

LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

04 2020



**Oferiți-vă
un moment
de plăcere**

BELL
FOOD
GROUP





Rezumat

Din companie

4 Este momentul să ne unim forțele!

Prin «TopX», Bell Food Group promovează excelența

8 Primul produs de acest fel

Hilcona prezintă primul caș de carne vegan care poate fi copt

9 Câștigătorul detașat

Burgerul Green Mountain câștigă testul Kassensturz

Privire de ansamblu

10 Burger Challenge 2020

Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

Munca la Bell Food Group

12 Cu un pas înaintea concurenței

Hilcona și Bell ocupă locuri fruntașe în clasamentul realizat de studiul «Best Recruiters» (Cei mai buni recrutori)

Durabilitate și inovație

14 Împreună pentru produse din soia sustenabile

Rețeaua de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția aniversează zece ani de activitate

La locația din...

16 O bijuterie în regiunea Auvergne

ADN-ul Bell Food Group din Franța

Articol de prima pagină

18 Oferiți-vă un moment de plăcere

Plăcerea de a savura ceva bun

Oamenii fac diferența

21 Mmmm, delicios

Angajații Bell Food Group dezbat tema «savoare»

Aniversări

22 Aniversări

LOOK! îi felicită pe sărbătorii din perioada decembrie 2020 – februarie 2021

Competiție

25 Câștigați o seară gourmet

Căutați răspunsul

Lumea noastră culinară

26 Un final creativ

Sugestii de la Bell Food Group pentru zile de sărbătoare pline de savoare

28 Răsfățați-vă simțurile pentru a intra în atmosfera festivă

Meniul de Crăciun pe bază de asocieri culinare

Asta da calitate!

32 Dublă victorie pentru Bell Germania

Medalii de aur și argint câștigate la concursul «Produsul anului»

Nu facem niciun compromis când vine vorba de savoare

Dragi angajați

Pandemia de coronavirus și-a lăsat amprenta asupra acestui an și continuă să ne influențeze viața de zi cu zi. De la o zi la alta trebuie să ne schimbăm complet viața și să luăm măsuri pentru a ne proteja familia, prietenii și colegii. O pandemie globală, ca cea din prezent, constituie o provocare pentru noi toți. În calitate de întreprindere, am adoptat multe măsuri în contextul acestei crize pentru protejarea angajaților noștri și, în același timp, desfășurarea activității noastre în calitate de furnizor de produse de bază. Bell Food Group a parcurs cu bine această perioadă dificilă până în prezent – și acest lucru se datorează angajaților noștri, pe care îi prețuim foarte mult. Lor trebuie să le mulțumim și trebuie să îi felicităm pentru implicarea, susținerea și solidaritatea lor.

Se apropie Crăciunul, o perioadă în care ne place să reflectăm asupra lucrurilor prin care am trecut. Și în acest an, familia și mâncarea bună trebuie să fie în prim-plan în zilele de sărbătoare, în pofida pandemiei de coronavirus sau poate chiar din cauza acesteia. Trebuie să profităm de această perioadă; de exemplu, mie îmi face mare plăcere să petrec această sărbătoare în familie.



Bell Food Group reprezintă, printre altele, savorea și sustenabilitatea – valori pe care le-am putut promova și pe durata pandemiei și pe care trebuie să le celebrăm cu ocazia Crăciunului care se apropie. Dorim să îmbunătățim meniul festiv cu alimente proaspete și de înaltă calitate, pentru a vă oferi momente pline de savoare.

Savoarea este una din competențele noastre de bază, după cum am putut demonstra și în anul precedent:

«Fripturile Gourmet naturel» sunt unul dintre numeroasele exemple care dovedesc acest lucru, «Serrano Reserva» oferit de Bell Germania, «burgerul Green Mountain» și «Pasta Tradizionale» oferite de Hilcona fiind, de asemenea, premiate, aceste distincții demonstrând calitatea și capacitatea de inovare a Bell Food Group.

Asigurăm un nivel ridicat de calitate a vieții.

Acestea sunt condiții bune pentru «noua normalitate» în care trăim. În calitate de grup, suntem pregătiți pentru orice va urma și vom continua să ne respectăm și să ne promovăm valorile. Sunt convins că vom reuși să facem acest lucru împreună.

Dumneavoastră, dragi angajați, vă doresc sărbători fericite. Mă bucur că putem înfrunta viitorul împreună și vă doresc, atât dumneavoastră, cât și familiilor dumneavoastră, toate cele bune în noul an și, în special, multă sănătate.

Lorenz Wyss

Președintele Consiliului de administrație al Grupului

Prin «TopX», Bell Food Group promovează excelența

Este momentul să ne unim forțele!

Eforturi comune, concentrate și continue: cu programul «TopX», Bell Food Group pune bazele unui demers comun pentru a atinge cele mai înalte performanțe. Pe primul loc stă dorința de a ne îmbunătăți activitatea în mod continuu – și aceasta înseamnă că fiecare trebuie să își aducă aportul. În septembrie, primele sedii au început să implementeze acest program. Acum, el va fi extins în mod succesiv la toate centrele de producție.

Mai întâi, se identifică aspectele în care se pot face îmbunătățiri.

«Dacă vrem să reușim, avem nevoie de toată trupa, de fiecare jucător din echipă», spunea cândva antrenorul spaniol de fotbal Pep Guardiola. Obiectivele pot fi atinse cu mai multă eficiență dacă cei implicați lucrează împreună, unindu-și forțele. Acest lucru este valabil și pentru Bell Food Group. Prin «TopX», firma pune acum te-

melia unui demers comun pentru a atinge cele mai înalte performanțe, implementând un program pentru îmbunătățirea unitară și eficiența a proceselor la nivelul întregului grup. «Top» înseamnă ambiția de a atinge cele mai înalte performanțe, iar «X», promovarea excelenței.

«În ultimii ani, am înregistrat o creștere mare și, dintr-un centru de prelucrare a cărnii din Elveția, am devenit unul dintre principalii producători de produse din carne și tip convenience din Europa», explică Philipp Allemann, managerul Departamentului de producție și achiziții din cadrul Bell Elveția. «Fiecare întreprindere a integrat în Bell Food Group propria identitate, propriul mod de lucru și propria istorie. Acum este momentul să creăm procese unitare pentru a ne asigura succesul pe viitor.»

În faza inițială a programului pentru optimizarea proceselor se vor identifica, mai întâi, aspectele în care se pot face îmbunătățiri. Acestea pot fi, de exemplu, utilizarea eficientă a materiilor prime, evitarea timpilor de nefuncționare a mașinilor sau reducerea duratei de fabricație a produselor. Bineînțeles, «TopX» integrează succesul înregistrat de programele de optimizare implementate deja de divizii.



«Ne-am bucurat de numeroase succese în cadrul programelor de optimizare implementate până în prezent. Acum trecem la următorul nivel: odată cu decizia de a elimina diversele programe de optimizare, conducerea grupului

a pus bazele implementării unui program unitar, «TopX», pentru Bell Food Group în ansamblu. În iunie 2020 a început etapa de pregătire. Sunt convins că, astfel, vom putea face un pas înainte în demersul nostru comun pentru a atinge cele mai înalte performanțe și le doresc tuturor celor implicați în implementarea acestui program mult succes și multă bucurie.»

Lorenz Wyss, președintele Consiliului de administrație al Grupului

Semnul infinitului reprezintă mecanismul «TopX» și, implicit, procesul care se desfășoară în fiecare unitate de producție în cadrul «TopX».



În centrul acestuia se află stabilizarea și îmbunătățirea continuă, precum și integrarea structurilor, a proceselor și a contribuției fiecărui angajat.

Mai întâi, vor fi luate în considerare cinci domenii cu valoare strategică: excelența în ce privește procesul de bază, capacitatea de livrare, profitabilitatea, dezvoltarea personalului, precum și infrastructura și automatizarea. În urma analizării acestor factori se pot determina domeniile de activitate și se pot stabili obiective pentru viitor. Acestea pot fi foarte diferite de la sediu la sediu, în funcție de posibilitățile și necesitățile identificate în ce privește optimizarea.

Prima etapă se concentrează asupra stabilizării proceselor.

Toți cei implicați vor profita de pe urma modificărilor făcute prin intermediul acestui proces. Dacă procesele din cadrul fabricilor se stabilizează, și ziua de lucru va fi mai liniștită, iar nivelul de stres resimțit de angajați se va reduce.

«Astfel, inițiem un proces permanent de optimizare, în care vor fi implicați toți angajații din domeniul producției», relatează Alexander Duss, directorul programului «TopX». «Îndemnăm fiecare angajat să își exprime propriile idei și să contribuie la dezvoltarea unei culturi care pune accent pe îmbunătățire permanentă la nivelul întregului Bell Food Group.»

Sistemul este structurat în așa fel încât, în prima etapă, punctul central să fie întotdeauna stabilizarea proceselor. Astfel, va crește nivelul de fiabilitate și se vor reduce fluctuațiile. În acest sens, responsabilii vor verifica, de exemplu, secvențele de proces și vor analiza intervalele de întreținere ale mașinilor. Numai în urma acestei stabilizări se pot realiza îmbunătățiri sustenabile.

Importantă este și posibilitatea de a determina nivelul de optimizare. În acest scop, cei implicați verifică, printre altele, sistemele de indicatori și structura de consultare. Dacă ambele sisteme sunt bine concepute, micile fluc-



«Mă aștept ca, prin intermediul «TopX», să dezvoltăm și să aplicăm o «filosofie Lean» sistematică, sustenabilă și unitară pentru Bell Food Group. În principiu, am constatat un potențial de îmbunătățire în fiecare proces și domeniu. Prin intermediul unui sistem de gestionare a halelor de producție adaptat fiecărei fabrici, ne concentrăm asupra «activităților de bază», iar fiecare angajat din cadrul Hügli ar trebui să își poată aduce contribuția la procesul de îmbunătățire permanentă. Printre altele, vom înființa în acest sens și un sistem unitar de transmitere a sugestiilor.»

Patrik Keller, coordonator «TopX» în cadrul diviziei Hügli



«Ne bucurăm că în cadrul «TopX» putem continua, cu forțe noi, dezvoltarea filosofiei noastre LEAN@Hilcona, care s-a bucurat de un succes răsunător, aducând-o, astfel, la un nivel superior. În acest scop, în cadrul echipei de bază

«TopX», definim principiile fundamentale și preluăm ce e mai bun din toate diviziile pentru fiecare temă. Această metodă este foarte eficientă, întrucât consolidează expertiza din cadrul Bell Food Group. O filosofie este întotdeauna bine întipărită în mințile celor care au creat-o. Pentru noi, este important ca fiecare angajat să se regăsească în ea și, astfel, să putem folosi potențialul filosofiei noastre LEAN.»

Andreas Benz, coordonator «TopX» în cadrul diviziei Hilcona

Trei întrebări adresate lui Sebastian Klose, managerul fabricii Hügli din Radolfzell



responsabilii din domeniul producției, la un atelier. Întrucât desfășurarea evenimentelor de informare obișnuite este restricționată în prezent, am folosit postări și articole în Intranet pentru comunicările suplimentare.

«Sper că «TopX» ne va ajuta să ne integrăm mai bine în grup.»

Cum s-a pregătit sediul din Radolfzell pentru implementarea programului «TopX»? Ne-am bucurat mult că ne-am numărat printre întreprinderile pilot. Tocmai finalizaserăm implementarea unui program de optimizare, având, astfel, baza ideală pe care puteam clădi proiectul «TopX».

Cum informați angajații cu privire la noul program de optimizare? În vederea demarării programului în octombrie, i-am invitat pe cei implicați, de la personalul de conducere la

Ce așteptări aveți de la «TopX» pentru întreprinderea dumneavoastră? Întrucât nu aparținem de mult timp Bell Food Group, sper că programul ne va ajuta să ne integrăm mai bine în grup și să învățăm mai multe unii de la alții. Am constatat că, în Radolfzell, există, printre altele, un potențial de îmbunătățire în ce privește disponibilitatea echipamentelor noastre, precum și dezvoltarea personalului, de exemplu, sub aspectul susținerii supraveghetorilor de tură din domeniul producției.



«Experiențele acumulate până în prezent ne-au dovedit că facem progrese uriașe când acționăm împreună și ne străduim să atingem aceleași obiective. Comunicarea clară și transparentă cu angajații noștri ne va permite să integrăm fiecare persoană în acest demers, indiferent de funcția pe care o deține. Programul mă impulsionază și pe mine să fiu deschis la schimbări și să mă implic în mod conștient în acest proces.»

Marc Spanuth, coordonator «TopX» în cadrul diviziei Bell Germania

plă. Același lucru este valabil, printre altele, și în domeniul precum digitalizarea sau dezvoltarea personalului de conducere.

«Într-o anumită măsură, întreprinderile fabrică produse foarte diferite. Totuși, procesele de producție, precum și dificultățile recurente sunt deseori asemănătoare», afirmă Volker Baltes, directorul diviziei Convenience din cadrul Bell Food Group. «Prin intermediul acestui mod comun de

«Acum, schimbul de informații și transferul experiențelor vor fi mai eficiente.»

țuții și probleme de la nivelul proceselor vor putea fi identificate mai bine și vor putea fi remediate chiar în cursul activităților de zi cu zi.

În plus, pentru problemele mai grave, în viitor se vor desfășura așa-numitele «proiecte specifice», în cadrul cărora angajați din diverse departamente vor dezvolta soluții corespunzătoare.

«Un mare avantaj al sistemului unitar este acela că, în viitor, toți angajații Bell Food Group vor folosi un limbaj comun și vor dispune de procese decizionale și sisteme de indicatori unitare», explică Alexander Duss. Astfel, în curând, comunicarea între sedii cu privire la metodele de optimizare existente va fi mai sim-

gândire și de lucru, schimbul de informații și transferul experiențelor de la sediu la sediu vor fi mai eficiente.»

Pentru implementarea programului de optimizare, Bell Food Group va numi la nivelul fiecărei divizii un coordonator al programului pentru excelență Top, care va lucra în subordinea directorului Alexander Duss. În plus, în fiecare unitate de producție vor lucra experți din cadrul programului pentru excelență Top, care vor promova implementarea noului sistem la fața locului.



«Este evident că toate persoanele implicate așteaptă cu nerăbdare implementarea «TopX». Personal, sper că, prin implicarea directă a tuturor angajaților, vom putea identifica mai simplu punctele slabe și vom putea efectua îmbunătățiri în mod sustenabil. Începem cu sediul pentru mezeluri fine din Basel. Am participat la atelierul de introducere alături de colegii noștri de la sediul Bell din Oensingen, primul sediu pilot, care a implementat deja «TopX».»

Robert Flack, director producție mezeluri fine în cadrul Bell Elveția

Mai mult, vom dispune și de asistență externă: Bell Food Group are alături un partener cu experiență, și anume furnizorul de servicii ROI-Efeso, condus de Sebastian Diers.

În octombrie, cinci sedii au început implementarea «TopX»; din fiecare divizie, s-a ales cel puțin o întreprindere pilot. Până la finalul anului 2021, toate întreprinderile cu peste 50 de angajați vor trebui să înceapă desfășurarea primei etape. Planul de acțiune pentru fabricile mai mici va fi elaborat în curând.

Astfel, toate centrele de producție Bell Food Group din Europa colaborează pentru a atinge cele mai înalte performanțe. Ele sunt animate de dorința de a face îmbunătățiri permanente și de curajul de a iniția schimbări. • *mr*



Hilcona prezintă primul caș de carne vegan care poate fi copt

Primul produs de acest fel

De la finalul lunii septembrie 2020, cea mai recentă inovație a firmei nou înființate din cadrul Hilcona, The Green Mountain, este disponibilă pe piață: primul caș de carne care poate fi copt, din ingrediente pur vegetale. Are la bază ulei de rapiță și proteine din mază și, după burgerul Green Mountain, este cea de-a doua inovație a firmei nou înființate, care a fost concepută, dar și produsă în Elveția.

Arată precum un caș de carne, are același gust, dar nu conține niciun gram de carne. Cu noua alternativă la cașul de carne, The Green Mountain prezintă o nouă inovație pe bază de plante. În ultimul an, firma nou înființată din cadrul Hilcona a lansat burgerul Green Mountain fără carne – primul burger vegan conceput și produs în Elveția.

Mai puține calorii, o abundență de savoare

Această alternativă la cașul de carne este preparată din ingrediente de calitate superioară: uleiul de rapiță îi conferă o textură suculentă, iar proteinele din mază completează totul în mod armonios. Cu 139 kcal per 100 grame, produsul are un conținut de calorii mai scăzut decât cașul de carne tradițional. Totuși, nu face compromis în ce privește savoare. Produsul poate fi savurat ca gustare atunci când sunteți pe drum, poate fi folosit la crearea unor meniuri noi, fără carne, în domeniul gastro-nomic, sau la pregătirea preparatelor acasă, într-o atmosferă relaxată. Această alternativă la cașul de carne poate fi savurată rece sau caldă.

Un produs nou, creat în Elveția

«La crearea acestui produs inovator, am pus mare accent pe selectarea atentă a ingredientelor pentru care erau necesare distanțe de transport

cât mai mici», explică Werner Ott, managerul firmei nou înființate The Green Mountain. «La fel de importantă pentru această rețetă unică a fost echipa noastră cu multă experiență, alcătuită din tehnicianul în industria alimentară Julia Sackers și tineri bucătari inovatori. Motivată de pasiunea pentru produsele pe bază de plante, echipa a creat anul trecut burgerul Green Mountain, care s-a bucurat de un mare succes.»

Alimentație pe bază de plante

Acest nou produs nu este doar o alternativă savuroasă, pe bază de plante, pentru cei care doresc să excludă carnea din alimentație fără a trebui să renunțe la gustul de carne, ci convinge și prin ingredientele sale: cașul de carne pe bază de plante este produs cu ingrediente fără gluten, conține vitamina B12, cu rol important în organism, și are un conținut scăzut de acizi grași saturați.

O serie de inovații

«Popularitatea de care se bucură vegetarianismul în societate ne-a impulsionat să creăm și alte produse», explică Werner Ott. Alături de alternativa vegană la cașul de carne, The Green Mountain lansează alt produs nou, «Ghackets» pe bază de plante. «În acest sens, ne îndeplinim promisiunea de a achiziționa cât mai multe ingrediente din Elveția sau din țările învecinate.» • sh



Cașul de carne vegan este cea de-a doua inovație a firmei nou înființate The Green Mountain.

Burgerul Green Mountain câștigă testul Kassensturz

Câștigătorul detașat

Burgerul Green Mountain și-a depășit cu mult concurența: în urma testului efectuat de emisiunea TV elvețiană destinată consumatorilor, burgerul pe bază de plante a fost desemnat câștigător.

Calitatea superioară se face remarcată. Burgerul pe bază de plante Green Mountain al firmei nou înființate din cadrul Hilcona, The Green Mountain, a dovedit adevărul acestei afirmații.

În cadrul testului comparativ realizat de Kassensturz, o emisiune TV elvețiană destinată consumatorilor, burgerul s-a impus și în fața concurenților de la nivel internațional, fiind desemnat câștigător. Acesta a convins nu numai prin savoare și consistență, ci și prin asemănarea cu gustul cărnii, care a fost evaluată cu 5,3 puncte din 6.

Hilcona mizează pe inovații pe bază de plante

Burgerul Green Mountain nu este singurul as din mânăca firmei. Pentru a răspunde cererii tot mai mari de produse pe bază de plante, în ultimii ani, Hilcona și-a extins oferta cu peste 100 de produse diferite: de la brânză tofu produsă din soia organică din Elveția, la falafel, șnițel preparat din legume și humus, până la alternative pentru carne, precum burgeri, biftec tartar și carne tocată. • sh



Bell BBQ Single Masters Home Edition 2020

BURGER CHALLENGE 2020

La 5 septembrie, a avut loc cel mai mare concurs digital de preparate la grătar desfășurat vreodată în Elveția: Burger Challenge 2020, Home Edition – ediția concursului Bell BBQ Masters desfășurată în acest an în locuințele participanților – care a fost un adevărat succes! *sh*

Idea

Ca multe evenimente de anul acesta, concursul Bell BBQ Single Masters nu s-a putut desfășura în formatul obișnuit. Burger Challenge 2020 s-a dovedit a fi un substituent excelent.

Finala

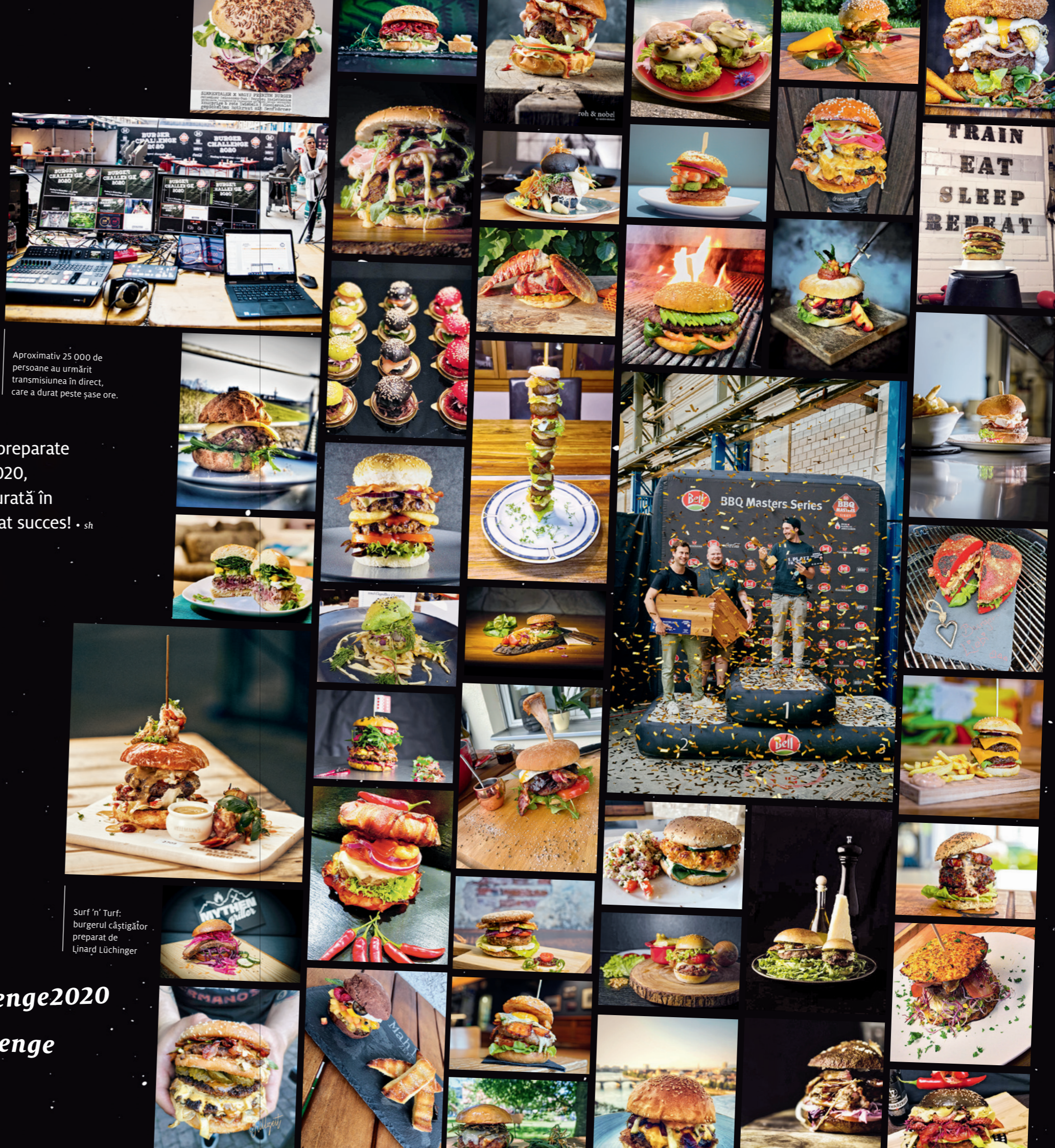
În ultima rundă a finalei au ajuns opt concurenți. Ultima provocare pentru participanți a fost: crearea unui burger «Surf 'n' Turf», legendara combinație de carne de vită și homar.

Calificarea

Cei care au dorit să ia parte la concurs au înscris cei mai apetisanți burgeri din repertoriul lor culinar la adresa www.burgerchallenge2020.ch. În total, 740 de împătimiti ai preparatelor la grătar au trimis poze cu creațiile lor – un număr impresionant. În finală au ajuns 40 de concurenți – cu ajutorul like-urilor, în urma evaluărilor juriului din cadrul Swiss Barbecue Association și grație oportunităților oferite de posturile radio partenere, care au lansat propriile provocări Burger Challenge. La 5 septembrie a avut loc finala, acesta fiind primul concurs de preparate la grătar transmis în direct din Elveția. În peste șase ore, competiția a acumulat aproximativ 25 000 de vizualizări.

Câștigătorul

Linaro Lüchinger a îndeplinit cu cea mai mare măiestrie această sarcină dificilă; sigur de sine, a creat un burger care avea nu numai un aspect uimitor, ci și un gust atât de bun, încât, în cele din urmă, bucătarul calificat a fost desemnat marele câștigător al concursului, primind un cec în valoare de 5000 CHF.



Aproximativ 25 000 de persoane au urmărit transmisiunea în direct, care a durat peste șase ore.

Surf 'n' Turf: burgerul câștigător preparat de Linard Lüchinger

#burgerchallenge2020
#bellburgerchallenge

Hilcona și Bell ocupă locuri fruntașe în clasamentul realizat de studiul «Best Recruiters» (Cei mai buni recrutori)

CU UN PAS ÎNAINTEA CONCURENȚEI

Hilcona și Bell se remarcă față de firmele concurente în ceea ce privește procesul de selecție a noilor angajați. Aceasta a fost concluzia ediției curente a studiului «Best Recruiters», care a poziționat cele două companii pe primul și al doilea loc în clasamentul celor mai buni recrutori din domeniul lor de activitate. Studiul, ale cărui rezultate se bazează pe criterii economice, este cel mai amplu de acest tip din spațiul germanofon.



Birgit Schmidinger, directoarea departamentului de resurse umane din cadrul Hilcona

Johannes Meister, directorul departamentului de resurse umane din cadrul filialei Bell din Elveția



În acest an, evenimentul obișnuit de celebrare a celor mai bine clasati, conform studiului «Best Recruiters», a fost înlocuit cu o ceremonie online. Însă formatul digital nu a putut umbri bucuria reprezentanților departamentului de resurse umane din cadrul Hilcona și Bell, datorată performanțelor lor excepționale.

«Bineînțeles, suntem foarte bucuroși pentru obținerea acestei distincții, iar ocuparea în mod repetat a primului loc în cadrul clasamentului

firmelor din domeniul nostru de activitate ne confirmă că modul în care abordăm procesul de recrutare este unul corect», afirmă Birgit Schmidinger, directoarea departamentului de resurse umane din cadrul Hilcona; Johannes Meister, directorul departamentului de resurse umane din cadrul Bell Food Group completează: «Faptul că ne situăm din nou pe locul al doilea în clasamentul firmelor din domeniul nostru de activitate, după ce am ocupat locul opt în anul precedent, este un rezultat considerabil, care arată că am implementat cu succes propunerile de îmbunătățire conform studiului de anul trecut.»

Cei doi angajatori au obținut rezultate excepționale și în cadrul clasamentului general: Hilcona și Bell s-au situat pe locurile 22, respectiv 38 din cele 408 companii din Elveția și Liechtenstein incluse în studiu. Astfel, compania Bell a înregistrat un avânt puternic: în anul precedent, aceasta s-a situat pe locul 176 în cadrul clasamentului general.

Institutul de studiu a luat în considerare pentru analiză cei trei indicatori «prezența în mediul online de recrutare», «anunțurile



online de posturi vacante» și «feedback-ul oferit candidaților». Lista sa de criterii, care în acest an a cuprins peste 240 de aspecte specifice, este elaborată în strânsă colaborare cu Comitetul științific și este actualizată anual conform cerințelor actuale. Pentru testarea «feedback-ului oferit candidaților», considerat elementul central al studiului, coordonatorii studiului au jucat inclusiv rolul de «candidat misterios», trimițând scrisori de candidatură fictive către întreprinderi. Ulterior, au fost analizate atât durata până la primirea feedback-ului, cât și conținutul acestuia.

«Candidații misterioși» testează feedback-ul companiilor.

În mod suplimentar, candidații «reali» au avut posibilitatea de a împărtăși organizatorilor studiului, prin intermediul unui chestionar, experiențele personale avute cu întreprinderile. Rezultatele vor fi disponibile pentru întreprinderi, însă nu sunt luate în considerare pentru stabilirea punctajului, dat fiind gradul de subiectivitate implicat.

«Am reușit să ne îmbunătățim semnificativ activitatea în toate cele trei domenii analizate», consideră Johannes Meister. «În cazul celui de-al treilea indicator, am reușit chiar să ocupăm o poziție fruntașă, de pe locul șapte. La aceasta au contribuit, cu siguranță, îmbunătățirile înregistrate, de exemplu, în ceea ce privește timpul de răspuns, ca urmare a măsurilor implementate după ultimul studiu.»

De zece ani, «Best Recruiters» verifică temeinic, anual, procesul de selecție al celor mai importanți angajatori din spațiul germanofon. Prin acest demers, Institutul oferă recomandări utile și indicații referitoare la strategii de optimizare, ajutând întreprinderile incluse în studiu să se bucure de mai mult succes în cadrul activităților de recrutare și să le ofere candidaților o «experiență» îmbunătățită.

Cei doi angajatori au obținut rezultate de top și în cadrul clasamentului general.

Pentru Bell, un lucru este clar: în anul următor, compania își dorește să obțină cel puțin același rezultat ca cel obținut în acest an în cadrul studiului «Best Recruiters». Nici Hilcona nu se va culca pe lauri. «Întotdeauna există loc pentru îmbunătățiri», afirmă Birgit Schmidinger. «În ceea ce ne privește, avem mult de lucru în domeniul rețelelor sociale. Trebuie să evaluăm cu atenție dacă activitățile din acest domeniu aduc într-adevăr un plus de valoare candidaților și nouă, în calitate de angajator.» • mr



Rețeaua de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția aniversează zece ani de activitate

Împreună pentru produse din soia sustenabile

De zece ani, Rețeaua de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția promovează cultivarea responsabilă a soiei furajere. Impunerea standardelor de sustenabilitate a determinat schimbări radicale în domeniul producției de soia. Numărându-se printre cei 29 de membri actuali ai asociației, Bell Elveția depune, de asemenea, eforturi pentru a procura în mod sustenabil popularele boabe de soia.

Rețeaua aduce importul de soia la un nivel sustenabil.

Proteinele sunt indispensabile pentru alimentația animalelor, ca de altfel, și pentru a oamenilor. În furaje, soia este o sursă de proteine de înaltă calitate. Această plantă asigură recolte bogate pe suprafețe comparativ mici, fiind foarte bine tolerată și digerată de animalele de fermă.

Consumul tot mai mare de carne, ouă și produse lactate la nivel mondial determină o creștere constantă a cererii pentru soia și, implicit, a efectelor negative asupra mediului din marile zone de producție, de exemplu, din Brazilia și Argentina.

În urmă cu zece ani, Rețeaua de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția a fost înființată pentru a aduce importul de soia furajeră la un nivel sustenabil și, astfel, pentru a îmbunătăți condițiile de cultivare din țările de origine.

Cerințele Rețelei stipulează că boabele de soia nu trebuie să conțină OMG-uri, că, pentru a se obține terenuri de cultură, nu trebuie să se defrișeze suprafețe din păduri primare sau habitate cu un nivel înalt de biodiversitate ori că trebuie să se reducă gradul de utilizare a produselor fitosanitare potențial dăunătoare. Asociația și-a depășit deja obiectivul de a asigura cel puțin 90% din importul total de soia pentru Elveția de la producători care cultivă planta în mod responsabil.

Și filiala Bell din Elveția are nevoie de boabe de soia de calitate superioară, cultivate în mod sustenabil, pentru furajele combinate care sunt utilizate în producția integrată de carne de pasăre.

«Prin intermediul Coop, membru fondator al asociației și unul dintre principalii actori care promovează achiziționarea responsabilă de soia furajeră, suntem implicați de mulți ani în activitatea Rețelei de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția», relatează Basil Mörkofer, manager de proiect în Departamentul de sustenabilitate din cadrul Bell Elveția. «De trei ani, facem și noi parte din asociație și putem participa mai activ la demersurile acesteia.»

Un studiu actual efectuat de Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (Facultatea de științe agronomice, forestiere și alimentare), prezentat de Rețea cu ocazia aniversării sale din iulie, dezvăluie rezultatele obținute deja în Brazilia în urma colaborării din ultimul deceniu a membrilor de la nivelul întregului lanț valoric.

Studiul confirmă că standardele de sustenabilitate promovate de Rețeaua de cultivare și distribuție a boabelor de soia din Elveția au un efect pozitiv. Astfel, importurile elvețiene de soia provin din regiunea braziliană Cerrado, de pe terenuri care nu au fost defrișate; în plus, nu s-a constatat existența condițiilor de muncă problematice sau a conflictelor cu comunitățile locale.



O altă reușită a asociației: în ultimii ani, achiziția de soia s-a orientat tot mai mult spre zonele de producție din Europa. Aproximativ jumătate din cantitatea necesară pentru Elveția provine din producția europeană, de cele mai multe ori, din zona Dunării.

În cadrul Bell, soia europeană reprezintă un element important pentru păsările crescute în aer liber și hrănite cu furaje organice; furajele lor combinate conțin exclusiv boabe de soia de pe continentul european.

«Bineînțeles, la nivel internațional, noi, cei de la Bell Elveția suntem actori de mică importanță; de aceea, putem contribui numai într-o mică măsură la protejarea zonelor de producție din America de Sud», afirmă Basil Mörkofer. «Totuși, datorită standardelor de sustenabilitate pentru producătorii brazilieni și proporției tot mai mari de soia europeană cultivată în mod responsabil, putem contribui cel puțin la eforturile de protejare a pădurii tropicale.»

Per ansamblu, Elveția este un consumator mic, reprezentând numai 0,1% din piața mondială de soia. Totuși, datorită eforturilor depuse, constituie un model pentru ceilalți actori. Astfel, țări precum Țările de Jos, Germania sau Suedia au adoptat deja inițiative asemănătoare sau și-au fixat obiective similare cu ale Elveției. • *mr*

Eforturile depuse de Elveția constituie un model pentru alte țări.

ADN-ul Bell Food Group din Franța

O bijuterie în regiunea Auvergne

Le Saloir de Mirabel (Fabrica specializată în procesul de sărare Mirabel) a fost punctul de plecare pentru dezvoltarea Bell Food Group în Franța. În prezent, aici se produce jambon crud Auvergne IGP de cea mai înaltă calitate. Obiectivul echipei de conducere a întreprinderii este ca, în viitor, să ajungă la calitatea superioară a jambonului din Peninsula Iberică și din Parma.

Ne aflăm la poalele Parcului Național Vulcanic din Auvergne. De aici izvorăște pârâul Mirabel, care trece pe lângă fabrică și care i-a dat numele. «O adevărată bijuterie în inima naturii», susține Julien Brionnet, director tehnic în cadrul Bell France, care consideră fabrica specializată în procesul de sărare Saloir de Mirabel un al doilea cămin.

«Aici am dobândit toată experiența și expertiza de care dispunem.»

El a început să lucreze acolo în anul 2000, în departamentul de producție a cârnaților uscați. Fabrica, aflată în localitatea Riom, aparține din 1974 întreprinderii Salaison Polette, înaintea de a fi preluată de Bell Food Group în 2008: «Așadar, este vorba despre o unitate de producție cu tradiție și, implicit, de ADN-ul Bell Food Group din Franța. Aici a început totul. Aici am dobândit toată experiența și expertiza de care dispunem, mai întâi în domeniul cârnaților uscați, apoi în domeniul jambonului crud Auvergne. La început, cârnații erau uscați pe tije din lemn, sistemele de reglare a curentului de aer nu erau atât de moderne ca astăzi și o marte parte din muncă se făcea manual. Bineînțeles, am făcut greșeli și am întâmpinat probleme pe care a trebuit să le remediem, dar în acest mod ne-am putut îmbunătăți în permanență activitatea.»

În anul 2003, s-a construit o nouă fabrică în Teilhède, o localitate aflată la o distanță de aprox. zece kilometri. Lui Julien Brionnet i s-a

încredințat responsabilitatea de a înființa departamentul de producție a jambonului crud Auvergne. «La început, nu știam cum trebuia să ne organizăm. Dar firma a avut încredere în noi și ni s-a dat libertate în toate privințele.» Apoi a fost angajat Rodolphe Zou, care avea pe atunci 22 de ani. El își amintește: «Cele cinci camere de uscare erau goale, iar personalul era format din trei oameni. Am asamblat liniile de producție pas cu pas, le-am adaptat în funcție de necesități și am adăugat mașini atunci când a fost necesar. Astfel, firma s-a dezvoltat treptat.»

Evoluția spre o calitate superioară

La început, la fabrica Mirabel se producea numai jambon crud fără denumire. Astăzi, aici se produce numai jambon crud Auvergne cu indicație geografică protejată (IGP), care îndeplinește cele mai stricte specificații. «Lucrăm zi și noapte», remarcă Julien Brionnet. «Dezvoltăm un produs tradițional francez, care, datorită rețelei de distribuție a Bell Food Group, va fi comercializat în Germania și chiar și în Asia». Acesta este un semn clar de recunoaștere, care ne motivează să ne îmbunătățim în continuare produsele. Dorim ca acestea să aibă o calitate superioară!»

În prezent, pe proprietatea de 3000 m² lucrează zece persoane, sub conducerea lui Rodolphe Zou, care ocupă funcția de director

de producție din 2015. În fiecare săptămână, în fabrică intră 1600 de bucăți de jambon, care rămân aici cel puțin 240 de zile; în acest timp, sunt sărate (adăugându-se usturoi uscat, caracteristica jambonului crud Auvergne IGP), maturate, tratate cu aburi, uscate, unse cu grăsime și, la final, prelucrate.

Din cele 450 de tone de jambon Auvergne IGP produse anual la Saloir de Mirabel, 95% provin de la porcine din regiune: «Am fi putut face achiziții din Europa», explică Julien Brionnet, «dar am luat o decizie conștientă să ne aprovizionăm de la nivel regional, chiar dacă nu a fost ușor să ne alegem furnizorii, respectând standardele de calitate ale Bell Food Group și normele de trasabilitate, transparență și gestionare a personalului.»

Această echipă imbatibilă tocmai a finalizat procesul de optimizare energetică a unității de producție, instalând pompe de căldură și utilizând sisteme de recuperare a energiei: «Nu mai folosim combustibili fosili și nu mai emitem CO₂.» De asemenea, se lucrează la producția unui jambon crud Auvergne IGP fără conservanți și cu o perioadă de maturare mai lungă, pentru a atinge calitatea jambonului de Parma sau iberic. «În curând, vom folosi numai carne de calitate, sare, usturoi și aer. Nimic altceva!»

În 2017, procesul de dezvoltare și calitatea produselor de la Saloir de Mirabel au fost distinse cu o medalie în cadrul Concours Général Agricole din Paris. Acesta a fost apogeul unei evoluții pozitive: «Ne considerăm într-o oarecare măsură nano-întreprinderea din cadrul Bell Food Group. Singurul lucru care ne-ar putea obliga să părăsim Saloir de Mirabel ar fi lipsa spațiului necesar pentru a putea satisface cererile clienților.» • gm



«Ne considerăm nano-întreprinderea din cadrul Bell Food Group.»

Bell France

Bell Food Group a intrat pe piața franceză în 2008, odată cu preluarea Salaison Polette, o întreprindere înființată în 1974 de Marius Polette. Pe lângă unitatea de producție cu tradiție din Mirabel, fiul lui Polette, Philippe, a mai construit încă cinci fabrici în Auvergne, Savoia și în regiunea Lyon.



Plăcerea de a savura ceva bun

Oferiți-vă un moment de plăcere

Pentru a putea experimenta cu adevărat plăcerea, aceasta trebuie conștientizată. Într-o lume în care totul se mișcă rapid, în care lipsa unei activități este adesea considerată lene, ne este greu să facem acest lucru. Cum putem, însă, să celebrăm din nou plăcerea așa cum se cuvine?

Plăcerea adevărată lasă o impresie de durată

Plăcerea este un subiect care a fost analizat și de marii învățați din Antichitate. De exemplu, adeptii curentului filosofic denumit «hedonism», care a apărut cu 400 de ani înainte de Hristos, căutau să simtă cât mai multă fericire, plăcere și desfătare de-a lungul vieții, minimizând astfel suferința și durerea. Conștientizarea plăcerii era cea mai mare năzuință.

Mai târziu, odată cu răspândirea calvinismului în 1533, plăcerea a fost discreditată. Conform eticii calviniste, munca și hărnicia sunt cele mai importante virtuți, iar toate formele de lux – inclusiv plăcerea – sunt un păcat. Aceasta însemna că cei care își ofereau momente de plăcere și nu munceau, erau neproductivi și leneși. Era negat potențialul plăcerii de a fi o resursă valoroasă pentru viața noastră de zi cu zi. Această atitudine pare să fie prezentă și în zilele noastre.

«Nicio plăcere nu este temporară, pentru că impresia pe care o lasă în urmă este durabilă», ne spune Johann Wolfgang von Goethe într-una din operele sale. Spusele lui Goethe de atunci, când plăcerea se referea la o masă bună, sunt valabile și în prezent.

Un preparat bun rămâne întipărit în papilele noastre gustative. Gustul este a doua noastră memorie.

Plăcerea nu vine de la sine

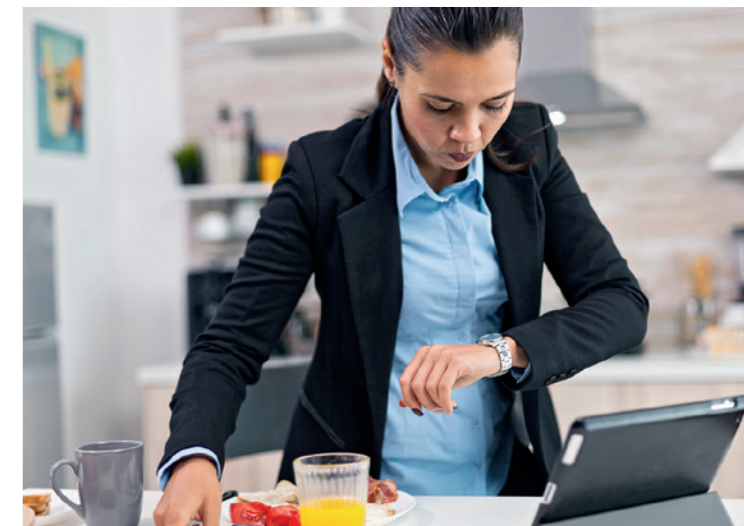
Plăcerea pare a fi o tendință naturală a oamenilor. Când ne place un lucru sau când simțim un gust plăcut sau ceva ne face fericiți, ne bucurăm instinctiv. Cercetările privind plăcerea prezintă însă o perspectivă cu totul diferită.

Conform unui studiu al Institutului german de cercetare de piață și consultanță Rheingold, 46% dintre participanți au declarat că din cauza stresului din viața de zi cu zi și a senzației că trebuie să fie disponibili la orice oră, reușesc din ce în ce mai rar să se bucure de anumite lucruri. Un studiu din anul 2000 al Institutului de cercetare a fericirii din Nürnberg a stabilit că doar 54% din oamenii din Germania își rezervă un moment pentru a se delecta. De unde vine însă această «lipsă de plăcere»?

Plăcerea ca virtute sau păcat?

Plăcerea este un subiect care a fost analizat și de marii învățați din Antichitate. De exemplu, adeptii curentului filosofic denumit «hedonism», care a apărut cu 400 de ani înainte de Hristos, căutau să simtă cât mai multă fericire, plăcere și desfătare de-a lungul vieții, minimizând astfel suferința și durerea. Conștientizarea plăcerii era cea mai mare năzuință.

Mai târziu, odată cu răspândirea calvinismului în 1533, plăcerea a fost discreditată. Conform eticii calviniste, munca și hărnicia sunt cele mai importante virtuți, iar toate formele de lux – inclusiv plăcerea – sunt un păcat. Aceasta însemna că cei care își ofereau momente de plăcere și nu munceau, erau neproductivi și leneși. Era negat potențialul plăcerii de a fi o resursă valoroasă pentru viața noastră de zi cu zi. Această atitudine pare să fie prezentă și în zilele noastre.



Într-o lume în care totul se mișcă rapid, momentele de plăcere, precum savurarea cafelei de dimineață, sunt absorbite în rutina zilnică – și, astfel, neglijate.

Plăcerea este sănătoasă

Cercetătorii în domeniul fericirii, precum doctorul în psihologie Rainer Lutz, din Germania, încearcă să combată această atitudine. Pentru el, plăcerea este o componentă esențială a îngrijirii de sine, necesară pentru echilibrul sufletec. Momentele de conștientizare a plăcerii ne ajută să ne protejăm împotriva stresului din viața de zi cu zi. Cei care nu prețuiesc plăcerea renunță în fiecare zi la numeroase clipe de fericire și la bucuria de a trăi.

Între timp, multe cercetări au arătat că experimentarea plăcerii declanșează în organism efecte relaxante și anxiolitice. Momentele de plăcere pot avea efecte pozitive și asupra sistemului imunitar. Acest lucru a fost demonstrat de studii ale oamenilor de știință americani încă din anii 1990.

Plăcerea se învață

Pentru a putea învăța din nou cum să simțim plăcerea, cercetătoarea în domeniul culinar Marlies Gruber a stabilit anumite reguli în cartea sa «Curajul de ne delecta»: În primul rând, pentru a ne delecta în mod corespunzător,



Chiar și plăcerile simple sunt importante: micul dejun împreună cu cei dragi poate asigura un început al zilei plin de bucurie.

avem nevoie de timp și nu trebuie să avem «sentimente de vinovăție». Mici momente de plăcere de pe parcursul zilei, pe care trebuie să le experimentăm în mod conștient, asigură liniștea sufletească necesară pentru consolidarea sentimentului de plăcere. Prin urmare, plăcerea nu poate fi doar «asociată» unui lucru, ci necesită atenție completă. În acest caz este valabilă și bine-cunoscuta zicală «mai puțin înseamnă mai mult». Plăcerea nu este o chestiune de cantitate, ci de calitate.

Plăcerea este o componentă esențială a îngrijirii de sine.

În cantități excesive, este dificil să experimentați plăcerea în mod corespunzător. Persoanele care consideră plăcerea o parte importantă a vieții de zi cu zi și nu caută ocazii speciale pentru a-și permite să se delecteze, pot face din plăcere un «obicei», o componentă constantă a vieții de zi cu zi. Cei mai importanți factori sunt, însă, voința și timpul, pentru a pune bazele necesare acestui comportament. Toate celelalte sunt abilități care pot fi dobândite în timp.

Un plus de plăcere pentru o calitate mai bună a vieții

Plăcerea nu este nici ceva ieșit din comun și nici un lux de care trebuie să ne bucurăm rar, ci este o parte valoroasă a vieții de zi cu zi, care are efecte pozitive asupra stării noastre de bine, precum și o sursă de echilibru în momentele stresante.

În cadrul misiunii întreprinderii cu același nume, Bell Food Group contribuie la asigurarea plăcerii în viața de zi cu zi: produsele standard de înaltă calitate garantează delectarea în bucătărie. Specialitățile atent selecționate sau produsele inovatoare asigură, pe de altă parte, diversitatea culinară. Iar grație preparatelor proaspete tip convenience, plăcerea poate fi în prim-plan și atunci când aveți puțin timp la dispoziție, deoarece vă puteți bucura de momentele respective fără a pierde timp pregătind masa.

Momentele de plăcere sunt numeroase și diverse – scurte sau prelungite, simple sau complicate, obișnuite sau speciale. Toate au, însă, un lucru în comun: oferă un plus de plăcere pentru o calitate mai bună a vieții. Iar viața este mult prea scurtă pentru a nu vă delecta cu mâncare bună. • sh

Angajații Bell Food Group dezbat tema «savoare»

Mmmm, delicios

Savoarea și arta culinară sunt esențiale în producerea alimentelor delicioase, de calitate superioară. Dar ce înseamnă savoare în activitățile desfășurate într-o zi de lucru? LOOK! le-a adresat această întrebare angajaților Bell Food Group.

«Savoarea și arta culinară nu sunt numai sloganuri strategice, ci sunt concepte care ghidează gândirea și acțiunile întreprinderii și ale angajaților. Cu toții trebuie să ținem cont de ele când ne desfășurăm activitatea. La urma urmei, savoare înseamnă bucurie de a trăi, fericire și îmbogățire personală. Alături de design-ul ambalajului, savoare este o componentă esențială. Crearea unui produs atractiv din punct de vedere culinar și cu multă savoare este un instrument de marketing important.»

Sarah Sutter
Manager de brand în cadrul Bell Elveția, Basel



«Întrucât provin din regiunea Burgundia, apreciez mâncarea și băuturile și doresc să îi inspir pe oameni cu diverse savori, pentru mine este o onoare să lucrez în această întreprindere. Mă simt ca pește în apă și mă bucur de fiecare zi. Încerc zilnic să creez noi arome și combinații, atât idei clasice, cât și «asocieri» inovatoare și neevidente din punct de vedere al gustului.»

Jaap de Cock
Co-manager în cadrul echipei Culinary Advisory Team din Bress, Werkendam



«Cu 30 de ani în urmă, nu aș fi crezut că astăzi voi lucra într-o «întreprindere industrială». Dar și aici creativitatea și savoare sunt pe primul loc. Mă bucur că am colegi care lucrează cu același entuziasm și aceeași pasiune ca mine. Cel mai mult mă bucur când pot pune în aplicare o idee în mod perfect, de la început până la sfârșit: momentul în care cel din fața ta gustă felul de mâncare, se uită în depărtare cu o privire plină de curiozitate și, deodată, pe chip îi apare zâmbetul. Acesta este momentul pe care îl așteptam.»

Michael Lock
Managerul Echipei culinare din cadrul Hilcona, Schaan



Aniversări

LOOK! îi felicită pe sărbătoriții din perioada decembrie 2020 – februarie 2021

Bell Schweiz

20 de ani de vechime

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

25 de ani de vechime

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

30 de ani de vechime

Jean-Pierre Schmit, 30 ianuarie, Bell Schweiz, Basel
Irma Ehret-Arnold, 1 februarie, Bell Schweiz, Basel
Christian Pfauwadel, 1 februarie, Bell Schweiz, Basel
Dominique Bonifas, 4 februarie, Bell Schweiz, Basel
Frédéric Eber, 11 februarie, Bell Schweiz, Basel

Pensionări

Renate Griner, 31 octombrie, Bell Schweiz, Basel (*completare*)
Peter Hochuli, 31 decembrie, Bell Schweiz, Oensingen

Pensionări anticipate

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

Deces

Pedro Mendez, 26 august, Bell Schweiz, Basel

Bell International

20 de ani de vechime

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

30 de ani de vechime

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

35 de ani de vechime

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

Pensionări

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

Deces

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

Convenience

20 de ani de vechime

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

Oferte actuale de locuri
de muncă găsiți la:
bellfoodgroup.com/karriere

25 de ani de vechime

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

30 de ani de vechime

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

35 de ani de vechime

Brigitte Ullmann, 3 decembrie, Hügli, Radolfzell
Michael Pfister, 12 februarie, Hilcona AG, Schaan

Pensionări

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

Pensionări anticipate

Eva Unterberger, 31 octombrie, Hilcona AG, Schaan (*completare*)
Bernd Gächter, 31 decembrie, Hilcona AG, Schaan
Brigitta Benz, 31 ianuarie, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach

Decese

Roger Aeberli, 3 octombrie, Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach



CĂUTAȚI RĂSPUNSUL Câștigați o seară gourmet

În această perioadă, trebuie, din când în când, să ne îngăduim mici plăceri. De exemplu, să savurăm o cină cu adevărat delicioasă: să ne lăsăm răsfățați cu preparate culinare create cu măiestrie, să ne delectăm cu feluri de mâncare rafinate și să descoperim combinații de arome extraordinare. Cu LOOK!, e posibil! Cu puțin noroc, puteți câștiga o seară gourmet într-un restaurant ales de dumneavoastră.

Întrebare de concurs
În ce articol găsiți foarte mulți
fulgi de zăpadă?

**Play &
Win!**

Premii

1 x seară gourmet într-un restaurant*
ales de dumneavoastră în valoare de 400 EUR,–

10 x cupoane de cumpărături în valoare de 30 EUR,–
pentru un supermarket local

*În cazul în care, din cauza situației actuale generate de coronavirus, este interzisă frecventarea restaurantelor, vă puteți revendica premiul ulterior.

Termenul-limită pentru participare este 20 martie 2021.

Trimiteți răspunsul împreună cu numele dumneavoastră, locul de muncă (fostul loc de muncă) și numele angajatorului la adresa look@bellfoodgroup.com.

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

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

Bell Elveția: specialități în ambalaje atrăgătoare

Perioada Crăciunului este și perioada vizitelor. Dacă vă întrebați: «Oare ce să aduc?», Bell are răspunsul potrivit: pulpă de vită crudă, uscată, produsă în cantonul Graubünden, jambon crud, fraged, produs în cantonul Graubünden sau carne uscată, savuroasă, din regiunea Valais, într-o cutie de lemn festivă. În plus, jambonul uscat din regiunea Valais, pe care Bell îl oferă sub formă de felii de 500 de grame, este ideal pentru o farfurie de aperitive, chiar și fără cutia din lemn.



Bell Elveția: somon afumat rafinat

În săptămâna de Crăciun, Bell readuce pe piață un produs clasic, care poate fi savurat în orice anotimp: somonul afumat din Norvegia. Fileul, care poate fi comandat și de către personalul Bell Elveția, este însoțit de un cuțit corespunzător, pentru o tăiere profesionistă a feliilor.



Sugestii de la Bell Food Group pentru zile de sărbătoare pline de savoare

UN FINAL CREATIV

Restricțiile care ni s-au impus în anul 2020 au avut și părți bune. Mulți oameni au încercat să uite de frustrarea provocată de coronavirus gătind și savurând preparate culinare; unii chiar au încercat ceva nou. Cu numeroase produse noi, Bell Food Group oferă încă o dată cea mai bună inspirație culinară pentru sfârșitul anului. •mr

Bell Elveția: totul pentru fondue și preparate la grătarul de masă

Pentru toți cei care își petrec cu plăcere zilele de sărbătoare preparând alimente la grătar, Bell oferă o gamă variată de produse feliate fondue și pentru grătarul de masă. Cu două farfurii cu preparate la grătar pentru petreceri și trei variante de fondue chinezesc, oferta noastră este ideală pentru iubitorii de carne de pasăre, vită și porc. Deosebit de practic: produsele fondue pot fi servite directe în bolurile auri.



Cu farfuriile pentru petreceri de la Bell, vă puteți bucura de preparate la grătar împreună cu invitații dumneavoastră.



Eisberg Ungaria: primul bol cu carne

Cu «Syrtaki Gyros Salad Bowl», lansat de curând, Eisberg Ungaria oferă pentru prima dată un bol de salată cu carne. Condimentată în stil grecesc și rafinată cu sos tzatziki, această salată va da o savoare mediteraneeană pauzei dumneavoastră de prânz. Clienții din Ungaria care sunt interesați de produse organice vor fi încântați de noul amestec «Bio Baby Leaf» de la Eisberg.



Eisberg Elveția: două Buddha Bowls noi

Pentru a stârni apetitul clienților pentru salată și în sezonul rece, chiar de la începutul toamnei, Eisberg și-a extins sortimentul popular de Buddha Bowl pentru Coop, acesta incluzând variantele «Falafel & Kürbis» (Falafel și dovleac) și «Avocado & Linsen-Quinoa» (Avocado și linte-quinoa). Ambele versiuni noi, vegane, sunt adecvate pentru un prânz responsabil, dar pot fi și o garnitură gustoasă pentru cină.



Hilcona: paste cu ciocolată

Cu «Agnolotti Chocolate», din gama Pasta Fina, Hilcona le oferă clienților săi din domeniul serviciilor alimentare un produs cu adevărat inovator, în ediție limitată. Umplutura cu aromă subtilă este preparată din ciocolată elvețiană cu lapte și ciocolată belgiană neagră, iar aluatul din care sunt făcute pastele este rafinat cu cacao. Astfel, în zilele de sărbătoare, vă bucurați de un desert special, ca la restaurant.



«Agnolotti Chocolate» este denumirea noului desert cu ciocolată pentru zilele de sărbătoare.

Hügli: müsli cu substanțe esențiale pentru un sistem imunitar puternic

Noul produs din gama müsli granoVita de la Hügli se numește «Immun Wunder». Acesta conține substanțe esențiale, precum fier, vitamina C și zinc, care asigură o bună funcționare a sistemului imunitar. Noul produs müsli completează gama existentă, care include, de exemplu, «Omega Wunder» pentru colesterolul sangvin, precum și «Venus Wunder» pentru o perioadă liniștită la menopauză.



Eisberg Austria: baghete delicioase

Pentru micile gustări, Eisberg Austria a creat trei sandvișuri cu baghete cu ingrediente delicioase ca produse Private Label pentru clienții comerciali. Lubitorii de baghete din Austria și Germania se pot bucura de variantele «Salami» (Salam), «Schinken-Käse» (Șuncă și brânză) și «Grilled Chicken» (Pui la grătar) de la mijlocul lunii octombrie.



Hilcona: noul «univers al burgerilor vegetarieni»

Cele patru variante noi de burgeri vegetarieni, «Farmer Style», «Mexican Style», «Italian Style» și «Mountain Style» scot din nou în evidență expertiza Hilcona în domeniul alimentației vegetariene. Create pentru domeniul serviciilor alimentare, aceste produse sunt ideale, de exemplu, pentru a fi servite în școli.

Meniul de Crăciun pe bază de asocieri culinare

Răsfățați-vă simțurile pentru a intra în atmosfera festivă

Probabil că, anul acesta, mulți vor fi cuprinși de acea stare contemplativă adesea evocată de Crăciun. Aceasta este ocazia perfectă să gătiți regește. Iată de ce șirețeta de Crăciun de la Look!, ce mizează pe «asocieri culinare» fascinante, este de această dată mai complexă. Totuși, cu ajutorul instrucțiunilor lui Philipp Glauser, managerul departamentului Culinary Advisors de la Hügli, chiar și începătorii vor putea să o prepare.

Asociere culinară

Știați că nu doar ciocolata, ci și busuiocul sau parmezanul se armonizează excelent cu căpșunile? Chiar și știința se ocupă de astfel de combinații noi, fascinante, de alimente. Termenul de specialitate pentru principiul combinării de ingrediente care prezintă substanțe aromatice comune se numește «asociere culinară». La prima vedere, ingredientele utilizate par să nu aibă nimic în comun. Cine s-ar fi gândit că, de exemplu, cafeaua și carnea de vită au în comun peste 100 de arome? Aromele alimentelor astfel «fuzionate» se potentează reciproc și oferă experiențe gustative noi, palpitate.

Cappuccino din broccoli cu foaie de coacăze

Pentru 4 persoane



Food pairing:
Broccoli
Brânză de capră
Coacăze

Cremă de broccoli

12 g unt
1 ceapă mică
½ tulpină de praz
50 g țelină de rădăcină
250 g broccoli
30 g făină albă
500 ml supă concentrată de legume
100 ml smântână pentru frișcă (35% grăsime)
Sare și piper alb măcinat

Tăiați ceapa în bucăți mari, tocați mărunț prazul și țelina și înăbușiți-le în unt, într-o oală mare. Tăiați broccoliul în bucăți mici, adăugați-l peste legume și înăbușiți-le. Adăugați un strat subțire de făină și lăsați preparatul să se răcească. Apoi, adăugați supă concentrată de legume și lăsați totul să fiarbă, în timp ce amestecați. Asezonați cu sare și piper și lăsați preparatul să fiarbă la foc mic timp de 30 de minute, îndepărtând frecvent spuma. Apoi, amestecați supa cu mixerul de mână și treceți-o printr-o sită fină. La final, amestecați smântâna în preparat.

Foaie de coacăze

1 dl suc de coacăze
1 gălbenuș de ou
12 g amidon de porumb

Amestecați gălbenușul și amidonul, adăugați-le peste sucul de coacăze și încălziți amestecul lent, până se îngroașă. Treceți preparatul obținut printr-o sită fină și întindeți-l pe un covoraș pentru copt sau pe o hârtie de copt. Cine dorește poate să presare deasupra condimente măcinate pentru vin fiert. Coaceți la o temperatură de 150 °C aprox. 10 minute. La final, rupeți foaia în bucăți și, după caz, lăsați-o să se usuce complet la temperatura camerei.

Sugestie: Foaia de coacăze se poate pregăti și cu o zi înainte.

Spumă din cremă de brânză de capră

125 g cremă de brânză de capră
125 g lapte integral

Amestecați laptele și brânza într-o oală. Amestecați cu un mixer pentru spumă de lapte în timp ce crema se încălzește lent.

Sugestie: Puteți obține o spumă excelentă și prin spumarea cremei cu duza pentru spumă de lapte a espresso-ului.

Prezentare

Turnați crema de broccoli în boluri de supă, așezați deasupra o lingură de spumă din cremă de brânză de capră și decorați preparatul cu foaia de coacăze.

Cotlet de miel cu fasole și piure de morcovi

Pentru 4 persoane

Food pairing:
Miel
Merișoare
Morcovi



Cotlet de miel cu crustă din ierburi aromatice și brânză Gruyère

700 g cotlet de miel
20 g brânză Gruyère (rasă)
80 g pesmet Panko
60 g unt
5 g ierburi aromatice amestecate
(tocate mărunț)

În cazul în care nu cumpărați un cotlet pregătit de măcelar, îndepărtați pielea argintie și tendoanele. Gătiți cotletul fie prin tehnica sous vide (în vacuum) la 56 °C, la bain-marie, timp de 1,5 ore sau în cuptor, la 170 °C, până ce ajunge la o temperatură internă de 56 °C. Între timp, topiți untul și amestecați-l cu pesmetul Panko, brânza Gruyère și ierburile aromatice. Întindeți preparatul pe lungimea cotletului de miel, așezat pe o tavă de copt, și lăsați-l să se răcească. După scurgerea timpului de gătire, aplicați stratul de ierburi aromatice deasupra cotletului de miel, presați-l la nivelul acestuia și frigeți cotletul în cuptor, poziționându-l sub grătar, la temperatură maximă, până când capătă o culoare brun-aurie.

Fasole cu sos de merișoare

200 g fasole păstăi
200 g fasole albă
25 g sos pentru friptură
240 ml apă
40 g pulpă sau suc de merișoare
20 g cremă de oțet balsamic
1 fir de rozmarin

Lăsați fasolea la opărit aprox. 15 minute, în apă cu sare. Amestecați sosul pentru friptură în apă fierbinte, aromatizați preparatul cu pulpa sau sucul de merișoare, crema de oțet balsamic și un fir de rozmarin și lăsați-l să fiarbă.

Piure de morcovi cu tarhon

40 g morcovi
Tarhon, după gust
¼ cartof
Sare și piper

Decojiți morcovii și sfertul de cartof, tăiați-i în bucăți mari și lăsați-le la fiert în apă cu sare până când dobândesc o textură moale. Pisați legumele până când obțineți un piure fin, asezonați-le cu sare și piper și condimentați-le cu tarhon mărunțit.

Prezentare

Poziționați păstăile de fasole una lângă alta, alternând culorile. Așezați cotletul deasupra acestora. Puneți pe farfurie o cantitate mică de piure și, cu ajutorul unei linguri, trasați o linie pe suprafața acesteia.

Turnați sosul și, eventual, decorați preparatul cu merișoare.

Tiramisu cu banane și ceai negru

Pentru 4 persoane

Food pairing:
Bană
Ceai negru
Cafea



80 g pișcoturi
110 g espresso
2 pliculețe de ceai negru
25 g lichior Amaretto
5 g lichior Grand Marnier
5 g coniac
2 gălbenușuri de ou
1 albuș de ou
30 g zahăr
2 foi de gelatină (hidratate în apă rece)
150 g brânză Mascarpone
15 g zahăr
150 g smântână pentru frișcă
150 g banane
100 g sos de căpșuni
1 ½ foaie de gelatină (hidratată în apă rece)

Combinăți espressoul, lichiorul Amaretto și Grand Marnier și coniacul și lăsați pliculețul de ceai în acest amestec timp de aprox. 10 minute, pentru a-și elibera aroma. Așezați pișcoturile în forma pentru prăjitură și însiropați-le cu lichidul pregătit anterior.

Bateți albușul de ou cu 30 g de zahăr și sare, până când obțineți o consistență tare, și lăsați compoziția la răcit în frigider. Bateți gălbenușurile de ou cu 15 g de zahăr la bain-marie. Comprimați cele 2 foi de gelatină și încorporați-le în compoziția rezultată în urma amestecării gălbenușurilor

și a zahărului. Bateți compoziția cu ajutorul unui robot cu bol sau într-un vas adecvat până când aceasta se răcește. Când compoziția este rece, amestecați brânza Mascarpone și încorporați cu grijă albușul bătut tare. Bateți smântâna pentru frișcă până la 90% și pisați bananele, iar apoi încorporați-le cu grijă.

Întindeți crema peste pișcoturi și nivelați-o. Încălziți ușor sosul de căpșuni, încorporați în el 1 ½ foaie de gelatină și turnați-l peste tiramisu. Lăsați tiramisu la frigider timp de cel puțin 2 ore, apoi împărțiți-l în porții și așezați-l în farfurie.

Sugestie pentru prezentare

Înainte de a așeza preparatul în farfurie, bateți o cantitate mică de albuș până când obțineți o consistență tare și întindeți-o pe fundul unei tigăi de dimensiuni mici. Răsturnați tigaia deasupra farfuriei și ridicați-o repede, astfel încât să obțineți mici «coline». Flambați albușul cu un arzător cu gaz și așezați tiramisuul pe patul de bezea.

Medalii de aur și argint
câștigate la concursul «Produsul anului»

Dublă victorie pentru Bell Germania

De acum înainte, două produse de la Bell Germania pot revendica titlul de «Produsul anului»: fripturile Gourmet naturel și Serrano Reserva de la Abraham. Acestea au obținut renumita distincție din domeniu acordată de publicația de specialitate «Lebensmittel Praxis» la categoria Carne, mezeluri și carne de pasăre.

Anul acesta, Bell Germania a ocupat două locuri pe podium la decernarea bine-cunoscutului premiu «Produsul anului»: pentru cele patru variante de friptură ale mărcii Gourmet naturel, întreprinderea a obținut o medalie de aur, la aceasta adăugându-se medalia de argint obținută de șunca Serrano Reserva de la Abraham.

«Suntem încântați de câștigarea celor două medalii», afirmă Stephan Holst, managerul Departamentului de marketing și comunicații din cadrul Bell Germania. «Nu este prima dată când un produs de la Bell Germania este ales «Produsul anului». Dar dubla distincție de anul acesta este ceva special pentru noi.»

Popularitatea ambelor produse câștigătoare nu este întâmplătoare. Datorită caracteristicilor lor remarcabile, sunt foarte îndrăgite. Fripturile Gourmet naturel nu conving numai prin carnea fragedă provenită de la taurine franceze. Datorită procentului redus de plastic

utilizat și detașării simple a foliei de partea din carton, în vederea eliminării ca deșeuri, ambalajul lor FlatSkin® prezintă un nivel superior de sustenabilitate. În plus, șunca Serrano Reserva de la Abraham nu este doar pentru cei care îndrăgesc speciilitățile mediteraneene, ci și pentru clienții care apreciază calitatea și preferă produsele cu o denumire de origine protejată.

De 20 de ani, redacția publicației germane de specialitate «Lebensmittel Praxis» îi îndeamnă pe consumatori să premieze cele mai bune inovații din comerțul cu amănuntul al produselor alimentare. Chestionarul online a fost realizat independent de Institutul de cercetare a pieței Innofact din Düsseldorf. În total, participanții – cel puțin 400 de subiecți la fiecare categorie – au evaluat produse din 42 de grupe.

Pentru Bell, câștigarea medaliilor nu reprezintă doar renume și onoare. Un reportaj cuprinzător din «Lebensmittel Praxis», precum și posibilitățile suplimentare de a utiliza aceste distincții în activitățile publicitare asigură mai multă popularitate produselor premiate și stimulează achizițiile clienților. • *mr*



Datorită caracteristicilor lor remarcabile, produsele câștigătoare sunt foarte îndrăgite.