamentelor de resurse umane ar face o listă a calităților pe care le apreciază la persoanele încadrate în muncă, mențiunea «angajați mulțumiți, care rămân mult timp în întreprindere» s-ar afla pe primele locuri. Sybille Walpert, directoarea departamentului de resurse umane din cadrul filialei Bell din Oensingen, și Christian Nigg, managerul departamentului de resurse umane pentru lanțul de distribuție din cadrul filialei Hilcona din Schaan caută persoanele potrivite pentru posturile vacante din sectorul de producție. În interviul acordat revistei LOOK!, ei ne-au descris ce implică acest proces.*

### **Aplicați standarde unitare în ce privește recrutarea pentru unitatea dumneavoastră de producție?**

Sybille Walpert: «Bineînțeles. De exemplu, folosim structuri unitare pentru anunțuri, utilizăm un ghid pentru desfășurarea interviurilor și avem o listă de verificare pentru procesul de integrare în întreprindere.»

Christian Nigg: «Și noi procedăm în mod similar. Astfel, în majoritatea cazurilor parcurgem, de exemplu, același proces, de la publicarea unui anunț de recrutare până la recrutarea în sine și utilizăm, de asemenea, un ghid pentru interviuri care conține temele pe care le discutăm întotdeauna.»

### **Aveți un teanc de CV-uri pe birou. Cum faceți selecția preliminară?**

Christian Nigg: «Mai întâi, stabilim calitățile pe care le căutăm la un candidat. Apoi, facem selecția folosind sistemul de calificative ABC. Candidații pe care dorim să îi recrutăm primesc calificativul A. B înseamnă: un candidat pe care îl luăm în considerare. Cei respinși primesc calificativul C.»

Sybille Walpert: «Și noi definim în prealabil «criteriile privind calificările obligatorii și opționale» pentru fișa postului. Pe baza acestor criterii, facem selecția preliminară a candidaților. În cazul în care numărul de candidați este încă prea mare, îi invităm la un interviu pe cei care nu numai că îndeplinesc cerințele stabilite, dar au și cele mai multe «calificări opționale.»

### **Căror aspecte acordați o atenție specială în cadrul interviului ulterior?**

Christian Nigg: «Pentru mine, este foarte important să înțeleg dacă potențialul angajat știe ce îl așteaptă sau dacă își dorește cu adevărat locul de muncă respectiv. De aceea, printre altele, adresez întrebări cu privire la așteptările pe care candidatul le are de la noul său post.»



Sybille Walpert: «Personal, apreciez candidații care se prezintă într-un mod autentic și sunt motivați. În plus, observ interacțiunea dintre aceștia și superiorii ierarhici.»

### **După etapa de interviuri, cum alegeți angajatul potrivit?**

Sybille Walpert: «După ce am desfășurat toate interviurile, iar candidații au trecut cu brio de ziua de probă, discutăm încă o dată despre impresiile formate cu superiorii ierarhici, care iau apoi decizia definitivă.»

Christian Nigg: «Și noi procedăm exact la fel. Pentru mine, și perioada de probă se încadrează în procesul de recrutare. În acest interval, continui să urmăresc traseul noului angajat pentru a verifica dacă ambele părți au luat decizia potrivită.» • *mr*