

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

04 2020



***Prenez une pause
et faites-vous plaisir***

BELL
FOOD
GROUP





Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

4 Et maintenant, tous ensemble!

Avec «TopX», Bell Food Group vise l'excellence

8 Le premier du genre

Hilcona présente le premier fromage d'Italie végan à cuire au four

9 Vainqueur sans appel

Le burger Green Mountain classé numéro 1 par Kassensturz

En bref

10 Burger Challenge 2020

Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

Travailler pour Bell Food Group

12 Une longueur d'avance en matière de recrutement

Hilcona et Bell en tête de l'étude « Best Recruiters »

Durabilité et innovation

14 Ensemble pour un soja durable

Le Réseau soja suisse fête ses dix ans

Immersion dans ...

16 Une pépite en Auvergne

L'ADN du Bell Food Group en France

Article de couverture

18 Prenez une pause et faites-vous plaisir

Le plaisir rend heureux

Nous faisons la différence

21 Miam! Délicieux!

Les employés de Bell Food Group s'expriment sur le « plaisir du goût »

Anniversaires de service

22 Anniversaires de service

LOOK! félicite les employés fêtant leur anniversaire de travail de décembre 2020 à février 2021

Concours

25 Gagnez une soirée gastronomique

Devinette

Notre monde de saveurs

26 Finale créative

Suggestion de Bell Food Group pour profiter des fêtes

28 Le régal festif pour tous les sens

Le menu de Noël food pairing

Ainsi va la qualité

32 Double victoire pour Bell Allemagne

Médailles d'or et d'argent pour le prix « Produit de l'année »

Nous ne faisons aucun compromis sur le plaisir

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Le coronavirus a marqué l'année et continue d'influencer notre quotidien. D'un jour à l'autre, nous avons dû bouleverser notre vie et contribuer aux mesures pour nous protéger et protéger notre famille, nos amis et nos collègues de travail. La pandémie au niveau mondial que nous connaissons actuellement exige la contribution de tous. En tant qu'entreprise, nous avons pendant cette crise pris de nombreuses mesures pour protéger les collaboratrices et collaborateurs et, simultanément, endosser notre rôle de fournisseur de denrées essentielles. Bell Food Group a jusqu'ici bien résisté à cette période difficile et ceci grâce à vous, nos estimés collègues. Vous méritez reconnaissance ainsi que de grands éloges pour votre engagement, votre soutien et votre solidarité.

Noël s'approche à grands pas, une période de recueilement, pendant laquelle nous faisons souvent le bilan de ce que nous avons vécu. Cette année aussi, la famille ainsi qu'un bon repas doivent venir se placer au premier plan, et ceci malgré, voire justement en raison du coronavirus. Nous ne laisserons pas nous priver de cette période, et je me réjouis de passer les fêtes dans le cercle étroit de ma famille.

Bell Food Group est entre autres synonyme de plaisir et de durabilité – des valeurs que nous avons également pu réaliser en

temps de pandémie et que nous souhaitons d'autant plus célébrer à l'occasion de la période de Noël à venir. Nous proposons des aliments frais et de haute qualité pour encore davantage de délectation pendant le repas de fête et créer des moments de plaisir.

Le plaisir est l'une de nos compétences clés, ce que nous avons également pu prouver cette année passée : les « steaks Gourmetnaturel », pour ne citer qu'un exemple parmi tant d'autres, et le « Serrano Reserva » de Bell Allemagne, mais aussi le « Green Mountain Burger » et les « Pasta Tradizionale » d'Hilcona ont reçu des prix qui démontrent la qualité et la capacité d'innovation de Bell Food Group de façon convaincante.

Voilà de bonnes conditions pour nous faire à cette « nouvelle normalité » dans laquelle nous évoluons. En tant que groupe, nous sommes préparés à de telles situations, resterons fidèles à nos valeurs et continuerons de les représenter. J'ai la plus grande confiance dans le fait que nous réussirons ensemble.

Je vous souhaite, mes estimés collègues, de merveilleuses fêtes. Je me réjouis de m'attaquer avec vous à ce qui nous attend, et je vous souhaite, ainsi qu'à votre famille une bonne nouvelle année et, surtout, une bonne santé.

Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe



Mentions légales Revue du personnel de Bell Food Group, 4 éditions par année, n° 4/2020, décembre 2020, 26^e année.

Editeur: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse: Bell Suisse SA, rédaction Bell LOOK!, case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse.

Tél. +41 58 326 2547, fax +41 58 326 2114, bell.news@bellfoodgroup.com, www.bell.ch. Equipe rédactionnelle: Fabian Vetsch (fv), direction, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl),

assistance à la rédaction: Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Mise en page et composition: oblografik, Olten, Suisse. Traitement des images: Proacteam AG, Allschwil, Suisse.

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

Avec « TopX », Bell Food Group vise l'excellence

Et maintenant, tous ensemble !

Un seul objectif: progresser tous ensemble dans la même direction ! Avec le programme « TopX », Bell Food Group pose des bases qui permettront à tous de parvenir ensemble en tête de classement. Ce programme repose sur une volonté d'amélioration continue et sur la contribution de chacun. En septembre, les premiers sites ont commencé la mise en œuvre. Maintenant, le programme va être étendu à tous les autres sites de production.

« Pour réussir, nous avons besoin de tout le monde, de chaque joueur de l'équipe », disait, il n'y a pas si long-

La première étape consiste à identifier les potentiels d'amélioration.

temps, l'entraîneur de foot espagnol Pep Guardiola. En effet, l'union fait la force, et les objectifs sont plus faciles à atteindre. Il en va de même pour Bell Food Group. Avec « TopX », le groupe pose des bases essentielles qui permettront à tous de parvenir

ensemble en tête de classement. Le programme qui vient d'être lancé vise à améliorer les processus de manière efficace et homogène à l'échelle du groupe. « Top » fait référence à l'ambition de se hisser en tête ; « X » matérialise le désir d'excellence.

« Ces dernières années, nous avons connu une forte croissance. Au départ, nous étions un industriel suisse de la viande. Désormais, nous sommes l'un des plus importants producteurs européens de produits carnés et de produits de commodité », explique Philipp Allemann, Directeur de l'approvisionnement et de la production chez Bell Suisse. « Au sein de Bell Food Group, chaque entreprise a apporté sa propre identité, sa propre méthode de travail et sa propre histoire. Aujourd'hui, il est temps d'homogénéiser les processus pour bien nous préparer à l'avenir ».

Au début du programme, cette optimisation des processus passera par une identification des potentiels d'amélioration sur chaque site. Il peut s'agir, par exemple, d'une utilisation plus efficace des matières premières, de la prévention des temps morts ou, encore, de l'accélération de la rotation des produits. Bien entendu, « TopX » reprendra les programmes d'optimisation concluants menés par les divisions.



« Les programmes d'optimisation existants ont été couronnés de succès à maintes reprises. Avec « TopX », nous écrivons aujourd'hui un nouveau chapitre de cette success story. En décidant de mettre fin aux anciens programmes

d'optimisation, la direction du groupe a permis le lancement d'un programme unifié pour l'ensemble de Bell Food Group. La phase préparatoire a démarré en juin 2020. Je suis convaincu que cette nouvelle étape nous permettra de parvenir ensemble en tête de classement. Je souhaite à toutes les parties prenantes grande satisfaction et plein succès lors de la mise en application ».

Lorenz Wyss, Président de la direction générale du groupe

Le signe « infini » retranscrit bien le fonctionnement du programme « TopX » et le processus à l'œuvre sur chaque site de production.



Les points clés: la stabilisation des processus et l'amélioration continue, notamment la contribution de chacun dans les structures et les processus.

Dans un premier temps, le programme portera sur cinq axes stratégiques: l'excellence pour le processus clé, la capacité d'approvisionnement, la rentabilité, la formation du personnel et, enfin, l'infrastructure et l'automatisation. L'analyse de ces facteurs permettra de définir des champs d'action et des objectifs pour l'avenir. Ces derniers pourront être très différents d'un site à l'autre en fonction des nécessités et

La première étape-clé consiste à stabiliser des processus.

des possibilités d'optimisation. Les changements qui résultent du processus profiteront à toutes les parties prenantes. En effet, si les processus des usines sont stabilisés, le travail quotidien est plus apaisé, et le stress du personnel est moindre.

« Nous donnons le coup d'envoi d'un processus d'optimisation permanente qui impliquera tous les intervenants de la production », se réjouit Alexander Duss, Directeur du programme « TopX ». « Chacun est incité à faire part de ses idées pour faire naître chez tous au sein de Bell Food Group une véritable culture de l'amélioration continue ».

Lors de la première phase, le système implique toujours une stabilisation des processus, qui passe par une amélioration de la fiabilité et une réduction des fluctuations. À titre d'exemple, les responsables peuvent analyser les processus et réétudier les intervalles de maintenance des machines. Ce n'est qu'après la stabilisation qu'il sera possible d'envisager des améliorations durables.

Il est également essentiel que les optimisations puissent être mesurées. Pour cela, les protagonistes étudient, entre autres, les systèmes d'indicateurs et la structure d'analyse. Quand ces deux points sont satisfaisants, il est



« Avec TopX, j'espère que nous pourrions élaborer et faire vivre une philosophie LEAN systématique, homogène et durable au sein de Bell Food Group. Je perçois des potentiels d'amélioration dans tous les processus et tous les secteurs. La gestion d'atelier adaptée à nos usines nous permet d'être à l'écoute de la base. Tout le personnel de Hügli doit pouvoir apporter sa contribution au processus d'amélioration continue. Pour cela, nous allons notamment mettre en place un système de propositions unifié ».

Patrik Keller, Coordinateur « Top X » de la division Hügli



« Avec TopX, nous avons l'immense plaisir de pouvoir développer fortement notre philosophie LEAN@Hilcona, qui a fait ses preuves et s'est vue couronnée de succès. Grâce à ce programme, nous pourrions la faire passer à la vitesse supérieure. Au sein du noyau dur de l'équipe TopX, nous définissons les bases et reprenons le meilleur de chaque division pour chacune des thématiques. Ce procédé est très efficace, car il nous permet de centraliser le savoir-faire de Bell Food Group. Cela dit, c'est bien connu, une philosophie ne vit que si elle est partagée. Il est donc très important pour nous que chaque membre du personnel y adhère. Ainsi, nous pourrions optimiser le potentiel de notre philosophie LEAN ».

Andreas Benz, Coordinateur « TopX » de la division Hilcona

Trois questions à Sebastian Klose, Directeur de l'usine Hügli de Radolfzell



aux responsables de production, à participer à un atelier d'une journée. Pour la suite de la communication, nous nous sommes appuyés sur des affichages et des articles publiés sur l'Intranet, car les réunions d'information ne sont guère possibles à l'heure actuelle.

« J'espère que TopX nous aidera à mieux nous intégrer au groupe ».

À Radolfzell, comment étiez-vous préparés à « TopX » ? Nous étions très heureux de compter parmi les sites pilotes. En effet, nous venions de terminer un programme d'optimisation, ce qui nous a permis de disposer d'une base idéale pour embrayer sur « TopX ».

Comment informez-vous votre personnel au sujet du nouveau programme d'optimisation des processus ? Pour le lancement, au mois d'octobre, nous avons convié toutes les parties prenantes, des cadres

Qu'attendez-vous de « TopX » pour votre division ? Comme cela ne fait pas très longtemps que nous appartenons à Bell Food Group, j'espère que ce programme nous aidera à mieux nous intégrer au groupe et à mieux nous connaître les uns les autres. Pour ce qui est des potentiels d'amélioration, à Radolfzell, je pense, entre autres, à la disponibilité des installations et à la formation du personnel, notamment pour aider les chefs d'équipe en production.



« Grâce à nos expériences passées, nous savons qu'il est possible de réaliser un grand bond en avant si tout le monde tire sur la même corde et œuvre aux mêmes objectifs. Une communication claire et transparente avec notre personnel nous permettra de toucher chacun et chacune et d'encourager la participation. En ce qui me concerne, le programme va m'inciter à me montrer réceptif au changement et à m'impliquer avec conviction dans le processus ».

Marc Spanuth, Coordinateur « TopX » de la division Bell Allemagne

plus facilement entre les sites. Cela concerne, entre autres, des domaines comme le numérique ou la formation des cadres.

« Désormais, il sera plus facile d'échanger et de transposer des expériences ».

« Certes, sur nos différents sites, nous fabriquons des produits parfois très différents. Cela dit, les processus de production et les problématiques récurrentes se rapprochent souvent », explique Volker Baltes, Directeur du secteur d'activité

possible de mieux détecter les petites fluctuations et les petits problèmes au sein des processus et de les résoudre directement lors du travail quotidien.

Pour les problèmes plus préoccupants, il y aura à l'avenir des « projets dédiés », où le personnel des différents secteurs pourra étudier des solutions adaptées.

« L'un des grands avantages de ce système unifié, c'est que tout le personnel de Bell Food Group parlera la même langue. Il pourra s'appuyer sur des systèmes d'indicateurs et des processus de décision communs », précise Alexander Duss. Ainsi, les méthodes d'optimisation qui verront le jour pourront être partagées

Convenience chez Bell Food Group. « Avec une approche et une méthode de travail communes, nous pourrions mieux échanger et mieux transposer les expériences d'un site à l'autre ».

Pour la mise en place du programme d'optimisation, Bell Food Group va nommer, en plus du directeur du programme Alexander Duss, un coordinateur Top Excellence pour chaque division. Chaque site de production disposera également d'experts Top Excellence qui œuvreront à la mise en pratique du nouveau système.



« La satisfaction à l'idée de la mise en place de « TopX » est nettement perceptible chez toutes les personnes concernées. Pour ma part, j'espère que l'implication directe de l'ensemble du personnel nous permettra de détecter plus facilement nos points faibles et de mettre en place des améliorations plus durables. Nous commençons aujourd'hui par le site de charcuterie de Bâle. Nous avons participé à un atelier préliminaire chez nos collègues du site Bell d'Oensingen, qui ont été les premiers à tester « TopX » et qui, à ce titre, l'ont déjà mis en place ».

Robert Flack, Directeur de la production de charcuterie chez Bell Schweiz

Une assistance externe a par ailleurs été prévue : avec le prestataire ROI-Efeso et son directeur Sebastian Diers, Bell Food Group s'est assuré les services de partenaires expérimentés.

Au mois d'octobre, le programme « TopX » a démarré sur cinq premiers sites, ce qui représente au moins un site pilote par secteur d'activité. D'ici fin 2021, tous les sites de plus de 50 personnes auront entamé la première étape. Quant aux sites plus petits, leur feuille de route sera élaborée ultérieurement.

Grâce à ce programme, les entreprises de production de Bell Food Group disséminées un peu partout en Europe pourront parvenir ensemble en tête de classement. Avec une forte volonté de changement et d'amélioration continue. • *mr*



Hilcona présente le premier fromage d'Italie végan à cuire au four

Le premier du genre

Lancé fin septembre 2020, c'est la toute dernière innovation de notre start-up The Green Mountain : le premier fromage d'Italie 100 % végétal à cuire au four. Élaboré à base d'huile de colza et de protéines de petits pois, il représente la deuxième nouveauté végane après le burger Green Mountain. Sa conception et sa fabrication sont 100 % suisses.



Le fromage d'Italie végan est la deuxième innovation de la start-up The Green Mountain.

Il a l'aspect du fromage d'Italie, le goût du fromage d'Italie et, pourtant, il ne contient pas un seul gramme de viande. Avec son nouveau fromage d'Italie alternatif, The Green Mountain présente une nouvelle innovation à base végétale. L'année dernière, la start-up d'Hilcona avait déjà lancé un burger sans viande, qui était le premier burger végan conçu et fabriqué en Suisse.

Des calories en moins mais un plaisir tout aussi intense

Ce fromage d'Italie alternatif est constitué d'ingrédients de grande qualité : l'huile de colza lui donne une texture juteuse, tandis que les protéines de petits pois forment un liant naturel. Avec ses 139 kcal aux 100 grammes, il est moins calorique que le fromage d'Italie traditionnel. Pour autant, il ne concède rien en termes de plaisir. Il se prête à merveille aux en-cas à emporter, aux menus sans viande créatifs et inédits, ou encore à la cuisine familiale de tous les jours. En effet, il se déguste aussi bien chaud que froid.

Une nouveauté élaborée en Suisse

« Pour la conception de ce produit inédit, nous avons soigneusement choisi nos ingrédients et privilégié les circuits d'approvisionnement les plus courts possibles », explique Werner Ott qui dirige la start-up

The Green Mountain. « Ce qui rend la recette unique, c'est aussi notre équipe expérimentée, constituée d'une experte en technologie alimentaire, Julia Sackers, et de jeunes chefs inventifs. Il y a un an, ces passionnés de produits à base végétale avaient déjà élaboré le burger Green Mountain qui a rencontré un véritable succès ».

Un produit 100 % végétal

Ce nouveau produit offre une alternative savoureuse à toutes les personnes qui souhaitent se passer de viande régulièrement sans pour autant renoncer au goût. Sa composition a tout pour séduire. En effet, ce fromage d'Italie à base végétale est fabriqué sans aucun ingrédient contenant du gluten, renferme de la vitamine B12 excellente pour la santé et affiche une teneur en acides gras saturés particulièrement faible.

Innovation, l'une après l'autre

« La tendance au végétarisme observable dans la société actuelle nous a poussé à concevoir d'autres produits », explique Werner Ott. En plus du fromage d'Italie végan, il existe désormais des « ghackets » à base végétale estampillés The Green Mountain. « Pour ce produit, nous sommes restés fidèles à notre ambition : nous approvisionner en Suisse ou dans les pays limitrophes pour le plus grand nombre d'ingrédients possible ». • sh



Le burger Green Mountain classé numéro 1 par Kassensturz

Vainqueur sans appel

Le burger Green Mountain a largement devancé la concurrence : lors du test organisé par le magazine de consommateurs suisse, ce produit à base végétale s'est clairement démarqué et a terminé numéro 1.

La qualité paie. C'est ce qu'a démontré le burger à base végétale commercialisé par The Green Mountain, la start-up d'Hilcona.

À l'occasion du test comparatif organisé par le magazine de consommateurs suisse Kassensturz, ce produit s'est affirmé très nettement par rapport à la concurrence internationale et s'est hissé tout en haut du podium. Il a séduit les testeurs non seulement par son goût et sa consistance, mais aussi par sa proximité avec la viande, notée 5,3 sur 6.

Hilcona mise sur des recettes à base végétale particulièrement innovantes

Le burger Green Mountain n'est pas le seul atout gagnant. Afin de répondre à l'essor de la demande de produits à base végétale, Hilcona n'a cessé d'étoffer son offre ces dernières années, avec plus de 100 produits différents : tofu à base de soja bio suisse, falafels, galettes aux légumes, houmous et autres alternatives à la viande (burger, tartare ou hachée). • sh



Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

BURGER CHALLENGE 2020

Le 5 septembre, le plus grand spectacle de grill numérique que la Suisse ait jamais vu a été mis en scène : le Burger Challenge 2020, Home Edition des Bell BBQ Masters de cette année – et cela a été un plein succès! · sh

L'idée

Comme de nombreux événements cette année, les Bell BBQ Single Masters n'ont pas pu avoir lieu sous leur forme habituelle. Le Burger Challenge 2020 a cependant pourvu à une solution de substitution des plus méritoires.

La qualification

Pour participer, les candidats ont soumis en ligne leur plus belle création de burger sur www.burgerchallenge2020.ch. 740 grilleurs et grilleuses en tout ont en fin de compte envoyé une photo – un nombre impressionnant. 40 d'entre eux sont parvenus jusqu'en finale, sur la base des « J'aime », des appréciations du jury de la Swiss Barbecue Association ainsi que des invitations de stations de radio partenaires, qui ont organisé leurs propres Burger Challenges. L'événement est arrivé à son terme le 5 septembre, jour de la finale, et a été transmis en direct en tant que première compétition de grill de la Suisse. Il a atteint environ 25 000 spectateurs au cours de son déroulement de plus de six heures.

La finale

Huit grilleurs et grilleuses ont été sélectionné-e-s en tant que finalistes. Et le dernier défi était de taille : un burger « Surf 'n' Turf », la légendaire association de bœuf et de homard.

Le gagnant

C'est Linard Lüchinger qui a maîtrisé le mieux cette tâche suprême : d'une main sûre, il a créé un burger non seulement d'un aspect fabuleux, mais également d'un goût si convaincant, que c'est ce cuisinier qualifié qui est finalement monté sur le podium comme grand gagnant et qui s'est vu remettre le chèque de CHF 5 000,00.

#burgerchallenge2020
#bellburgerchallenge



Pendant plus de six heures, environ 25 000 spectateurs ont assisté à la diffusion en direct de la dernière journée.

Surf 'n' Turf : le burger gagnant de Linard Lüchinger

Hilcona et Bell en tête de l'étude « Best Recruiters »

UNE LONGUEUR D'AVANCE EN MATIÈRE DE RECRUTEMENT

En ce qui concerne la recherche de nouveaux collaborateurs, Hilcona et Bell affichent une longueur d'avance sur la concurrence. C'est ce qui ressort de la dernière étude « Best Recruiters » qui les a placés respectivement aux première et deuxième places du secteur. L'étude, dont les résultats reposent sur des critères scientifiques, est la plus importante de ce genre dans tout l'espace germanophone.



Birgit Schmidinger,
Directrice des ressources
humaines de Hilcona

Johannes Meister,
Directeur des ressources
humaines de Bell Suisse



Certes, cette année, il n'y a pas eu le traditionnel évènement festif destiné à récompenser les mieux placés, mais une simple remise des prix sur Internet. Toutefois, ce format numérique n'a pas empêché les responsables RH de Hilcona et Bell de savourer pleinement leurs bons résultats.

« Cette distinction nous réjouit naturellement beaucoup. Cette nouvelle première place dans le classe-

ment par secteur démontre que nous procédons plutôt correctement pour le processus de recrutement », se félicite Birgit Schmidinger, la directrice des ressources humaines de Hilcona, ce à quoi Johannes Meister, le directeur des ressources humaines de Bell Food Group, ajoute : « Le fait que nous soyons passés de la huitième place du classement par secteur l'année dernière à la deuxième place cette année est tout à fait remarquable. Cela montre que nous avons très bien appliqué les suggestions d'amélioration de l'étude de l'année dernière ».

Au classement général, les deux employeurs ont également obtenu d'excellents résultats : parmi les 408 entreprises en lice, Suisse et Liechtenstein confondus, Hilcona s'est classée à la 22^e place et Bell à la 38^e. Bell a effectué un grand bond en avant : l'année précédente, l'entreprise occupait encore la 176^e place.

L'institut qui réalise l'étude prend en compte trois axes pour l'évaluation : la présence en ligne en tant que recruteur, les offres d'emploi en ligne et la résonance des candidatures. Les critères qui, cette année, recouvraient plus



de 240 aspects différents, sont élaborés en étroite collaboration avec un conseil scientifique et mis à jour chaque année en fonction des besoins. Pour le test de « résonance aux candidatures », peut-être le plus important de l'étude, les sondeurs se glissent même dans la peau de « candidat-es mystère », en envoyant des dossiers de candidature fictifs aux entreprises. L'analyse qui suit porte sur le temps de réponse et sur le contenu de la réponse.

Des « candidat-es mystère » permettent d'étudier les réponses des entreprises.

Par ailleurs, dans le cadre de cette étude, les candidates et candidats « réels » ont également la possibilité de rapporter leur vécu de l'entreprise au moyen d'un questionnaire. Les résultats sont communiqués aux entreprises mais, en raison de leur subjectivité, ne sont pas pris en compte dans la notation.

« Nous sommes parvenus à nous améliorer très nettement, sur chacun des trois axes », se réjouit Johannes Meister. « En ce qui concerne le troisième axe, nous sommes même passés de la septième place à la première. Les améliorations que nous avons apportées depuis la dernière étude, notamment en matière de temps de réponse, y ont sans doute contribué ».

Depuis dix ans, année après année, « Best Recruiters » passe au crible les comportements

de recrutement des plus importants employeurs de l'espace germanophone. Sur cette base, l'institut propose ensuite des conseils et des stratégies d'optimisation, aidant ainsi les entreprises étudiées à optimiser leur recrutement et à améliorer leur « parcours de candidature ».

Même au classement général, les deux employeurs ont obtenu d'excellents résultats.

Pour Bell, l'objectif est clair : obtenir au minimum le même résultat lors de l'étude « Best Recruiters » de l'année prochaine. Quant à Hilcona, pas question de se reposer sur ses lauriers. « Il y a toujours quelque chose à améliorer », explique Birgit Schmidinger. « En matière de réseaux sociaux, par exemple, nous avons encore sans doute un certain potentiel d'amélioration. Nous allons nous pencher sérieusement sur la question et voir si nos activités dans ce domaine apportent une valeur ajoutée, aussi bien pour les candidat-es que pour nous-mêmes en tant qu'employeur ». • mr



Le Réseau soja suisse fête ses dix ans

Ensemble pour un soja durable

Le Réseau soja suisse s'engage depuis dix ans pour la culture responsable de soja fourrager. La prescription de normes de durabilité a provoqué une réorientation dans la branche du soja. En tant que l'un des, actuellement, 29 membres de l'association, Bell Suisse s'engage également pour un approvisionnement durable de ces fèves tant prisées.

Le réseau améliore la durabilité de l'importation de soja.

Dans l'alimentation animale – autant que dans l'alimentation humaine – les protéines sont indispensables. Le soja est une excellente source de protéines dans l'alimentation animale. Cette plante fournit un rendement élevé sur de relativement petites surfaces, elle est bien digeste et valorisable par les animaux d'élevage.

La hausse de la consommation de viande, de lait et d'œufs dans le monde entraîne une constante hausse de la demande de soja, et donc également un accroissement des impacts négatifs sur l'environnement dans les régions où il est fortement cultivé, par exemple au Brésil et en Argentine.

Le Réseau soja suisse s'est formé il y a dix ans pour rendre l'importation de soja fourrager plus durable et, ainsi, améliorer les conditions de culture dans les pays d'origine.

Parmi les exigences du réseau comptent l'absence d'OGM, le renoncement au défrichage de surfaces occupées par de la forêt primaire et d'habitats riches en biodiversité ou la réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires potentiellement nocifs. L'association a déjà à cet égard dépassé son objectif d'atteindre un niveau d'au moins 90 pour cent de soja de culture responsable pour l'ensemble des importations en Suisse.

Pour les fourrages mixtes utilisés dans la production intégrée de volaille, Bell a en Suisse un besoin direct de soja de qualité et de culture durable.

« Nous sommes, depuis des années déjà, impliqués dans le travail du Réseau soja suisse par l'intermédiaire de Coop, membre fondateur de l'association et l'un des moteurs de l'approvisionnement responsable de soja fourrager », explique Basil Mörkofer, Chef de projet Durabilité chez Bell Suisse. « Nous sommes nous-mêmes devenus membre il y a trois ans, ce qui nous a permis de participer plus activement depuis. »

Les succès de l'alliance entre les membres de l'ensemble de la chaîne de valeur ajoutée obtenus au Brésil au cours de la dernière décennie sont mis en lumière par une étude récente de la Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires, qui a présenté le réseau à l'occasion de ses dix ans d'anniversaire.

Cette étude confirme que les normes de durabilité soutenues par le Réseau soja suisse ont eu un effet positif. Les importations de soja en Suisse proviennent ainsi de la région brésilienne du Cerrado, de surfaces non déforestées, sans que des conditions de travail problématiques ou des conflits avec les communautés locales n'aient été décelées.

Un autre succès de l'association : l'approvisionnement de soja s'est de plus en plus au cours des dernières années tournée vers des régions de production situées

en Europe. Ainsi, la moitié de la quantité nécessaire pour la Suisse est entre-temps issue de production européenne, en particulier de la région du Danube.

Le soja européen est pour Bell une base importante de l'élevage de poulets bio et plein air, nourris avec des fourrages mixtes se composant de soja d'origine exclusivement européenne.

« Bien sûr, Bell Suisse n'est qu'un petit acteur à l'échelle mondiale et notre contribution à la protection des zones de culture en Amérique du Sud reste modeste », dit Basil Mörkofer. « Mais les normes de durabilité pour les producteurs brésiliens et une part croissante de soja de culture responsable en Europe permettent au moins d'amenuiser quelque peu la pression sur la forêt tropicale. »

L'ensemble de la Suisse, avec une part de 0,1 pour cent, n'est qu'un petit preneur sur le marché mondial du soja. Avec son engagement, elle fait néanmoins figure d'exemple. Ainsi, des pays comme les Pays-Bas, l'Allemagne ou la Suède ont déjà créé des initiatives ou se sont posé des objectifs similaires à ceux de la Suisse. • *mr*



L'engagement suisse fait figure d'exemple pour les autres pays.

L'ADN du Bell Food Group en France

Une pépite en Auvergne

Le saloir de Mirabel est à l'origine de l'expansion française du Bell Food Group. On y fabrique aujourd'hui la fine fleur des jambons crus d'Auvergne IGP. Et ses dirigeants visent pour le futur d'atteindre l'excellence des jambons crus ibérique et de Parme.

« Nous sommes au pied du parc national des Volcans d'Auvergne. Le ruisseau de Mirabel qui longe l'usine et qui lui a donné son nom en descend directement.

« Nous y avons acquis toute notre expérience et expertise. »

C'est une pépite dans un écrin de verdure», décrit Julien Brionnet, directeur industriel de Bell France, pour qui ce saloir de Mirabel est comme une deuxième maison.

Il y avait débuté en 2000 en tant qu'opérateur de production de saucisson sec à Mirabel. Le site situé sur la commune de Riom appartenait depuis 1974 à Salaison Polette, avant que le Bell Food Group ne rachète l'entreprise en 2008 : « C'est le site de production historique et donc l'ADN du Bell Food Group en France. Tout est parti d'ici. Nous y avons acquis toute notre expérience et expertise en saucisson sec, puis en jambon cru d'Auvergne. Au début, on faisait sécher les saucissons sur des barres en bois, la maîtrise des flux d'air n'était pas aussi moderne qu'aujourd'hui et il y avait beaucoup de travail manuel. Il y a eu des erreurs et des problèmes

auxquels il a fallu trouver des solutions, et ainsi s'améliorer constamment. »

En 2003, une nouvelle usine fut construite à Teilhède à environ dix kilomètres de distance. Et les clés de Mirabel furent confiées à Julien Brionnet pour y développer la production de jambon cru d'Auvergne. « Nous ne savions pas comment faire. Mais on nous a fait confiance et donné carte blanche. » C'est à ce moment-ci que Rodolphe Zou, alors âgé de 22 ans, a été engagé.

Il se souvient : « Les cinq séchoirs étaient vides, nous étions trois à travailler. Nous avons construit les chaînes de production au fur et à mesure, les adaptant suivant les besoins, rajoutant des machines quand c'était nécessaire. On a vu l'évolution du site. »

Vers l'excellence

Au début, seul du jambon cru sans appellation sortait des chaînes de Mirabel. Aujourd'hui, c'est à 100 % du jambon cru d'Auvergne IGP répondant à un cahier des charges strict qui y est produit. « C'est le jour et la nuit, commente Julien Brionnet. Nous élaborons un produit du terroir français qui, grâce au réseau de commercialisation du Bell Food Group, est présent en Allemagne et même en Asie. C'est un signe fort de reconnaissance qui nous pousse à progresser encore. Nous voulons toucher l'excellence ! »



Dix personnes travaillent actuellement sur les 3000 m² du site sous les ordres de Rodolphe Zou, devenu responsable de production en 2015. Chaque semaine, 1 600 pièces de jambon entrent dans l'usine et y restent au minimum 240 jours durant lesquels elles sont salées (avec un ajout d'ail sec qui fait la spécificité du jambon cru d'Auvergne IGP), maturées, étuvées, séchées, pannées, puis affinées.

Sur les 450 tonnes de jambon d'Auvergne IGP qui sont produites annuellement au saloir de Mirabel, 95 % provient de porcs locaux : « Nous aurions pu nous approvisionner en Europe, explique Julien Brionnet, mais nous avons fait ce choix même s'il n'a pas été simple de sélectionner nos fournisseurs en respectant les standards de qualité du Bell Food Group, traçabilité, transparence, gestion du personnel. »

Le duo de choc vient d'achever l'optimisation énergétique du site en installant des pompes à chaleur et en récupérant l'énergie : « Nous ne consommons plus d'énergie fossile et ne produisons plus de CO₂. » Il planche aussi sur la production d'un jambon cru d'Auvergne IGP sans conservateurs et à maturation plus longue pour atteindre la qualité des jambons de Parme et des jambons ibériques. « Demain, nous n'aurons que viande de qualité, de sel, d'ail et d'air. Rien d'autre ! »

L'évolution et la qualité des produits du saloir de Mirabel ont été reconnues en 2017 avec l'obtention d'une médaille au concours général agricole de Paris. L'aboutissement d'une évolution positive : « On se considère un peu comme la nano entreprise du Bell Food Group. La seule chose qui pourrait nous faire quitter le saloir de Mirabel, c'est le manque de place pour répondre à la demande des clients. » • gm

« On se considère comme la nano entreprise du Bell Food Group. »

Bell France

Bell Food Group a investi le marché français en 2008 en rachetant Salaison Polette, une entreprise fondée en 1974 par Marius Polette. En plus du site historique de Mirabel, son fils Philippe avait construit ou acheté cinq autres usines en Auvergne, Savoie et en région lyonnaise.



Le plaisir rend heureux

Prenez une pause et faites-vous plaisir

Le plaisir ne va pas de soi : il faut prendre le temps et avoir les sens en éveil. Dans notre monde au rythme effréné, où la lenteur est souvent assimilée à de la paresse, cela semble plus difficile que jamais. Alors, comment refaire une place au plaisir ?

Un bon plaisir laisse une impression durable

Le plaisir est-il une vertu ou un péché ?
La question du plaisir préoccupait déjà les érudits de l'Antiquité. Dès l'an 400 avant notre ère, par exemple, les représentants du courant philosophique de l'« hédonisme » avaient pour objectifs dans la vie de rechercher un maximum de joie, de s'adonner au plaisir, de connaître diverses jouissances et, par voie de conséquence, de souffrir le moins possible. La quête du plaisir était considérée comme une fin extrêmement importante.

Plus tard, avec la diffusion du calvinisme, vers 1533, le plaisir a perdu toute odeur de sainteté. Selon l'éthique du travail calviniste, le travail et l'ardeur à la tâche sont des vertus fondamentales, tandis que tous les luxes, y compris le plaisir, sont des péchés. Selon cette doctrine, faire une pause et prendre du plaisir revient à être paresseux et improductif, car c'est ne pas travailler. D'après cette approche, il est exclu

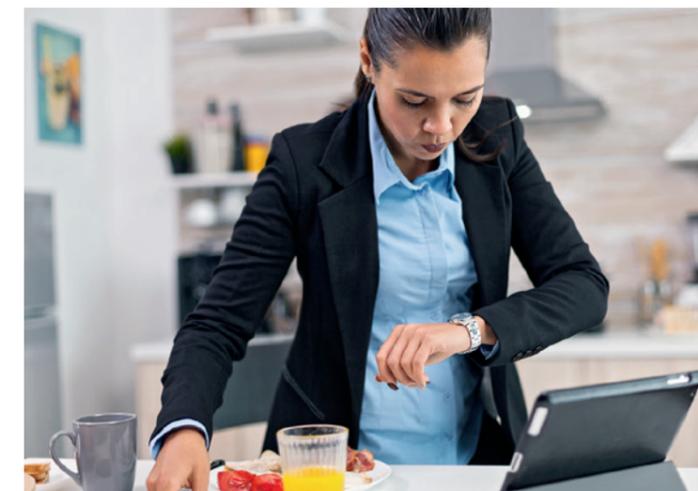
« Aucune jouissance n'est passagère car l'impression que la jouissance laisse est durable », écrivait Wolfgang von Goethe avec sagesse dans l'une de ses œuvres. Ce que disait Goethe en son temps au sujet de la bonne chère reste valable aujourd'hui.

Un bon plat laisse un souvenir pérenne car nos papilles n'oublient rien. Le goût fait partie intégrante de la mémoire sensorielle.

Le plaisir ne va pas de soi

Le plaisir semble être une réaction naturelle chez les humains : quand nous aimons ou apprécions quelque chose, nous éprouvons instinctivement du plaisir. Les recherches menées à ce sujet décrivent une toute autre réalité.

Selon une étude de l'institut allemand Rheingold, spécialisé dans les études de marché et le conseil, 46 % des personnes interrogées déclarent que le stress quotidien et le sentiment de joignabilité permanente les empêchent de plus en plus de savourer les choses. Une étude datant de l'an 2000, menée par un institut spécialisé de recherche scientifique sur le plaisir de Nuremberg (Institut für Genussforschung), avait déjà souligné qu'en Allemagne, seules 54 % des personnes interrogées se disaient aptes à prendre du plaisir. Mais d'où vient donc cette « inaptitude au plaisir » ?



Dans notre monde au rythme effréné, les moments de plaisir comme le café du matin deviennent vite une routine, et on oublie de se poser et de savourer.

que le plaisir puisse être une ressource positive pour notre quotidien. Cet état d'esprit semble avoir perduré jusqu'à aujourd'hui.

Le plaisir est bon pour la santé

Des chercheurs spécialisés, comme le psychologue allemand Rainer Lutz, essaient d'amorcer un virage. Pour lui, le plaisir est un élément essentiel pour l'épanouissement personnel et contribue à l'équilibre psychique. Rechercher des instants de plaisir nous aide à nous protéger du stress du quotidien. Quand on n'accorde pas d'importance au plaisir – ou très peu, on se prive chaque jour de nombreuses tranches de bonheur et de joie de vivre.

Aujourd'hui, d'innombrables résultats de recherche montrent que les moments de plaisir ont des effets apaisants, voire anxiolytiques sur l'organisme. Ces moments peuvent même avoir un impact positif sur le système immunitaire. C'est ce qui ressort d'études menées par des scientifiques américains dès les années 1990.

Le plaisir, ça s'apprend

Dans son livre « Mut zum Genuss » (littéralement, « Le courage de prendre du



Le plaisir, ce n'est pas compliqué: un bon petit-déjeuner ensemble, c'est un bon départ pour la journée.

plaisir»), la scientifique Marlies Gruber, spécialisée dans les questions d'alimentation, a recensé quelques règles pour réapprendre le plaisir. Avant toute chose, il faut prendre le temps et se libérer de toute « culpabilité ». De petites pauses plaisir prises sciemment lors du quotidien permettent de goûter son plaisir et de s'apaiser. Le plaisir ne doit pas être une préoccupation « parallèle » mais bien quelque chose à quoi il faut accorder toute son attention. Par ailleurs, mieux vaut « peu et bien » que

Le plaisir est un élément essentiel des soins personnels.

« beaucoup et mal ». Le plaisir est une question de qualité, pas de quantité. S'il y a surabondance, on n'apprécie plus. Par contre, si l'on considère le plaisir comme une composante essentielle du quotidien, et que l'on cesse de chercher des occasions particulières pour se faire plaisir, il est possible d'en faire une « habitude » journalière. L'essentiel, c'est de trouver la volonté et le temps pour partir de bonnes bases. Tout le reste, ce sont de petites choses que l'on peut faire siennes avec le temps.

Le plaisir contribue à la qualité de vie

Le plaisir, ce n'est ni quelque chose d'exceptionnel, ni un luxe inabordable que l'on ne peut s'offrir que de temps en temps. Le plaisir, c'est un élément que l'on doit rechercher au quotidien, qui a une influence positive sur le bien-être et qui permet de trouver facilement un équilibre, surtout en présence de stress.

Dans le cadre de sa mission d'entreprise, Bell Food Group fait tout pour que le plaisir quotidien ne soit pas un vain mot. Ses produits standard haut de gamme garantissent une bonne portion de plaisir dans l'assiette. Par ailleurs, ses spécialités raffinées et ses recettes sans cesse renouvelées viennent apporter beaucoup de diversité. Enfin, grâce aux produits frais Convenience, le plaisir est toujours au rendez-vous, même lors des repas sur le pouce: sans préparation, ces produits permettent de se consacrer entièrement au plaisir de la dégustation.

Les moments de plaisir peuvent être aussi nombreux que variés, plutôt courts ou plutôt longs, simples ou recherchés, quotidiens ou exceptionnels... Ils ont tous quelque chose en commun: ils contribuent invariablement à la qualité de vie. Et la vie est trop courte pour se priver d'un bon repas. • sh

Les employés de Bell Food Group s'expriment sur le « plaisir du goût »

Miam ! Délicieux !

Le goût et les qualités gastronomiques sont de première importance quand il s'agit de fabriquer des produits haut de gamme aux saveurs hors du commun. Mais quel sens prend concrètement l'expression « plaisir du goût » lors du travail quotidien ? LOOK! a mené l'enquête auprès du personnel de Bell Food Group.

« Le goût et les qualités gastronomiques ne sont pas que des objectifs stratégiques. Ils conditionnent également la façon de penser et d'agir de l'entreprise et de son personnel. Quand on parle du travail quotidien, il ne faut pas oublier cela. Le goût, c'est la cerise sur le gâteau, le plaisir, la joie de vivre. Et pour la réalisation de l'emballage, le plaisir est un élément essentiel. Un produit qui a du goût et qui offre du plaisir possède de très bons arguments de vente ».

Sarah Sutter
Brand Managerin chez
Bell Suisse, Bâle



« Pour un Burgond comme moi, qui aime manger, boire et abreuver tous les épicuriens de nouvelles idées culinaires, c'est un honneur que de travailler pour cette entreprise. Je me sens comme un poisson dans l'eau et je savoure chaque jour qui passe. J'essaie quotidiennement de trouver de nouveaux arômes et de nouvelles associations de saveurs, aussi bien classiques qu'innovantes, voire a priori improbables ».

Jaap de Cock
Co-Lead Culinary Advisory Team
chez Bresc, Werkendam



« Il y a 30 ans, je n'aurais jamais imaginé travailler chez un industriel. Mais ici, la créativité et le goût sont des priorités. J'apprécie que mes collègues de travail aillent à l'usine avec le même enthousiasme et la même passion que moi. Ce qui me procure le plus de joie ? La possibilité de mener une idée jusqu'à son terme et du mieux possible. Le moment où mes pairs goûtent la recette, le regard d'abord perdu dans le lointain puis illuminé d'un sourire. Le moment tant attendu ».

Michael Lock
Directeur Gastronomie de
l'équipe Hilcona de Schaan



Anniversaires de service

LOOK! félicite les employés fêtant leur anniversaire de travail de décembre 2020 à février 2021

Bell Suisse

20 années de service

Rosa Maria Alves Ribeiro Desousa, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Cheseaux
Didier Colmart, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
Luis Sandro Guevara Rioja, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
Patrick Hartung, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Oensingen
Gilles Zangger, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
Jean François Cazal, 14 décembre, Bell Suisse, Bâle
Philippe Hegy, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Bâle
Arnaldo Longa, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Oensingen
Jean-Marc Noll, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Bâle
Daniel Von Euw, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Zell
Dietmar Wölk, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Oensingen
Maria Varone, 7 janvier, Bell Suisse, Cheseaux
Rudolf Jäger, 8 janvier, Bell Suisse, Zell
Daljit Singh, 15 janvier, Bell Suisse, Bâle
Frank Bechler, 1^{er} février, Bell Suisse, Bâle
Mehmet Güneysu, 1^{er} février, Bell Suisse, Bâle
Stojanco Atanasov, 12 février, Bell Suisse, Oensingen
Sylviane Thomas, 12 février, Bell Suisse, Bâle
Mevlude Bilalli-Bajram, 18 février, Bell Suisse, Oensingen
Safet Ukshini, 26 février, Bell Suisse, Cheseaux

25 années de service

Walter Bieri, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
Georges Pablo Césari, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Zell
Santhiramalar Gunaratnam, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Oensingen
Honoré Nussbaumer, 1^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
David Stadler, 4 décembre, Bell Suisse, Bâle
David Makhoulouf, 18 décembre, Bell Suisse, Bâle
Thomas Letzkus, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Bâle
Joseph Magro, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Bâle
Christophe Pribiset, 1^{er} janvier, Bell Suisse, Bâle
Philippe Bader, 2 janvier, Bell Suisse, Bâle
Daniel Aubry, 15 janvier, Bell Suisse, Bâle
Bertrand Gasser, 1^{er} février, Bell Suisse, Bâle
Maria Carolina Moreira Ferreira, 1^{er} février, Bell Suisse, Cheseaux
Mirjana Atanasova, 25 février, Bell Suisse, Oensingen

30 années de service

Jean-Pierre Schmit, 30 janvier, Bell Suisse, Bâle
Irma Ehret-Arnold, 1^{er} février, Bell Suisse, Bâle
Christian Pfauwadel, 1^{er} février, Bell Suisse, Bâle
Dominique Bonifas, 4 février, Bell Suisse, Bâle
Frédéric Eber, 11 février, Bell Suisse, Bâle

Départs en retraite

Renate Griner, 31 octobre, Bell Suisse, Bâle (*ajout*)
Peter Hochuli, 31 décembre, Bell Suisse, Oensingen

Départs en préretraite

Georges Césari, 31 décembre, Bell Suisse, Zell
Max Fischer, 31 décembre, Bell Suisse, Oensingen
Luc Martin, 31 décembre, Bell Suisse, Bâle
Jean-Paul Ott, 31 décembre, Bell Suisse, Bâle
Daniel Schmid, 31 décembre, Bell Suisse, Oensingen
Patrick Steger, 31 décembre, Bell Suisse, Bâle
Monika Wyss, 31 décembre, Bell Suisse, Bâle
M'bark Amgoune, 31 janvier, Bell Suisse, Oensingen
Bertrand Schmitt, 31 janvier, Bell Suisse, Bâle
Michel Missillier, 31 janvier, Bell Suisse, Cheseaux
Annelies Schneider, 31 janvier, Bell Suisse, Oensingen

Décès

Pedro Mendez, 26 août, Bell Suisse, Bâle

Bell International

20 années de service

Grigor Gheorghe, 19 janvier, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Marie Jeanne Ainardi, 5 février, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Sarah Chevat, 5 février, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Brigitte Prost, 5 février, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

30 années de service

Herbert Maier, 2 janvier, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Stefan Henke, 7 janvier, Bell Allemagne GmbH & Co. KG, Seevetal
Nathalie Antoinet, 11 février, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

35 années de service

Heinz-Dieter Lünemann, 1^{er} décembre, Bell Allemagne GmbH & Co KG, Edewecht

Départs en retraite

Daniel Chalindard, 30 juin, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*ajout*)
Christian Chalindard, 30 juin, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*ajout*)
Christian Faure, 8 octobre, Bell France, Virieu-le-Grand (*ajout*)
Marie Jeanne Ainardi, 31 décembre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Andrejic Olivera, 31 décembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Annie Tempion, 31 décembre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Eda Staneikiene, 31 janvier, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Décès

Gilles Mermin, 15 juillet, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

Convenience

20 années de service

Roberto Bianchi, 1^{er} novembre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach (*ajout*)
Eshete Demeke, 1^{er} décembre, Eisberg AG, Dällikon
Antonio Gaudio, 1^{er} décembre, Hilcona AG, Schaan
Valentina Emter, 11 décembre, Hügli, Radolfzell
Selami Uygun, 18 décembre, Hügli, Radolfzell
Islam Cakir, 27 décembre, Hügli, Radolfzell
Anja Anke Eckstein, 1^{er} janvier, Hügli, Radolfzell
Sieglinde Schallert, 1^{er} janvier, Hilcona AG, Schaan
Verena Scholle, 1^{er} janvier, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Günter Riesterer, 2 janvier, Hügli, Radolfzell
Sascha Velic, 2 janvier, Hügli, Radolfzell
Marijana Philipp, 8 janvier, Hügli, Radolfzell
Lina Buss, 15 janvier, Inter-Planing, Langenhaslach
Thomas Philipp, 15 janvier, Hügli, Radolfzell
Stephan Mock, 16 janvier, Hügli, Radolfzell
Gisela Bader, 1^{er} février, Hügli, Radolfzell
Pierre Caivano, 1^{er} février, Hügli, Radolfzell
Thomas Hölting, 1^{er} février, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Buelent Oernek, 1^{er} février, Hilcona AG, Schaan
Michael Kopp, 5 février, Hügli, Radolfzell
Biserka Maria Quintans, 12 février, Hilcona AG, Schaan
Jürgen Gehring, 14 février, Hügli, Radolfzell
Simone Gerometta, 19 février, Hügli, Radolfzell
Sanja Tanaskovic, 19 février, Hügli, Radolfzell

Vous trouvez les offres d'emplois actuelles à l'adresse : bellfoodgroupcom/fr/carriere

25 années de service

Manuela Rauter, 1^{er} décembre, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH, Hard
Gerhard Ronner, 1^{er} décembre, Hilcona AG, Schaan
Doris Buhl, 1^{er} janvier, Hügli, Radolfzell
Osman Keskin, 1^{er} janvier, Hilcona AG, Schaan
Florina Schmidt, 8 janvier, Hügli, Radolfzell
Luisa Eichler, 9 janvier, Hügli, Radolfzell
Antonio Monteiro da Costa, 10 janvier, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Begona Mendez Alcantara, 1^{er} février, Eisberg AG, Dänikon
Sandra Ligia Prata Mota, 6 février, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Melka Ramic, 6 février, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Maria Candida Da Silva, 8 février, Eisberg AG, Villigen
Özlem Bayir, 12 février, Hügli, Radolfzell
Axel Wiedenbach, 12 février, Hügli, Radolfzell

30 années de service

Jimmy Baumann, 1^{er} octobre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Johann Vogt, 1^{er} décembre, Hilcona AG, Schaan
Edgar Müller, 3 décembre, Hügli, Radolfzell
Joachim Jenke, 2 janvier, Hügli, Radolfzell
Uwe Vieth, 7 janvier, Hügli, Radolfzell
Waldemar Juretzka, 8 janvier, Hügli, Radolfzell
Renate Ramberg, 25 janvier, Hügli, Radolfzell
Livia Munari, 28 janvier, Inter-Planing, Langenhaslach
Michaela Merk, 18 février, Hügli, Radolfzell

35 années de service

Brigitte Ullmann, 3 décembre, Hügli, Radolfzell
Michael Pfister, 12 février, Hilcona AG, Schaan

Départs en retraite

Georg Claassen, 31 octobre, Hügli, Radolfzell (ajout)
Gertrud Engler, 31 octobre, Hilcona AG, Schaan (ajout)
Karel Havlíček, 31 décembre, Hügli Food s.r.o., Zásmuky
Evelyne Hug, 31 décembre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Alain Tschanz, 31 décembre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Norbert Karasek, 1^{er} janvier, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH, Hard

Départs en préretraite

Eva Unterberger, 31 octobre, Hilcona AG, Schaan (ajout)
Bernd Gächter, 31 décembre, Hilcona AG, Schaan
Brigitta Benz, 31 janvier, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Décès

Roger Aeberli, 3 octobre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach



DEVINETTE
Gagnez une soirée gastronomique

Dans des temps comme celui-ci, on aimerait parfois profiter de la vie. Savourer une soirée autour d'une bonne table. Goûter de bons petits plats concoctés dans les règles de l'art et découvrir de nouvelles associations de saveurs subtiles. LOOK! rend ce rêve accessible ! Avec un peu de chance, vous gagnerez peut-être une soirée gastronomique dans le restaurant de votre choix.

Question du concours
 Quel article comporte ces flocons de neige en grand nombre ?

Play & Win!

Les prix

1 soirée gastronomique dans le restaurant* de votre choix d'une valeur de EUR 400,-

10 bons d'achat d'une valeur de EUR 30,- pour un supermarché local

* Si, en raison de la situation actuelle liée au coronavirus, il vous est interdit d'aller au restaurant, vous pourrez faire usage de votre prix à une date ultérieure.

La date limite de participation est fixée au 20 mars 2021.

Envoyez la solution avec votre nom, votre (ancien) lieu de travail et votre employeur à l'adresse suivante : look@bellfoodgroup.com.

Les personnes gagnantes seront tirées au sort parmi celles ayant renvoyé la bonne réponse. Les participations multiples ne seront pas prises en compte.

Nous aviserons directement les personnes qui auront gagné. En ce qui concerne le tirage au sort, il ne pourra y avoir ni correspondance, ni renseignements téléphoniques.

Bell Suisse : des spécialités dans un bel emballage

La période de Noël est également une période d'invitations. Bell a la réponse adéquate à la question « On apporte quoi ? » : de la délicieuse viande séchée des Grisons, du tendre jambon cru des Grisons ou de la savoureuse viande séchée du Valais dans l'élégante boîte en bois pour événements festifs. Mais, même sans boîte en bois, le lard sec du Valais, offert par Bell en morceaux de 500 grammes, est idéal pour un plateau d'apéritif ou d'entrées.



Bell Suisse : du fin saumon fumé

Bell commercialise de nouveau un classique qui est à tout moment de l'année « de saison » pendant la semaine de Noël : du saumon fumé d'élevage norvégien. Un couteau adapté est joint au morceau de filet pour découpage réussi. Ce produit est également accessible au personnel de Bell Suisse sur commande.



Eisberg Suisse : deux bols du Bouddha

Pour affiner l'appétit pour les salades de ses clients également pendant la saison froide, Eisberg a étendu pour le compte de Coop son assortiment tendance de bols du Bouddha, pour y ajouter, ponctuellement au début de l'automne, les variétés « Falafel & courge » et « Avocat & quinoa aux lentilles ». Les deux nouvelles versions végétaliennes conviennent pour un déjeuner raisonné ainsi qu'en délicieux accompagnement au dîner.



Hilcona : des pâtes au chocolat

Hilcona offre une véritable innovation à ses clients du secteur Foodservice, avec les « Agnolotti Chocolate » de l'assortiment « Pasta Fina », en édition limitée. La savoureuse farce se compose de chocolat au lait suisse et de chocolat noir belge, la pâte est affinée avec du cacao. Le dessert spécial, comme au restaurant les jours de fête, est ainsi assuré.



« Agnolotti Chocolate »
est le nom donné à
nouveau dessert au
chocolat pour les fêtes.

Hügli : un muesli enrichi en nutriments pour un système immunitaire robuste

« Immun Wunder » est le nom donné à la nouveauté parmi la gamme de muesli granoVita d'Hügli. Ce muesli contient des nutriments, comme du fer, de la vitamine C et du zinc, qui soutiennent le système immunitaire. La nouvelle création de muesli vient compléter la ligne existante, dont font entre autres déjà partie l'« Omega Wunder » contre le cholestérol, ainsi que le « Venus Wunder » pour une ménopause sereine.



Eisberg Autriche : de délicieuses baguettes

Comme petit en-cas, Eisberg Autriche a développé des baguettes délicieusement garnies comme produit de marque de distributeur pour ses clients commerciaux. Les amateurs de baguettes d'Autriche et d'Allemagne peuvent, depuis la mi-octobre, se délecter des variétés « Salami », « Jambon-fromage » et « Poulet grillé ».



Eisberg Hongrie : premier bol avec de la viande

Avec le « bol de salade de gyros Syrtaki », Eisberg Hongrie offre pour la première fois parmi sa gamme un bol de salade contenant de la viande. Assaisonnée avec les épices typiques de la Grèce et affinée avec du tzatziki, cette salade transporte les papilles gustatives sur les bords de la Méditerranée le temps de la pause de midi. Les consommateurs hongrois soucieux de la qualité bio peuvent de plus se réjouir du nouveau mélange « Bio Baby Leaf » d'Eisberg.



Hilcona : le nouveau « Vegic Burgerversum »

Les quatre nouveaux Vegic Burger « Farmer Style », « Mexican Style », « Italian Style » et « Mountain Style » soulignent une fois de plus la compétence d'Hilcona dans la cuisine végétarienne. Développés pour le domaine Foodservice, ils conviennent, par exemple, parfaitement pour la restauration scolaire.



Suggestion de Bell Food Group
pour profiter des fêtes

FINALE CRÉATIVE

Les restrictions apportées par l'année 2020 ont également eu de bons côtés. De nombreuses personnes ont pendant le confinement compensé leur frustration en cuisinant et se délectant, tout en se livrant à un certain nombre d'expérimentations. Avec de nombreuses nouveautés, Bell Food Group donne actuellement de nouvelles impulsions, pour une inspiration culinaire inédite en fin d'année. •mr

Bell Suisse : tout pour la fondue et le gril de table

Pour tous ceux et toutes celles qui aiment les dîners conviviaux, Bell offre un grand choix de produits prédécoupés pour fondue et gril de table parmi sa gamme. Tou-te-s les adeptes de la viande de volaille, de bœuf et de porc en trouveront pour leur compte avec les deux plateaux de gril de fête et trois variantes de fondue chinoise. Particulièrement pratique : les produits de fondue peuvent directement être servis dans la barquette dorée.



Les plateaux de fêtes
de Bell assurent
une soirée conviviale.



Le menu de Noël food pairing

Le régal festif pour tous les sens

Il est à prévoir que la sérénité à laquelle nous aspirons souvent pour les fêtes de Noël sera, pour une fois cette année, garantie dans de nombreux foyers. La parfaite occasion de consacrer du temps en cuisine.

C'est pourquoi le menu de Noël proposé cette année par Look!, composé d'épatants « food pairings », est un peu plus sophistiqué que d'habitude. Pas de soucis, cependant, comme les instructions de Philipp Glauser, Head of Culinary Advisors chez Hügli, assureront une bonne réussite, même chez les novices en cuisine.

Food pairing

Saviez-vous que les fraises s'harmonisent à merveille non seulement avec le chocolat, mais également avec le basilic ou même le parmesan ? La science elle-même se penche sur ces nouvelles et surprenantes combinaisons d'aliments. « Food pairing » est le terme utilisé pour désigner une méthode de combinaison d'ingrédients sur la base d'arômes communs. Les aliments appariés semblent au premier abord être des combinaisons très hétéroclites. Qui aurait par exemple pensé que le café et la viande de bœuf ont plus de 100 arômes en commun ? Les arômes des aliments ainsi « mariés » s'amplifient mutuellement pour procurer de nouvelles sensations gustatives.

Cappuccino de brocoli avec papier de groseilles

Pour 4 personnes



Food pairing :
Brocoli
Fromage de chèvre
Groseilles

Crème de brocoli

12 g de beurre
1 petit oignon
½ poireau
50 g de céleri-rave
250 g de brocoli
30 g de farine blanche
500 ml de fond de légumes
100 ml de crème entière
(35 % de matière grasse)
Sel et poivre blanc fraîchement moulus

Émincer l'oignon grossièrement, le poireau et le céleri finement et faire revenir le tout dans le beurre fondu dans une grande casserole. Couper le brocoli en petits morceaux, l'ajouter aux légumes et laisser mijoter. Saupoudrer de farine et laisser légèrement refroidir. Verser ensuite le fond de légume chaud et amener à ébullition en remuant. Saler, poivrer et laisser mijoter pendant 30 minutes, écumer de façon répétée au cours de la cuisson. Réduire ensuite la soupe au mixeur plongeant et la passer au chinois. Incorporer la crème pour terminer.

Papier de groseilles

1 dl de jus de groseilles
1 jaune d'œuf
12 g de fécule de maïs

Mélanger le jaune d'œuf et la fécule, ajouter ce mélange au jus de groseilles et faire chauffer le tout lentement jusqu'à ce que le liquide s'épaississe. Passer la préparation au chinois et l'étaler sur un tapis de cuisson ou du papier de cuisson. Selon le goût, on peut tamiser un peu d'épices à vin chaud par-dessus. Cuire au four à 150 °C pendant env. 10 minutes. Déchirer ensuite en morceaux et laisser éventuellement complètement refroidir à température de la pièce.

Conseil : le papier de groseilles se prépare sans problèmes un jour à l'avance.

Mousse de fromage de chèvre

125 g de fromage de chèvre
125 g de lait entier

Mélanger le lait et le fromage dans un saladier. Battre le mélange lait et fromage tout en réchauffant lentement la crème.

Conseil : il est également possible d'obtenir une belle mousse en faisant mousser la crème froide avec la buse à vapeur de la machine à expresso.

Dressage des assiettes

Verser la crème de brocoli dans des bols à soupe, déposer une cuillère à soupe de mousse de fromage de chèvre par-dessus et décorer avec le papier de groseilles.

Carré d'agneau avec haricots et purée de carottes

Pour 4 personnes

Food pairing :
Agneau
Airelles
Carottes



Carré d'agneau avec croûte d'herbes et de gruyère

700 g de carré d'agneau
20 g de gruyère (râpé)
80 g de panko
60 g de beurre
5 g de mélange d'herbes (finement hachées)

Si le carré d'agneau n'a pas déjà été préparé par le boucher, enlever la couche de graisse, la pellicule argentée et tous les tendons. Cuire le carré soit sous vide à 56 °C au bain-marie pendant 1 heure et demie, soit au four à 170 °C jusqu'à atteindre une température à cœur de 56 °C. Faire entre-temps fondre le beurre, puis y mélanger le panko, le gruyère et les herbes. Étaler la pâte sur une surface de la taille du carré d'agneau sur une plaque de four et laisser refroidir. Renverser la plaque de pâte aux herbes sur le carré d'agneau à la fin de sa cuisson, presser et faire gratiner sous le gril du four à température maximale jusqu'à obtenir une couleur dorée.

Haricots en sauce aux airelles

200 g de haricots princesse
200 g de haricots beurre
25 g de jus de rôti
240 ml d'eau
40 g de concentré ou de jus d'airelle
20 g de crème balsamique
1 branche de romarin

Faire blanchir les haricots pendant env. 15 minutes dans de l'eau salée. Mélanger le jus de rôti à l'eau chaude, aromatiser avec le concentré ou jus d'airelles, la crème balsamique et une branche de romarin, puis amener à ébullition.

Purée de carottes à l'estragon

40 g de carottes
Un peu d'estragon
¼ de pomme de terre
Sel et poivre

Peler les carottes et le morceau de pomme de terre, les émincer grossièrement et les cuire à point. Réduire le tout en fine purée, saler et poivrer, assaisonner avec l'estragon.

Dressage des assiettes

Disposer les haricots côte à côte en alternant les couleurs. Déposer le carré dessus. Prélever une cuillerée de purée, la déposer sur l'assiette et, former un sillon avec une cuillère. Y verser la sauce et décorer éventuellement avec des airelles.

Tiramisu à la banane et au thé noir

Pour 4 personnes

Food pairing :
Banane
Thé noir
Café



80 g biscuits à la cuillère
110 g d'expresso
2 sachets de thé noir
25 g d'Amaretto
5 g de Grand Marnier
5 g de Cognac
2 jaunes d'œuf
1 blanc d'œuf
30 g de sucre
2 feuilles de gélatine (trempées dans de l'eau froide)
150 g de mascarpone
15 g de sucre
150 g de crème entière
150 g de bananes
100 g de sauce de fraise
1 ½ feuille de gélatine (trempée dans de l'eau froide)

Mélanger l'expresso, l'Amaretto, le Grand Marnier et le Cognac et y laisser les sachets de thé infuser pendant env. 10 minutes. Tapisser le fond d'un moule des biscuits à la cuillère et les mouiller du liquide préparé.

Monter les blancs d'œuf en neige avec 30 g de sucre et du sel et réserver au froid. Batre les jaunes d'œuf avec 15 g de sucre au-dessus d'un bain-marie. Égoutter les 2 feuilles de gélatine et les diluer dans le mélange jaunes d'œuf et sucre chaud. Batre le mélange au robot de cuisine ou dans un cul-de-poule jusqu'à son refroidissement. Une fois le mélange

froid, incorporer le mascarpone, puis le blanc d'œuf battu avec précaution. Batre la crème entière à 90 %, réduire les bananes en purée, puis les incorporer également avec précaution dans la crème.

Répartir la crème sur les biscuits à cuillère et la lisser. Faire légèrement chauffer la sauce de fraise, y diluer la 1 ½ feuille de gélatine et répartir ce mélange sur le tiramisu. Mettre le tiramisu au moins 2 heures à réfrigérer, puis découper en portions et disposer sur des assiettes.

Conseil pour le dressage des assiettes

Avant de dresser les assiettes, battre un peu de blanc d'œuf en neige et enduire le dessous d'une petite poêle de neige. Appliquer la poêle sur l'assiette et la retirer rapidement pour former de petites « montagnes ». Flamber la neige au chalumeau et disposer le tiramisu sur la meringue.

Médailles d'or et d'argent
pour le prix « Produit de l'année »

Double victoire pour Bell Allemagne

Deux nouveautés de Bell Allemagne peuvent d'emblée arborer le titre de « Produit de l'année ». Les steaks Gourmet naturel et le Serrano Reserva d'Abraham. Ils ont gagné le prix de renom dans la branche du magazine spécialisé « Lebensmittel Praxis » dans la catégorie viande, charcuterie et volaille.

Bell Allemagne est cette année montée deux fois sur le podium à l'occasion de la remise du célèbre prix des consommateurs « Produit de l'année » : l'entreprise a reçu une médaille d'or pour les quatre variantes de steak de la marque Gourmet naturel, et le jambon Serrano Reserva d'Abraham a remporté la médaille d'argent.

« Nous nous réjouissons grandement des deux médailles », déclare Stephan Holst, Directeur du secteur Marketing et communication chez Bell Allemagne. « Ce n'est certes pas la première fois qu'un produit de Bell Allemagne est élu « produit de l'année ». Mais ce double prix en cette année est pour nous quelque chose de très particulier. »

La popularité des deux produits gagnants n'est pas un hasard. En raison de leurs qualités, ils satisfont en effet pleinement à la tendance actuelle. Ainsi, les steaks Gourmet naturel ne convainquent pas seulement de par la tendre viande de bouvillons d'origine France. Leur

emballage en FlatSkin® est en plus particulièrement durable pour ce qui est de l'aspect des déchets, grâce à l'utilisation réduite de plastique et une séparation facile du film et du carton. Le jambon Serrano Reserva d'Abraham, quant à lui, ne s'adresse pas seulement aux adeptes des spécialités méditerranéennes, mais également à tous les clients soucieux de la qualité et privilégiant les produits portant une appellation d'origine protégée.

La rédaction du magazine allemand « Lebensmittel Praxis » appelle depuis plus de 20 ans les consommateurs à récompenser les meilleures innovations du commerce alimentaire de détail. L'enquête en ligne est réalisée par l'institut d'étude de marché indépendant Innofact de Düsseldorf. Les participants – au moins 400 testeurs par catégorie – évaluent pour cette enquête des produits de 42 groupes de marchandises en tout.

Pour Bell, cette abondance de médailles ne signifie pas seulement gloire et honneurs. Un reportage détaillé dans le magazine « Lebensmittel Praxis », ainsi que davantage de possibilités de faire valoir les récompenses dans la communication, augmentent l'attention portée aux produits primés et stimulent davantage l'achat chez les clients. • mr



En raison de leurs qualités, les produits gagnants satisfont pleinement à la tendance actuelle.

