

LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

04 2020



**Soffermarsi
e assaporare**

BELL
FOOD
GROUP





Contenuti

Dall'azienda

- 4 E adesso tutti assieme!**
Con «TopX» il Bell Food Group punta all'eccellenza
- 8 Il primo nel suo genere**
Hilcona presenta il primo polpettone vegano da riscaldare
- 9 Il netto vincitore**
Il Green Mountain Burger viene eletto vincitore del test della rivista «Kassensturz»

In sintesi

- 10 Burger Challenge 2020**
Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

Lavorare presso il Bell Food Group

- 12 Avanti di una lunghezza nel reclutamento**
Hilcona e Bell ai primi posti nell'indagine «Best Recruiters»

Sostenibilità e innovazione

- 14 Uniti per la soia sostenibile**
Rete svizzera per la soia festeggia il decimo anniversario

Nella sede di...

- 16 Un gioiello nella regione dell'Alvernia**
Il DNA del Bell Food Group in Francia

Storia di copertina

- 18 Soffermarsi e assaporare**
La gioia del sano piacere

Le persone fanno la differenza

- 21 Mmmh, gustoso**
I dipendenti del Bell Food Group sul tema del «gusto»

Anniversari

- 22 Anniversari**
LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra dicembre 2020 e febbraio 2021

Concorso

- 25 Vinci una serata gourmet**
Enigma

Il nostro mondo del piacere

- 26 Un fine anno creativo**
Suggerimenti del Bell Food Group per festività all'insegna del gusto

- 28 Una goduria festiva per tutti i sensi**
Il menu natalizio food pairing

Ecco come funziona la qualità

- 32 Doppia vittoria per Bell Germania**
Medaglia d'oro e d'argento alla premiazione «Prodotto dell'anno»

Quando si tratta di gusto non scendiamo a compromessi

Gentili collaboratrici e collaboratori,

Il coronavirus ha segnato l'anno in corso e continua a condizionare la nostra quotidianità. Da un giorno all'altro abbiamo dovuto stravolgere la nostra vita e adottare misure per proteggere noi stessi, la nostra famiglia, gli amici e i colleghi di lavoro. In una pandemia globale come quella che stiamo vivendo, siamo tutti chiamati in causa. Durante questa crisi noi come azienda abbiamo fatto molto per proteggere i nostri dipendenti e nel contempo adempiere alla nostra missione di fornitore di base. Nel complesso, finora il Bell Food Group ha superato bene questi tempi difficili – tutto grazie a voi, stimati collaboratori. A voi va la nostra gratitudine e una grande riconoscenza per l'impegno, il sostegno e la solidarietà che avete mostrato.

Il periodo natalizio è ormai alle porte, momento in cui siamo più inclini a fare spazio alle riflessioni e ci piace

ripercorrere le esperienze fatte. Anche quest'anno la famiglia e il buon cibo devono essere al centro delle festività, nonostante o forse proprio a causa del coronavirus. Non faremo passare inosservato questo prezioso periodo e non vedo l'ora di trascorrere le feste con i familiari più stretti.



Il Bell Food Group è tra l'altro sinonimo di gusto e sostenibilità, valori che siamo riusciti ad esprimere anche in tempi di pandemia e che desideriamo celebrare anche nelle prossime festività natalizie. Con cibi freschi e di alta qualità vogliamo rendere migliore il menù delle feste e creare momenti di piacere.

Che il gusto sia una delle nostre prerogative essenziali lo abbiamo dimostrato anche lo scorso anno: per citare solo alcuni dei tanti esempi, le «Bistecche Gourmet naturel» e il prosciutto «Serrano Reserva» di Bell Germania, ma anche il «Green Mountain Burger» e la «Pasta Tradizionale» di Hilcona si sono aggiudicati diversi premi – si tratta di riconoscimenti che testimoniano efficacemente la qualità e la forza innovativa del Bell Food Group.

Sono buoni presupposti per questa «nuova normalità» in cui ci muoviamo. Noi come Gruppo ci siamo preparati adeguatamente, resteremo fedeli ai nostri valori e continueremo a coltivarli. Sono fermamente convinto che insieme ce la faremo.

Auguro a voi, collaboratrici e collaboratori carissimi, di trascorrere le prossime festività all'insegna della gioia e del gusto. Non vedo l'ora di affrontare con voi il nuovo anno e auguro a voi e alle vostre famiglie il meglio per il 2021, ma soprattutto tanta salute.

Lorenz Wyss
Presidente della Direzione del Gruppo

Con «TopX» il Bell Food Group punta all'eccellenza

E adesso tutti assieme!

Insieme, in modo mirato e costante: con il programma «TopX» il Bell Food Group crea le basi per un comune percorso verso i vertici più alti. L'accento è posto sulla volontà di migliorarsi continuamente e, per raggiungere questo obiettivo, è importante il contributo di ciascuno. A settembre il programma è stato introdotto nelle prime sedi e ora viene esteso gradualmente a tutti gli stabilimenti di produzione.

«Abbiamo bisogno di tutto il team, di tutti i giocatori, se vogliamo vincere», come ha affermato una volta l'allenatore di calcio spagnolo Pep Guardiola. Insieme e unendo le forze diventa più facile raggiungere gli obiettivi. Questo vale anche per il Bell Food Group.

In primo luogo vengono identificati i potenziali di miglioramento.

Con «TopX» è stata posta una pietra miliare per il comune percorso verso

i più alti vertici, introducendo un programma atto a migliorare i processi in modo uniforme ed efficiente in tutto il Gruppo. «Top» sta per l'ambizione di raggiungere la vetta e «X» per la ricerca dell'eccellenza.

«Negli ultimi anni siamo cresciuti notevolmente e da un'azienda svizzera di lavorazione delle carni ci siamo trasformati in uno dei principali produttori di pietanze a base di carne e prodotti convenience in Europa», spiega Philipp Allemann, responsabile della produzione e degli acquisti di Bell Svizzera. «Ogni impresa ha portato la propria identità, il proprio modo di lavorare e la propria storia all'interno del Bell Food Group. Ora è giunto il momento di creare processi unitari in grado di prepararci per il futuro nel migliore dei modi».

All'avvio del programma di ottimizzazione dei processi, in ogni sito viene individuato anzitutto il potenziale di miglioramento. Questo può riguardare, ad esempio, l'uso efficace delle materie prime al fine di evitare i tempi di fermo macchina o accelerare i tempi di lavorazione dei prodotti. Naturalmente «TopX» si riallaccia ai successi riportati dai programmi di ottimizzazione esistenti nelle divisioni.



«Abbiamo già avuto modo di festeggiare numerosi successi con i precedenti programmi di ottimizzazione. Ora passiamo al capitolo successivo: grazie alla decisione di sostituire i diversi programmi di ottimizzazione, la direzione

del gruppo ha creato le basi per introdurre, con il «TopX», un programma unitario per l'intero Bell Food Group. Nel giugno 2020 è iniziata la fase preparatoria. Sono convinto che in questo modo potremo muovere un ulteriore passo nel nostro percorso comune verso la vetta e faccio a tutte le figure coinvolte un grosso in bocca al lupo per l'attuazione del programma».

Lorenz Wyss, Presidente della Direzione del Gruppo

Il segno dell'infinito sta per il meccanismo «TopX» e quindi anche per il processo che ogni sede produttiva mette in atto nell'ambito di «TopX».



In primo piano vengono posti la stabilizzazione e il miglioramento continuo, come pure l'interazione fra strutture, processi e contributo di ciascuno.

Si punta sempre in primo luogo a cinque elementi strategici: essere i migliori del settore nel core business, nella potenzialità di fornitura, nella redditività, nello sviluppo del personale, nonché in merito a infrastrutture e automazione. Dall'analisi di tali fattori è possibile determinare gli ambiti di intervento e fissare obiettivi per il futuro. Questi ultimi possono essere molto diversi da un sito all'altro – a seconda di dove si presentano le opportunità e le necessità di ottimizzazione.

Nella prima fase si punta alla stabilizzazione dei processi.

Tutti i soggetti coinvolti beneficiano dei cambiamenti derivanti da questo processo. Poiché se i processi all'interno degli stabilimenti si stabilizzano, anche la quotidianità lavorativa diviene più serena e si riduce lo stress dei collaboratori.

«Mettiamo così in movimento un processo di ottimizzazione permanente destinato a coinvolgere tutti coloro che sono occupati nella produzione», dichiara Alexander Duss, responsabile del programma «TopX». «Ognuno è invitato a contribuire con le proprie idee e a supportarci nello sviluppo di una cultura, all'interno dell'intero Bell Food Group, in cui tutti perseguono il miglioramento continuo».

Il sistema è strutturato in modo che al primo posto vi sia sempre la stabilizzazione dei processi. Di conseguenza aumenta l'affidabilità e si riducono le fluttuazioni. I responsabili controllano ad esempio i cicli processuali e analizzano gli intervalli di manutenzione delle macchine. Solo su tale base unitaria e confrontabile è quindi possibile conseguire miglioramenti costanti.

È altresì importante che le ottimizzazioni possano essere misurate. A tal fine le parti interessate verificano, fra l'altro, i sistemi di misurazione del rendimento e la comunicazione



«Secondo le mie aspettative, «TopX» ci permetterà di elaborare e vivere una «filosofia lean» del Bell Food Group sistematica, sostenibile e unitaria. In linea di massima vedo potenziali di miglioramento in ogni singolo processo e settore. Grazie a uno shop floor management pensato su misura per lo stabilimento, rivolgiamo l'attenzione su «ciò che accade alla base» facendo sì che tutti i collaboratori Hügli possano apportare il proprio contributo al miglioramento continuo. A tale scopo, tra l'altro, definiremo anche un meccanismo uniforme per avanzare proposte di miglioramento».

Patrik Keller, coordinatore «TopX» presso la divisione Hügli



«Non vediamo l'ora di perfezionare con grande forza la nostra collaudata filosofia di successo LEAN@Hilcona grazie a «TopX» e di portarla quindi al livello successivo. A tal fine, noi del core team «TopX» definiamo i fondamenti e mettiamo in atto il frutto delle esperienze attinte da tutte le divisioni nelle singole aree tematiche. Un approccio molto efficiente in quanto riunisce il know-how dell'intero Bell Food Group. Come è noto, una filosofia vive sempre delle persone che la plasmano. Per noi è importante che ogni singolo collaboratore si ritrovi in essa e possa così sfruttare il potenziale della nostra filosofia LEAN».

Andreas Benz, coordinatore «TopX» presso la divisione Hilcona

Tre domande a Sebastian Klose, responsabile di stabilimento presso Hügli a Radolfzell



abili di produzione – a una giornata di workshop. Poiché al momento i regolari eventi informativi possono essere tenuti solo in misura limitata, per recapitare le ulteriori comunicazioni ricorriamo ad annunci e pubblichiamo contributi sulla nostra Intranet.

Come vi siete preparati per «TopX» a Radolfzell? Ci ha fatto molto piacere essere una delle imprese pilota. Avevamo appena terminato un programma di ottimizzazione e quindi avevamo già creato la base ideale che ora possiamo perfezionare con «TopX».

Come informate i collaboratori sul nuovo programma di ottimizzazione dei processi? Per il calcio d'inizio di ottobre, abbiamo invitato tutte le figure coinvolte – dai manager ai responsa-

Cosa si aspetta da «TopX» per la sua impresa? Dal momento che non facciamo parte del Bell Food Group da così tanto tempo, spero che il programma ci aiuti a integrarci ancora meglio nel gruppo e ad imparare di più l'uno dall'altro. Vedo un potenziale di miglioramento a Radolfzell, tra l'altro, nella disponibilità dei nostri impianti e nello sviluppo del personale, ad esempio in merito al supporto dei capi turno nella produzione.

«Mi auguro che «TopX» ci aiuti a integrarci ancora meglio nel gruppo».



«Dall'esperienza che abbiamo maturato finora, sappiamo che se uniamo le nostre forze e lavoriamo per raggiungere gli stessi obiettivi, faremo un enorme passo avanti. Una comunicazione chiara e trasparente con i nostri collaboratori ci aiuterà a farci accompagnare da ognuno di loro in questo viaggio. Il programma invoglia anche me in prima persona ad essere aperto al cambiamento e a partecipare consapevolmente a questo processo».

Marc Spanuth, coordinatore «TopX» presso la Divisione Bell Deutschland

uniformi», spiega Alexander Duss. Così, a breve i metodi di ottimizzazione emersi potranno essere più facilmente condivisi fra i siti. Questo vale, tra l'altro, anche per settori come la digitalizzazione o lo sviluppo di leadership.

«È vero che all'interno dei nostri stabilimenti produciamo a volte prodotti molto diversi fra loro. Tuttavia, i processi produttivi come pure le sfide ricorrenti sono spesso simili», afferma Volker Baltes, responsabile della

interna. Se entrambi gli aspetti sono ben strutturati, piccole fluttuazioni e problemi nei processi possono essere meglio identificati e risolti direttamente nell'ambito dell'attività quotidiana.

Per problemi più complessi, in futuro ci saranno anche i cosiddetti «progetti interdisciplinari», in cui i dipendenti di diversi reparti elaboreranno le soluzioni adeguate.

«Uno dei principali vantaggi di un sistema unitario è che in futuro tutti i dipendenti del Bell Food Group parleranno una lingua comune e avranno processi decisionali e sistemi di misurazione del rendimento

«Ora possiamo procedere ancor meglio a un reciproco scambio delle esperienze».

divisione Convenience del Bell Food Group. «Pensando e lavorando allo stesso modo, ora possiamo scambiarsi le idee più facilmente e trasferire le esperienze da un sito all'altro».

Per l'introduzione del programma di ottimizzazione, il Bell Food Group nominerà un coordinatore di eccellenza per ogni divisione che affiancherà il dirigente di grado superiore Alexander Duss. Inoltre, in ogni stabilimento di produzione saranno presenti esperti di eccellenza in grado di accompagnare l'implementazione del nuovo sistema in loco.



«La gioiosa attesa dell'implementazione di «TopX» è letteralmente palpabile in tutte le persone coinvolte. Personalmente, spero che con il coinvolgimento diretto di tutti i collaboratori potremo trovare con maggiore facilità i punti de-

boli e attuare i miglioramenti in modo più continuativo. Stiamo iniziando con lo stabilimento di Basilea dedicato alla charcuterie. I nostri colleghi della sede Bell di Oensingen, che sono stati i primi a introdurre «TopX» nella fase pilota, ci hanno ospitati per il nostro workshop preparatorio».

Robert Flack, responsabile della produzione Charcuterie presso Bell Svizzera

È previsto anche un supporto esterno: con la società di servizi ROI-Efeso, guidata da Sebastian Diers, il Bell Food Group ha al proprio fianco un partner esperto.

In ottobre, le prime cinque sedi sono partite con «TopX» – almeno un'impresa pilota per ciascuna divisione. Entro la fine del 2021, tutti i siti con più di 50 dipendenti dovranno avere avviato la prima fase. Il calendario degli stabilimenti più piccoli sarà elaborato a breve.

In questo modo le sedi produttive del Bell Food Group in tutta Europa si dirigeranno insieme verso la vetta. Con la volontà di un miglioramento costante e il coraggio di avviare il cambiamento. • *mr*



Hilcona presenta il primo polpettone vegano da riscaldare

Il primo nel suo genere

Da fine settembre 2020 è sul mercato l'ultima innovazione della start-up The Green Mountain di Hilcona: il primo polpettone 100% vegetale riscaldabile. A base di olio di colza e proteine di piselli, dopo il Green Mountain Burger è la seconda novità vegana della start-up ad essere sviluppata e anche prodotta in Svizzera.



Il polpettone vegano è la seconda innovazione della start-up The Green Mountain.

Ha l'aspetto e anche il sapore di un polpettone di carne, ma di carne non ne contiene neanche un grammo. Con la nuova alternativa al polpettone di carne, The Green Mountain presenta un'altra innovazione a base vegetale. Già l'anno scorso la start-up di Hilcona aveva lanciato il Green Mountain Burger senza carne – il primo hamburger vegano sviluppato e prodotto in Svizzera.

Meno calorie, tanto gusto

L'alternativa al polpettone di carne viene prodotta con ingredienti di alta qualità: l'olio di colza assicura una consistenza succosa e le proteine di piselli hanno un naturale effetto «aggregante». Con le sue 139 kcal per 100 grammi, è meno calorico del polpettone tradizionale. E questo, senza nulla togliere al gusto. Ideale come spuntino da consumare mentre si è in viaggio, per creare nuovi menu vegani nel settore della ristorazione o per rilassanti sessioni di cucina a casa, questo polpettone alternativo può essere gustato freddo o caldo.

Sviluppo e innovazione svizzeri

«Per mettere a punto questa premiare, abbiamo posto grande enfasi sull'attenta selezione di ingredienti

con percorsi di trasporto ridotti al minimo», spiega Werner Ott, responsabile della start-up The Green Mountain. «Decisivi per questa originale ricetta sono stati il nostro team esperto, che ha potuto contare sulla tecnologa alimentare Julia Sackers, e i giovani chef innovativi. Con tanta passione per i prodotti vegetali, un anno fa avevano già sviluppato il gettonato Green Mountain Burger».

Alimentazione a base di prodotti vegetali

Questa novità non è solo una deliziosa alternativa vegana per chi sceglie un'alimentazione regolare priva di carne senza voler tuttavia rinunciare al suo gusto, ma convince anche per gli ingredienti: il polpettone a base vegetale è infatti senza glutine, contiene la preziosa vitamina B12 ed è povero di acidi grassi saturi.

Una innovazione dopo l'altra

«Il trend vegetariano percepibile nella società odierna ci ha spinto a sviluppare ulteriori prodotti», spiega Werner Ott. Oltre all'alternativa vegana al polpettone di carne, sono ora disponibili anche i «ghackets» vegetali di The Green Mountain. «Con la nostra offerta restiamo fedeli all'impegno di procurarci il maggior numero possibile di ingredienti dalla Svizzera o dai Paesi limitrofi». • sh



Il Green Mountain Burger viene eletto vincitore del test della rivista «Kassensturz»

Il netto vincitore

Il Green Mountain Burger si è lasciato la concorrenza alle spalle: l'hamburger a base vegetale è risultato vincitore del test condotto dalla rivista svizzera dei consumatori.

La buona qualità prevale. Lo dimostra il Green Mountain Burger vegano della start-up di Hilcona The Green Mountain.

L'hamburger ha nettamente tenuto testa ai concorrenti internazionali nel test comparativo condotto dalla rivista svizzera per i consumatori «Kassensturz» ed è stato dichiarato vincitore. Non ha convinto solo per il gusto e la consistenza, ma anche per la sua somiglianza con la carne, a cui sono stati assegnati 5,3 punti sui 6 attribuibili.

Hilcona punta sulle innovazioni plant-based

Il Green Mountain Burger non è l'unico asso nella manica. Per soddisfare la crescente domanda di prodotti a base vegetale, negli ultimi anni Hilcona ha ampliato il proprio assortimento introducendo oltre 100 prodotti diversi: dal tofu di soia biologica svizzera al falafel, alla cotoletta di verdure e all'hummus, fino alle alternative alla carne quali hamburger, tartare e carne macinata. • sh



Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

BURGER CHALLENGE 2020

Il 5 settembre si è svolto il più grande spettacolo digitale di barbecue che la Svizzera abbia mai visto: la Burger Challenge 2020, la Home Edition del Bell BBQ Masters di quest'anno – ed è stato un grandissimo successo! ^{sh}

L'idea

Come tanti eventi di quest'anno, anche il Bell BBQ Single Masters non ha potuto svolgersi nella sua forma abituale. Con la Burger Challenge 2020 è stato tuttavia trovato un degno sostituto.

La qualificazione

I partecipanti hanno presentato la loro più bella creazione di hamburger online sul sito www.burgerchallenge2020.ch. Alla fine a inviare le proprie foto è stato un totale di 740 griglieri – un numero notevole. 40 sono arrivati in finale – grazie ai like, al verdetto della giuria della Swiss Barbecue Association e alle wild card delle stazioni radio partner che hanno tenuto le loro Burger Challenge. Infine il 5 settembre si è svolta la finale – ed è stata la prima gara di barbecue in Svizzera ad essere trasmessa in diretta streaming. Nell'arco delle oltre sei ore ha ottenuto circa 25 000 spettatori.

La finale

All'ultimo round della finale sono quindi giunti otto griglieri. E l'ultimo compito non era dei più semplici: un hamburger «Surf'n'Turf», la leggendaria combinazione fra manzo e aragosta.

Il vincitore

Linard Lüchinger è riuscito meglio di tutti gli altri a venire a capo di questa complessa missione: con mano ferma ha creato un hamburger che non solo aveva un aspetto mozzafiato, ma anche un sapore così buono da permettere all'esperto cuoco di salire poi sul podio come grande vincitore e ricevere l'assegno di 5000 CHF.

Nel corso delle oltre sei ore di programma, circa 25 000 spettatori hanno seguito la diretta streaming della giornata finale.

Surf'n'Turf:
l'hamburger
vincitore di
Linard Lüchinger

#burgerchallenge2020
#bellburgerchallenge



Hilcona e Bell ai primi posti nell'indagine «Best Recruiters»

AVANTI DI UNA LUNGHEZZA NEL RECLUTAMENTO

Nella ricerca di nuovi collaboratori, Hilcona e Bell fanno meglio dei concorrenti. Questo è il risultato dell'ultima indagine «Best Recruiters» in cui hanno ottenuto il primo e il secondo posto nei rispettivi comparti. Lo studio, i cui risultati si basano su criteri scientifici, è il più grande di questo genere nei territori di lingua tedesca.

Quest'anno, invece dei consueti festeggiamenti in onore dei primi classificati dell'indagine «Best Recruiters», si è tenuta solo una cerimonia di premiazione online. Tuttavia, il formato digitale non ha potuto offuscare la soddisfazione dei responsabili delle risorse umane di Hilcona e Bell sulla propria buona prestazione.

«Siamo ovviamente molto fieri del premio, e il ripetuto primo posto ottenuto nella classifica del comparto dimostra che stiamo agendo nel

modo giusto nel processo di reclutamento», dichiara Birgit Schmidinger, responsabile Human Resources di Hilcona, mentre Johannes Meister, responsabile HR del Bell Food Group, aggiunge: «Il fatto che siamo saliti al secondo posto nel confronto settoriale, reduci dell'ottavo posto dell'anno scorso, è notevole e dimostra che abbiamo messo in pratica molto bene le proposte di miglioramento dell'ultima indagine».

Anche nella classifica generale i due datori di lavoro hanno ottenuto risultati ragguardevoli: Hilcona, tra le 408 aziende testate in Svizzera e nel Liechtenstein, si è classificata al 22° posto, mentre Bell al 38°. Bell ha così spiccato un grande salto in avanti: lo scorso anno l'azienda aveva dovuto accontentarsi del 176° posto nella classifica complessiva.

Per la valutazione, l'istituto di ricerca considera i tre pilastri «Presenza reclutamento online», «Annunci di lavoro online» e «Eco fra i candidati ai posti di lavoro». Il suo catalogo di



Birgit Schmidinger, responsabile Human Resources presso Hilcona

Johannes Meister, responsabile HR presso Bell Svizzera



criteri, che quest'anno comprendeva oltre 240 singoli aspetti, nasce in stretta collaborazione con il comitato consultivo scientifico e viene adattato ogni anno alle esigenze del momento. Per il test della «Eco fra i candidati ai posti di lavoro», che rappresenta il cuore dell'indagine, i responsabili dello studio hanno addirittura indossato i panni di «mystery jobber» e hanno inviato lettere di candidatura fittizie alle aziende. Vengono poi analizzati sia il tempo di attesa per la risposta che il contenuto della stessa.

Nell'ambito dello studio, i candidati «veri» hanno inoltre la possibilità di descrivere in un questionario le proprie esperienze personali vissute con un'azienda. I risultati sono messi a disposizione delle aziende, ma non confluiscono nel punteggio a causa della loro soggettività.

«Mystery jobber» analizzano le risposte delle aziende.

«Siamo riusciti a migliorarci notevolmente in tutti e tre i settori considerati», riferisce Johannes Meister. «Nel terzo pilastro, siamo addirittura saliti dalla settima alla prima posizione. A questo risultato hanno indubbiamente contribuito i miglioramenti, ad esempio nei tempi di risposta, che abbiamo introdotto dopo l'ultima indagine».

Da dieci anni ormai, ogni anno «Best Recruiters» esamina minuziosamente le proce-

sure di assunzione dei più importanti datori di lavoro nei territori di lingua tedesca. Da questa analisi l'istituto ricava utili consigli e strategie di ottimizzazione e aiuta così le aziende esaminate ad organizzarsi ancora meglio in materia di reclutamento e ad offrire ai candidati una migliore «Candidate Journey».

Per Bell una cosa è chiara fin d'ora: l'anno prossimo desidera ottenere almeno lo stesso risultato nell'indagine «Best Recruiters». E neanche Hilcona riposerà sugli allori. Birgit Schmidinger sa che «c'è sempre qualcosa che si può far meglio». «Sul fronte dei social media abbiamo ad esempio ancora dei margini di miglioramento. Valuteremo con attenzione se le attività in questo settore, ai candidati e a noi in qualità di datori di lavoro, offrono effettivamente un valore aggiunto.» • mr

Anche nella classifica generale i due datori di lavoro hanno ottenuto risultati notevoli.



Rete svizzera per la soia festeggia il decimo anniversario

Uniti per la soia sostenibile

Da dieci anni l'associazione Rete svizzera per la soia si impegna a favore della coltivazione responsabile della soia da foraggio. La definizione di standard di sostenibilità ha segnato una svolta nel settore della soia. Fra gli attuali 29 membri dell'associazione, anche Bell Svizzera si adopera per l'approvvigionamento sostenibile di questo ricercato legume.

La Rete porta l'importazione di soia a un livello più sostenibile.

L'indagine conferma che gli standard di sostenibilità supportati dalla Rete svizzera per la soia hanno un effetto positivo. Le importazioni svizzere di soia dalla regione brasiliana del Cerrado provengono, ad esempio, da aree esenti da deforestazione e non sono state riscontrate condizioni di lavoro problematiche o conflitti con le comunità locali.

Un altro successo dell'associazione è dato dal fatto che negli ultimi anni l'approvvigionamento di soia si è progressivamente concentrato su zone produttive europee. Circa la metà della quantità necessaria per la Sviz-

Per l'alimentazione animale - così come per quella umana - le proteine sono indispensabili. E la soia è un'eccellente fonte proteica nel mangime per animali. La pianta offre grandi rese su superfici relativamente piccole, è molto ben tollerata e atta ad essere utilizzata per gli animali da allevamento.

L'incremento del consumo mondiale di carne, uova e prodotti lattiero-caseari comporta una crescita costante della domanda di soia, con conseguenti impatti negativi sull'ambiente nelle grandi regioni produttrici, ad esempio in Brasile e Argentina.

La Rete svizzera per la soia si è costituita dieci anni fa per portare a un livello più sostenibile l'importazione di soia da foraggio e migliorare così le condizioni di coltivazione nei Paesi di origine.

Tra i requisiti dell'associazione vi sono anche l'assenza di OGM nella soia, la rinuncia al disboscamento di aree forestali primarie e di habitat ricchi di specie per la realizzazione dei campi nonché la riduzione dell'impiego di prodotti fitosanitari potenzialmente dannosi per la salute. Il suo obiettivo di far provenire almeno il 90 per cento della soia totale importata per la Svizzera da coltivazioni responsabili è già stato superato.

Per le miscele di mangimi impiegate nella produzione integrata di pollame, anche Bell Svizzera ha un fabbisogno diretto di soia di alta qualità coltivata in modo sostenibile.

«Tramite Coop, membro fondatore dell'associazione, nonché una delle forze trainanti nell'impegno per l'acquisto responsabile di soia da foraggio, già da anni siamo coinvolti nel lavoro della Rete svizzera per la soia», riferisce Basil Mörikofer, Project Manager Sostenibilità di Bell Svizzera. «Tre anni fa abbiamo poi aderito direttamente e da allora possiamo partecipare in modo ancor più attivo».

Ciò che è già stato realizzato in Brasile nell'ultimo decennio con lo sforzo congiunto dei membri dell'intera catena del valore è dimostrato da uno studio attuale della Scuola universitaria di Scienze agrarie, forestali e alimentari (HAFL) che la Rete ha presentato a luglio in occasione del proprio anniversario.

L'indagine conferma che gli standard di sostenibilità supportati dalla Rete svizzera per la soia hanno un effetto positivo. Le importazioni svizzere di soia dalla regione brasiliana del Cerrado provengono, ad esempio, da aree esenti da deforestazione e non sono state riscontrate condizioni di lavoro problematiche o conflitti con le comunità locali.

Un altro successo dell'associazione è dato dal fatto che negli ultimi anni l'approvvigionamento di soia si è progressivamente concentrato su zone produttive europee. Circa la metà della quantità necessaria per la Sviz-



zera ora è quindi di origine europea e spesso proviene dalla regione del Danubio.

La soia europea rappresenta per Bell anche una materia prima importante nell'allevamento biologico e all'aperto di polli, i cui mangimi contengono esclusivamente soia del vecchio continente.

«Naturalmente noi di Bell Svizzera siamo soltanto un piccolo attore su scala globale e possiamo quindi dare solo un minimo contributo alla protezione delle aree di produzione in Sud America», afferma Basil Mörikofer. «Ma con gli standard di sostenibilità per i produttori brasiliani e una quota crescente di soia europea coltivata in modo responsabile, possiamo almeno allentare un po' la pressione sulle foreste pluviali».

Con una quota dello 0,1%, la Svizzera nel complesso è solo un piccolo acquirente sul mercato mondiale della soia. Tuttavia, con il suo impegno funge da esempio. Paesi come l'Olanda, la Germania o la Svezia hanno infatti già promosso iniziative e obiettivi simili a quelli della Svizzera. • mr

L'impegno della Svizzera è di esempio per altri Paesi.

Il DNA del Bell Food Group in Francia

Un gioiello nella regione dell'Alvernia

Le Saloir de Mirabel (stabilimento di stagionatura Mirabel) è stato il punto di partenza per l'espansione del Bell Food Group in Francia. Oggi, qui si produce il pregiato prosciutto crudo <Jambon d'Auvergne> IGP. E il team che dirige l'azienda ha come obiettivo futuro il raggiungimento dell'eccellente livello qualitativo dei prosciutti della penisola iberica e di quello di Parma.

«Qui abbiamo acquisito tutta la nostra esperienza e il nostro know-how.»

Ci troviamo ai piedi del Parco Naturale Regionale dei Vulcani d'Alvernia. Il ruscello Mirabel, che scorre vicino alla fabbrica e le ha dato il nome, nasce proprio lassù. «Un autentico gioiello immerso nella natura verde», così Julien Brionnet, Direttore tecnico di Bell France, descrive la fabbrica di stagionatura Saloir de Mirabel, che per lui è una seconda casa.

Ha iniziato lì nel 2000 come dipendente nel reparto che si occupa della produzione di salsicce essiccate. La fabbrica, situata nel comune di Riom, apparteneva dal 1974 a Salaison Polette, prima che il Bell Food Group rilevasse l'azienda nel 2008: «Si tratta quindi del sito produttivo storico e costituisce il DNA del Bell Food Group in Francia. Tutto ha avuto origine qui. Qui abbiamo acquisito tutta la nostra esperienza e il nostro know-how, dapprima nel settore delle salsicce essiccate e poi nel campo del prosciutto crudo d'Auvergne. All'inizio le salsicce venivano essiccate su aste di legno, la regolazione del flusso d'aria non era così moderna come oggi e il lavoro manuale era tanto. Naturalmente c'erano errori e problemi che dovevano essere risolti, ma per questo siamo riusciti a migliorarci continuamente».

Nel 2003 viene aperta una nuova fabbrica a Teilhède, località a circa dieci chilometri di distanza. E a Julien Brionnet è affidata la respon-

sabilità di avviare la produzione del <Jambon d'Auvergne>. «All'inizio non sapevamo come mettere in moto questa nuova macchina, ma ci hanno dato comunque totale fiducia e carta bianca». Poi viene assunto Rodolphe Zou, allora ventiduenne, che ricorda: «I cinque essiccatoi erano vuoti ed eravamo in tre. Abbiamo allestito le linee di produzione una ad una, adattandole in funzione del fabbisogno e inserendo macchinari secondo le necessità. Così l'azienda si è gradualmente evoluta».

Sulla strada dell'eccellenza

All'inizio Mirabel produceva solamente prosciutto crudo senza denominazione. Oggi qui si produce esclusivamente il <Jambon d'Auvergne> a marchio IGP, che soddisfa specifiche rigorosissime. «Lavoriamo giorno e notte», commenta Julien Brionnet. «Sviluppiamo un prodotto francese locale che, grazie alla rete distributiva del Bell Food Group, è commercializzato in Germania e anche in Asia. È un chiaro segno del riconoscimento, che ci spinge a migliorare ulteriormente. Vogliamo ottenere la massima qualità!».

Nello stabilimento di 3000 m² sotto la guida di Rodolphe Zou, responsabile della produzione dal 2015, lavorano attualmente dieci persone. Ogni settimana, 1600 prosciutti arrivano in fabbrica e vi rimangono per almeno 240 giorni. Durante questo tempo vengono sottoposti

a salagione (con l'aggiunta di aglio secco, che rappresenta la specificità del prosciutto crudo d'Auvergne IGP), riposo, lavaggio a vapore, asciugatura, sugnatura e infine affinamento.

Delle 450 tonnellate di prosciutto d'Auvergne IGP prodotta ogni anno dal Saloir de Mirabel, il 95% proviene da suini di quella regione: «Avremmo potuto acquistare in Europa», spiega Julien Brionnet, «ma abbiamo consapevolmente optato per l'approvvigionamento regionale, anche se la selezione dei nostri fornitori, nel rispetto degli standard di qualità del Bell Food Group, della tracciabilità, della trasparenza e della gestione del personale non è stata facile».

Questo binomio di successo ha appena concluso l'ottimizzazione energetica del sito produttivo con l'installazione di pompe di calore e il recupero dell'energia: «Non consumiamo più combustibili fossili e non produciamo più CO₂». Lavora anche alla produzione di un prosciutto crudo d'Auvergne IGP interamente senza conservanti e con una stagionatura più lunga per raggiungere la qualità del Prosciutto di Parma e di quello iberico. «A brevissimo utilizzeremo solo carne di qualità, sale, aglio e aria. Nient'altro!».

Nel 2017 lo sviluppo e la qualità dei prodotti del Saloir de Mirabel sono stati premiati con una medaglia al Concours Général Agricole di Parigi. Il coronamento di un'evoluzione positiva: «Ci consideriamo un po' la micro-azienda del Bell Food Group. L'unica cosa che potrebbe costringerci a lasciare il Saloir de Mirabel sarebbe la mancanza di spazio sufficiente per poter soddisfare la domanda dei clienti». • gm



«Ci consideriamo la micro-azienda del Bell Food Group.»

Bell France

Il Bell Food Group è entrato nel mercato francese nel 2008 con l'acquisizione di Salaison Polette, azienda fondata nel 1974 da Marius Polette. Oltre allo storico stabilimento produttivo di Mirabel, il figlio di Polette, Philippe, aveva costruito o acquistato altre cinque fabbriche in Alvernia, in Savoia e nella zona di Lione.



La gioia del sano piacere

Soffermarsi e assaporare

Godere delle proprie esperienze non è una cosa ovvia, ma richiede la volontà di soffermarsi e dare ascolto alle percezioni. In un mondo frenetico, dove l'inoperosità è spesso equiparata alla pigrizia, risulta più difficile che mai. Come fare allora per celebrare di nuovo degnamente il piacere?

Il piacere sano lascia un ricordo duraturo

Sul tema del piacere si interrogavano già gli studiosi nell'antichità. Gli esponenti della corrente filosofica dell'«edonismo», ad esempio, già nel 400 a.C. perseguivano l'obiettivo di cogliere la maggior gioia possibile nel loro percorso di vita, indulgere al piacere, concedersi svago e quindi ridurre il più possibile dolore e sofferenza. Il piacere consapevole era considerato altamente desiderabile.

Successivamente, con la diffusione del calvinismo intorno al 1533, il piacere venne tuttavia di nuovo discreditato. L'etica calvinistica del lavoro identificava nel lavoro e nella diligenza due virtù centrali, mentre considerava peccaminose tutte le forme di lusso, compreso il piacere. Secondo questa teoria chi si ferma e si diverte non lavora, ed è quindi improduttivo e pigro. Il potenziale che il piacere possiede come risorsa positiva per la nostra vita quoti-

«Nessun piacere è temporaneo, in quanto il ricordo che lascia è permanente», scriveva saggiamente Johann Wolfgang von Goethe in una delle sue opere. L'affermazione usata a quel tempo da Goethe per descrivere il piacere del buon cibo vale ancor oggi.

Un buon piatto resta impresso nella memoria, perché la nostra lingua non dimentica. Il gusto è la nostra seconda memoria.

Il piacere non si genera da solo

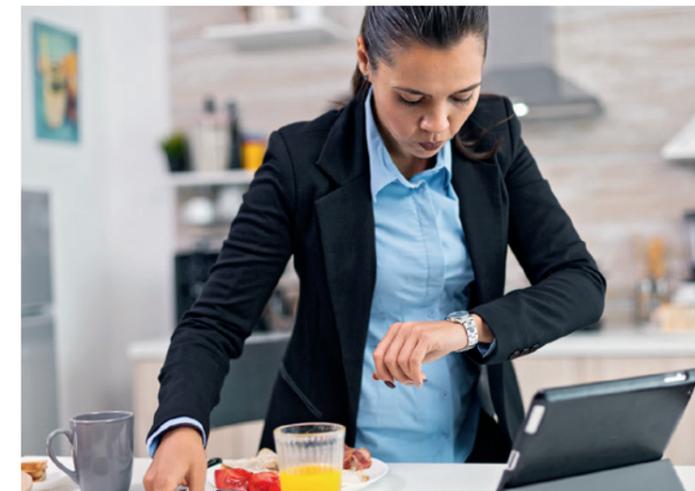
Godere delle cose sembra essere una reazione naturale dell'uomo. Quando vediamo o assaggiamo qualcosa che ci piace o semplicemente ci dà gioia, istintivamente proviamo piacere. Alcune ricerche condotte sul tema del piacere mostrano tuttavia un quadro diverso.

Secondo uno studio dell'istituto tedesco di ricerca di mercato e consulenza Rheingold, infatti, il 46% degli intervistati ha dichiarato di essere sempre meno in grado di godere delle cose a causa dello stress della quotidianità e della sensazione di dover essere costantemente reperibile. Uno studio dell'Istituto per la ricerca sul piacere di Norimberga del 2000 ha dimostrato che solo il 54% delle persone in Germania si considera davvero capace di provare piacere. Da dove deriva allora questa «apatia per il piacere»?

Il piacere come virtù o peccato?

Sul tema del piacere si interrogavano già gli studiosi nell'antichità. Gli esponenti della corrente filosofica dell'«edonismo», ad esempio, già nel 400 a.C. perseguivano l'obiettivo di cogliere la maggior gioia possibile nel loro percorso di vita, indulgere al piacere, concedersi svago e quindi ridurre il più possibile dolore e sofferenza. Il piacere consapevole era considerato altamente desiderabile.

Successivamente, con la diffusione del calvinismo intorno al 1533, il piacere venne tuttavia di nuovo discreditato. L'etica calvinistica del lavoro identificava nel lavoro e nella diligenza due virtù centrali, mentre considerava peccaminose tutte le forme di lusso, compreso il piacere. Secondo questa teoria chi si ferma e si diverte non lavora, ed è quindi improduttivo e pigro. Il potenziale che il piacere possiede come risorsa positiva per la nostra vita quoti-



In un mondo frenetico, momenti di piacere come il caffè mattutino diventano presto routine – mentre il soffermarsi e degustare passano in secondo piano.

diana gli veniva negato. Questo atteggiamento sembra essere sopravvissuto sino ad oggi.

Provare piacere è salutare

Ricercatori che si occupano del piacere, come lo psicologo tedesco Dr. Rainer Lutz, stanno cercando di contrastare questo fenomeno. Per lui il piacere è una componente essenziale della cura di sé, che contribuisce all'equilibrio emotivo. I momenti di piacere consapevole ci aiutano a proteggerci dallo stress quotidiano. Chi attribuisce poca o nessuna importanza al piacere, spreca quindi ogni giorno molti momenti di felicità e di gioia di vivere.

Oggi sono innumerevoli i risultati di ricerche al riguardo secondo i quali le esperienze piacevoli scatenano nel nostro organismo effetti calmanti e ansiolitici. I momenti di piacere riescono addirittura a influire positivamente sul sistema immunitario. Studi di scienziati americani lo hanno già dimostrato negli anni Novanta.

L'arte di godere va appresa

Per imparare nuovamente l'arte di godere delle cose, nel suo libro «Mut



Concedersi al piacere può essere anche facile: una colazione in compagnia può già regalare un piacevole inizio di giornata.

zum Genuss» (n.d.t. Il coraggio del piacere) la nutrizionista Marlies Gruber ha definito alcune regole. Innanzitutto, il vero piacere richiede tempo e deve essere privo di «sensi di colpa». Piccole isole di piacere nella routine quotidiana, volutamente create, offrono quella pace e tranquillità per potersi dedicare al piacere. Pertanto il piacere non è solo «di contorno», ma richiede un'attenzione assoluta. Anche qui vale tuttavia il famoso concetto di prediligere

Il piacere è un ingrediente essenziale della cura di sé.

l'essenziale. Il piacere è una questione di qualità, non di quantità. In un eccesso di offerta è difficile accogliere il piacere. Chi vede il piacere come una parte importante della vita di tutti i giorni e non cerca solo occasioni speciali per concederselo, riesce a rendere il piacere una «abitudine», una componente fissa della quotidianità. Per creare le basi necessarie sono però fondamentali la volontà e il tempo. Per il resto si tratta di competenze che si possono acquisire gradualmente.

Un piacevole ingrediente della qualità della vita

Il piacere non è quindi né qualcosa di straordinario, né un lusso raffinato che ci si può concedere solo di rado, ma piuttosto una parte desiderabile della vita quotidiana che ha effetti positivi sul proprio benessere e, soprattutto in tempi di stress, offre un semplice mezzo di compensazione.

In linea con l'omonima mission aziendale, il Bell Food Group contribuisce in modo importante a far sì che non venga trascurato proprio questo piacere quotidiano: prodotti standard di alta qualità garantiscono in modo affidabile il piacere in cucina. Specialità selezionate o nuove creazioni assicurano invece una grande varietà gastronomica. E grazie ai freschi cibi pronti il piacere è protagonista anche quando il tempo è poco, e può essere investito nella degustazione piuttosto che nella preparazione.

I momenti di piacere possono essere tanti quanto vari: brevi o prolungati, semplici o elaborati, quotidiani o speciali. Ma hanno tutti una cosa in comune: sono sempre un ingrediente della qualità della vita. E dopotutto, la vita è troppo breve per rinunciare al buon cibo. • sh

I dipendenti del Bell Food Group sul tema del «gusto»

Mmmmh, gustoso

Il piacere e l'arte culinaria sono fondamentali quando si tratta di produrre cibo di alta qualità e gustoso. Ma quale significato ha il gusto nella quotidianità lavorativa? LOOK! ha interpellato i collaboratori del Bell Food Group.

«Gusto e arte culinaria non sono solo slogan strategici, ma guidano anche il pensiero e le azioni dell'azienda e dei suoi collaboratori. È qualcosa da non dimenticare nel lavoro quotidiano. Dopo tutto il gusto è sinonimo di gioia di vivere, felicità e arricchimento. Ed è una componente fondamentale anche a livello di design del packaging. Presentare un prodotto in modo accattivante sotto il profilo culinario è un importante argomento di vendita».

Sarah Sutter
Brand Manager presso
Bell Svizzera, Basilea



«Sono originario della Borgogna, mi piace mangiare e bere, amo accattivare le persone con il gusto e per me è un onore lavorare per questa azienda. Mi sento nel mio ambiente e mi godo ogni singolo giorno. Mi impegno tutti i giorni a sviluppare nuovi aromi e combinazioni, per realizzare idee sia classiche che progressiste e abbinamenti non scontati sotto il profilo del gusto».

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



«30 anni fa non avrei pensato di poter lavorare oggi in un'azienda industriale». Ma anche in questo ambito sono la creatività e il piacere a rivestire un ruolo di punta. Mi piace constatare come i miei colleghi di lavoro si rechino al lavoro con il mio stesso entusiasmo e la mia stessa passione. Per me il massimo della soddisfazione è riuscire a mettere in pratica un'idea al meglio fino alla fine: il momento in cui la persona che ti sta di fronte assaggia il piatto, il suo sguardo vaga in lontananza – e all'improvviso appare questo sorriso. Il momento che aspettavo».

Michael Lock
Responsabile del team
Gastronomia Hilcona, Schaan



Anniversari

LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra dicembre 2020 e febbraio 2021

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Rosa Maria Alves Ribeiro Desousa, 1 dicembre, Bell Svizzera, Cheseaux
Didier Colmart, 1 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Luis Sandro Guevara Rioja, 1 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Patrick Hartung, 1 dicembre, Bell Svizzera, Oensingen
Gilles Zangger, 1 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Jean Francois Cazal, 14 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Philippe Hegy, 1 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Arnaldo Longa, 1 gennaio, Bell Svizzera, Oensingen
Jean-Marc Noll, 1 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Daniel Von Euw, 1 gennaio, Bell Svizzera, Zell
Dietmar Wölk, 1 gennaio, Bell Svizzera, Oensingen
Maria Varone, 7 gennaio, Bell Svizzera, Cheseaux
Rudolf Jäger, 8 gennaio, Bell Svizzera, Zell
Daljit Singh, 15 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Frank Bechler, 1 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Mehmet Güneysu, 1 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Stojanco Atanasov, 12 febbraio, Bell Svizzera, Oensingen
Sylviane Thomas, 12 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Mevlude Bilalli-Bajram, 18 febbraio, Bell Svizzera, Oensingen
Safet Ukshini, 26 febbraio, Bell Svizzera, Cheseaux

25 anni di servizio

Walter Bieri, 1 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Georges Pablo Césari, 1 dicembre, Bell Svizzera, Zell
Santhiramalar Gunaratnam, 1 dicembre, Bell Svizzera, Oensingen
Honoré Nussbaumer, 1 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
David Stadler, 4 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
David Makhlouf, 18 dicembre, Bell Svizzera, Basilea
Thomas Letzkus, 1 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Joseph Magro, 1 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Christophe Pribiset, 1 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Philippe Bader, 2 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Daniel Aubry, 15 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Bertrand Gasser, 1 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Maria Carolina Moreira Ferreira, 1 febbraio, Bell Svizzera, Cheseaux
Mirjana Atanasova, 25 febbraio, Bell Svizzera, Oensingen

30 anni di servizio

Jean-Pierre Schmit, 30 gennaio, Bell Svizzera, Basilea
Irma Ehret-Arnold, 1 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Christian Pfauwadel, 1 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Dominique Bonifas, 4 febbraio, Bell Svizzera, Basilea
Frédéric Eber, 11 febbraio, Bell Svizzera, Basilea

Pensionamenti

Renate Griner, 31 ottobre, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)
Peter Hochuli, 31 dicembre, Bell Svizzera, Oensingen

Pensionamenti anticipati

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

Decessi

Pedro Mendez, 26 agosto, Bell Svizzera, Basilea

Bell International

20 anni di servizio

Grigor Gheorghe, 19 gennaio, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Marie Jeanne Ainaudi, 5 Febbraio, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Sarah Chevat, 5 febbraio, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Brigitte Prost, 5 febbraio, Bell France, febbraio, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

30 anni di servizio

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

35 anni di servizio

Heinz-Dieter Lünemann, 1 dicembre, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht

Pensionamenti

Daniel Chalindard, 30 giugno, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*supplemento*)
Christian Chalindard, 30 giugno, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise (*supplemento*)
Christian Faure, 8 ottobre, Bell France, Virieu-le-Grand (*supplemento*)
Marie Jeanne Ainaudi, 31 dicembre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Andrejic Olivera, 31 dicembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Annie Tempion, 31 dicembre, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Eda Staneikiene, 31 gennaio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Decessi

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

Convenience

20 anni di servizio

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

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

25 anni di servizio

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

30 anni di servizio

Jimmy Baumann, 1 ottobre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Johann Vogt, 1 dicembre, Hilcona AG, Schaan
Edgar Müller, 3 dicembre, Hügli, Radolfzell
Joachim Jenke, 2 gennaio, Hügli, Radolfzell
Uwe Vieth, 7 gennaio, Hügli, Radolfzell
Waldemar Juretzka, 8 gennaio, Hügli, Radolfzell
Renate Ramberg, 25 gennaio, Hügli, Radolfzell
Livia Munari, 28 gennaio, Inter-Planing, Langenhaslach
Michaela Merk, 18 febbraio, Hügli, Radolfzell

35 anni di servizio

Brigitte Ullmann, 3 dicembre, Hügli, Radolfzell
Michael Pfister, 12 febbraio, Hilcona AG, Schaan

Pensionamenti

Georg Claassen, 31 ottobre, Hügli, Radolfzell (supplemento)
Gertrud Engler, 31 ottobre, Hilcona AG, Schaan (supplemento)
Karel Havlíček, 31 dicembre, Hügli Food s.r.o., Zásmuky
Evelyne Hug, 31 dicembre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach
Alain Tschanz, 31 dicembre, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Norbert Karasek, 1 gennaio, Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GmbH, Hard

Pensionamenti anticipati

Eva Unterberger, 31 ottobre, Hilcona AG, Schaan (supplemento)
Bernd Gächter, 31 dicembre, Hilcona AG, Schaan
Brigitta Benz, 31 gennaio, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Decessi

Roger Aeberli, 3 ottobre, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach



ENIGMA
Vinci una
serata gourmet

In tempi come questi, è giusto concedersi qualcosa di tanto in tanto. Una cena come si deve, ad esempio, per lasciarsi viziare da prelibatezze culinarie, gustare piatti raffinati e scoprire squisite combinazioni di sapori. LOOK! rende possibile tutto questo! Con un po' di fortuna potrai vincere una serata gourmet in un ristorante a tua scelta.

Quesito del concorso
 In quale articolo sono presenti tanti fiocchi di neve come questi?

Play & Win!

Premi

1 serata gourmet in un ristorante* a tua scelta per un valore di EUR 400,-

10 buoni acquisto del valore di EUR 30,- da spendere in un supermercato locale

**Se non ti è consentito raggiungere il ristorante a causa del coronavirus, potrai riscattare il tuo premio in un secondo momento.*

Il concorso scade il 20 marzo 2021.

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

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

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

Bell Svizzera: specialità in eleganti confezioni

Il periodo natalizio è anche il momento degli inviti. Bell ha la risposta giusta alla domanda «Cosa porto?»: pregiata carne grigionese, tenero prosciutto crudo grigionese o saporita carne secca vallesana confezionati nella raffinata scatola di legno delle feste. Anche senza scatola di legno, lo speck vallesano, che Bell propone in tranci da 500 grammi, è ideale per un aperitivo o un antipasto.



Bell Svizzera: pregiato salmone affumicato

Un classico sempre di stagione che Bell ripropone nella settimana di Natale: salmone affumicato d'allevamento norvegese. Con il trancio di filetto, ordinabile anche per il personale di Bell Svizzera, è inoltre incluse il coltello per un taglio professionale.



Suggerimenti del Bell Food Group
per festività all'insegna del gusto

UN FINE ANNO CREATIVO

Le restrizioni imposte nel 2020 hanno avuto anche risvolti positivi. In tanti hanno alleviato la frustrazione generata dal coronavirus con la cucina e la degustazione, sperimentando piatti nuovi. Con numerose novità, il Bell Food Group assicura anche stavolta il massimo dell'ispirazione culinaria per la fine dell'anno. *mr*

Bell Svizzera: tutto per la fonduta e la grigliata da tavola

Per tutti coloro che amano cucinare in compagnia nelle giornate di festa, Bell offre un'ampia scelta di prodotti già affettati per fonduta e grigliate da tavola. Con due piatti da grigliata party e tre tipi di fonduta cinese, gli amanti della carne di pollo, manzo e maiale trovano ciò che fa per sé. Davvero pratici: i prodotti per la fonduta possono essere serviti direttamente nella ciotola dorata.



Con i piatti party
di Bell si cucina
in allegria.

Hilcona: pasta al cioccolato

È un'autentica innovazione quella che Hilcona offre ai propri clienti food service con gli «Agnolotti Chocolate» della linea Pasta Fina in edizione limitata. Il delicato ripieno è composto da cioccolato al latte svizzero e fondente belga, e l'impasto è aromatizzato al cacao. Un dessert speciale, per chi sceglie il ristorante durante le festività.



«Agnolotti Chocolate»
è il nuovo dessert al
cioccolato per le festività.

Hügli: müsli con sostanze vitali per un sistema immunitario forte

La novità nella linea müsli granoVita di Hügli è un vero e proprio toccasana per le debolezze immunitarie. Contiene infatti sostanze vitali come ferro, vitamina C e zinco, che garantiscono il buon funzionamento del sistema immunitario. La nuova creazione a base di müsli completa l'assortimento esistente, che già comprende, ad esempio, la versione «Omega» per il colesterolo e «Venus» per la serenità in menopausa.



Eisberg Ungheria: la prima bowl con carne

Con la «Syrtaki Gyros Salad Bowl», Eisberg Ungheria ha inserito nel proprio assortimento per la prima volta una vaschetta di insalata con carne. Grazie ai tipici aromi greci e alla delicata salsa tzatziki, è così possibile trasformare il momento del pranzo in una pausa mediterranea. I consumatori ungheresi attenti alla qualità bio saranno inoltre entusiasti del nuovo mix «Bio Baby Leaf» di Eisberg.



Eisberg Svizzera: due nuove Buddha bowl

Per stuzzicare la voglia di insalata dei propri clienti anche nella stagione fredda, Eisberg ha ampliato la sua gamma trendy di Buddha bowl per Coop con le varietà «Falafel & Zucca» e «Avocado & Quinoa con lenticchie» arrivate puntuali all'inizio dell'autunno. Le due nuove versioni vegane sono perfette sia per un pranzo consapevole che per un delizioso contorno a cena.



Eisberg Austria: deliziose baguette

Per un appetitoso spuntino, Eisberg Austria propone tre squisite baguette farcite come prodotti private label per i clienti al dettaglio. Da metà ottobre, in Austria e Germania gli amanti delle baguette possono gustare le varietà «Salame», «Prosciutto e formaggio» e «Pollo alla griglia».



Hilcona: il nuovo «Vegic Burgerversum»

I quattro nuovi Vegic Burger «Farmer Style», «Mexican Style», «Italian Style» e «Mountain Style» sottolineano ancora una volta la competenza vegetariana di Hilcona. Sviluppatisi per il settore food service, sono ideali ad esempio per la ristorazione scolastica.



Il menu natalizio food pairing

Una goduria festiva per tutti i sensi

È presumibile che la spesso evocata intimità del Natale quest'anno verrà effettivamente vissuta da molte persone. L'occasione perfetta per sbizzarrirsi ai fornelli. Pertanto anche la ricetta natalizia di Look!, caratterizzata da interessanti «abbinamenti culinari», questa volta è leggermente più laboriosa del solito. Ma grazie alle istruzioni di Philipp Glauser, Head of Culinary Advisors presso Hügli, anche i novizi della cucina potranno riuscire a realizzarla.

Food pairing

Lo sapevate che le fragole si sposano alla perfezione non solo con il cioccolato, ma anche con il basilico o il parmigiano? Di questi nuovi e interessanti abbinamenti alimentari si interessa addirittura la scienza. «Food pairing» è il termine tecnico che descrive il principio di abbinamento degli ingredienti che presentano aromi comuni. Spesso, a primo acchito, gli ingredienti accostati paiono non avere niente a che spartire fra loro. Chi avrebbe mai pensato, ad esempio, che il caffè e la carne di manzo condividono oltre 100 aromi? Gli aromi dei cibi così accoppiati si esaltano a vicenda creando nuove entusiasmanti esperienze gustative.

Cappuccino di broccoli con foglio di ribes

Per 4 persone



Food Pairing:
Broccoli
Formaggio caprino
Ribes

Crema di broccoli

12 g di burro
1 piccola cipolla
½ gambo di porro
50 g di sedano rapa
250 g di broccoli
30 g di farina bianca
500 ml di brodo di verdure
100 ml di panna intera (35% di grassi)
Sale e pepe bianco appena macinato

Tritate grossolanamente la cipolla, poi finemente il porro e il sedano e soffriggete tutto insieme nel burro in una pentola grande. Tagliate i broccoli a pezzettini, aggiungeteli alle verdure e fateli soffriggere con il resto. Cospargete di farina e lasciate raffreddare un po'. Versate quindi il brodo vegetale caldo e portate ad ebollizione mescolando. Condite con sale e pepe e lasciate cuocere a fuoco lento per 30 minuti, scremando spesso. Poi lavorate la zuppa con il frullatore a immersione e passate al setaccio fine. Infine aggiungete la panna e mescolate.

Foglio di ribes

10 cl di succo di ribes
1 tuorlo d'uovo
12 g di amido di mais

Mescolate il tuorlo d'uovo e l'amido, aggiungete il composto al succo di ribes e riscaldate lentamente fino a quando non si addensa. Passate il tutto con un setaccio fine e spalmatelo su un tappetino da forno o un foglio di carta da forno. Se vi piace, potete aggiungere un po' di spezie setacciate per vin brulé. Cuocete in forno a 150°C circa per 10 minuti. Quindi tagliate il tutto a pezzi e, se necessario, lasciate asciugare completamente a temperatura ambiente.

Suggerimento: Il foglio di ribes può essere preparato tranquillamente anche il giorno prima.

Mousse di formaggio caprino a pasta molle

125 g di formaggio caprino a pasta molle
125 g di latte intero

Mescolate latte e formaggio in una pentola. Mixate con un montalatte mentre riscaldate lentamente la crema.

Suggerimento: Potete ottenere una bella mousse anche lavorando la crema fredda con il cappuccinatore della macchina per caffè espresso.

Impiattamento

Versate la crema di broccoli in ciotole da minestra, spalmatevi sopra un cucchiaino di mousse di formaggio caprino e decorate con il foglio di ribes.

Carrè d'agnello con fagiolini e purè di carote

Per 4 persone

Food Pairing:
Agnello
Mirtilli rossi
Carote



Carrè d'agnello con crosta di erbe e groviera

700 g di carrè d'agnello
20 g di groviera (grattugiato)
80 g di panko (pangrattato giapponese)
60 g di burro
5 g di erbe aromatiche miste (finemente tritate)

Se la carne non è già stata preparata dal macellaio, rimuovete lo strato di grasso, la pellicina e tutti i tendini dal carrè d'agnello. Cuocete il carrè sotto vuoto a 56°C a bagnomaria per 1 ora e mezza o in forno a 170°C fino a ottenere una temperatura al cuore di 56°C. Nel frattempo sciogliete il burro e mescolatelo con il panko, il groviera e le erbe aromatiche. Stendete il composto su una teglia delle dimensioni del carrè d'agnello e lasciatelo raffreddare. Trascorso il tempo di cottura, versate il piatto con le erbe sopra il carrè d'agnello, pigiate e gratinate il tutto con il grill del forno a temperatura massima fino a doratura.

Fagiolini con succo di mirtilli rossi

200 g di fagiolini teneri
200 g di fagiolini bianchi
25 g di salsa d'arrosto
240 ml di acqua
40 g di concentrato o succo di mirtilli rossi
20 g di crema di aceto balsamico
1 rametto di rosmarino

Sbollentate i fagiolini in acqua salata per circa 15 minuti. Mescolate la salsa d'arrosto in acqua calda, aromatizzate con il concentrato o succo di mirtilli rossi, la crema di aceto balsamico e un rametto di rosmarino, quindi portate ad ebollizione.

Purè di carote e dragoncello

40 g di carote
Dragoncello qb
¼ di patata
Sale e pepe

Sbucciate e tagliate a dadini grossi le carote e il quarto di patata, quindi cuocete in acqua salata fino a quando non si ammorbidiscono. Passate il tutto finemente, insaporite con sale e pepe e condite con il dragoncello tritato.

Impiattamento

Collocate i fagiolini uno accanto all'altro a colori alternati. Adagiatevi sopra il carrè. Ricavate uno gnocchetto di purè e spalmatelo con un cucchiaino formando una calotta. Versate il succo e, se volete, guarnite con dei mirtilli rossi.

Tiramisù di banane e tè nero

Per 4 persone

Food Pairing:
Banana
Tè nero
Caffè



80 g di savoiardi
110 g di caffè espresso
2 bustine di tè nero
25 g di amaretto
5 g di Grand Marnier
5 g di cognac
2 tuorli d'uovo
1 albume d'uovo
30 g di zucchero
2 fogli di gelatina (ammorbiditi in acqua fredda)
150 g di mascarpone
15 g di zucchero
150 g di panna intera
150 g di banane
100 g di salsa di fragole
1 foglio e ½ di gelatina (ammorbiditi in acqua fredda)

Mescolate il caffè espresso, l'amaretto, il Grand Marnier e il cognac e lasciatevi in infusione le bustine di tè per circa 10 minuti. Collocate i savoiardi sullo stampo e inzuppateli con il liquido precedentemente ottenuto.

Montate a neve l'albume con 30 g di zucchero e un pizzico di sale e mettete in fresco. Montate i tuorli d'uovo con 15 g di zucchero a bagnomaria. Strizzate 2 fogli di gelatina e scioglieteli nel composto caldo di zucchero e tuorlo d'uovo. Montate il composto con il robot da cucina o nella ciotola della planetaria fino a raffreddarlo. Una volta freddo, unite

il mascarpone e incorporate delicatamente l'albume montato a neve. Montate la panna intera al 90% e riducete le banane in purea, quindi incorporate delicatamente anche questi ingredienti.

Adagiate la crema sopra i savoiardi e distribuitela uniformemente. Scaldare leggermente la salsa di fragole, scioglietevi 1 foglio e ½ di gelatina e versate il tutto sul tiramisù. Mettete in fresco il tiramisù per almeno 2 ore, poi porzionatelo e servitelo.

Consiglio per l'impattamento

Prima di impiattare, montate un po' di albume d'uovo a neve e spalmatelo sul lato inferiore di una padellina. Pressate la padellina sul piatto e alzatela rapidamente in modo da creare delle piccole montagnette. Fiammeggiate l'albume con il cannello e stendete il tiramisù sulla meringa ottenuta.

Medaglia d'oro e d'argento
alla premiazione «Prodotto dell'anno»

Doppia vittoria per Bell Germania

Due novità di Bell Germania possono da ora fregiarsi del titolo di «Prodotto dell'anno»: le bistecche Gourmet naturel e il Serrano Reserva di Abraham. Hanno ottenuto il prestigioso riconoscimento della rivista specializzata «Lebensmittel Praxis» nella categoria Carne, insaccati e pollame.

Quest'anno Bell Germania è salita ben due volte sul podio per il famoso premio «Prodotto dell'anno» assegnato dai consumatori: l'azienda ha vinto una medaglia d'oro per i quattro tipi di bistecche a marchio Gourmet naturel, mentre il prosciutto Serrano Reserva di Abraham ha conquistato l'argento.

«Siamo molto soddisfatti delle due medaglie», afferma Stephan Holst, Responsabile Marketing e Comunicazione di Bell Germania. «Non è la prima volta che un prodotto Bell Germania viene proclamato «Prodotto dell'anno». Ma il doppio riconoscimento di quest'anno ha un significato molto speciale per noi».

La popolarità dei due prodotti vincitori non è certo un caso. Con le loro ottime caratteristiche sono infatti di grande tendenza. Le bistecche Gourmet naturel non convincono solo per la tenera carne di manzo francese. L'imballaggio FlatSkin® è inoltre particolarmente sostenibile grazie al ridotto utilizzo di plastica e alla

facilità con cui è possibile separare la pellicola dal cartone per la raccolta differenziata. Dal canto suo, il prosciutto Serrano Reserva di Abraham si rivolge non solo agli amanti delle specialità mediterranee, ma anche a tutti i clienti attenti alla qualità che cercano prodotti a denominazione d'origine protetta.

Da oltre 20 anni la redazione della rivista specializzata tedesca «Lebensmittel Praxis» invita i consumatori a premiare le migliori innovazioni del commercio alimentare al dettaglio. Il sondaggio online è condotto dall'istituto di ricerche di mercato indipendente Innofact di Düsseldorf. I partecipanti – almeno 400 persone per categoria – valutano prodotti appartenenti complessivamente a 42 gruppi merceologici.

La pioggia di medaglie per Bell non significa solo fama e onore. Un'ampia pubblicizzazione in «Lebensmittel Praxis» e altre possibilità di utilizzare i riconoscimenti nella comunicazione aumentano infatti l'attenzione per i prodotti premiati e incentivano ulteriormente i clienti all'acquisto. • mr



Con le loro ottime caratteristiche i prodotti vincitori sono di grande tendenza.

