

LOOK!

Revista para los empleados de Bell Food Group

01 2021



***Mentes
brillantes***

BELL
FOOD
GROUP





Contenido

De la empresa

- 4 Bien posicionados para el futuro**
2020, un año de éxitos para el Bell Food Group
- 5 Decisiones por el beneficio del grupo**
EPIC: Excellent procurement in cooperation
- 6 Dando forma al futuro**
Opera: Proyecto parcial Holinden, en Oensingen

Vista panorámica

- 10 De Pulyka a Sütäg**
Bienvenidos
- 10 ¡Nos importa su opinión!**
Encuesta a los empleados del Bell Food Group
- 10 Un ejemplo a seguir para jóvenes talentos**
Jan Schemmer recibe el galardón de la industria cárnica

- 11 De todo corazón**
Los aprendices de Hilcona reparten 1000 paquetes navideños
- 11 Movilidad sin emisiones de CO₂**
Dos camiones de hidrógeno para el Bell Food Group

Artículo

- 12 Mentes brillantes**
Las buenas ideas son tradición en el Bell Food Group

Las personas marcan la diferencia

- 18 Ey, ¿qué te parecería si ...?**
Los empleados del Bell Food Group hablan sobre las «buenas ideas»

Sostenibilidad e innovación

- 20 Menos es más**
Menos plástico para embalajes más sostenibles

Aniversarios

- 24 Aniversarios**
LOOK! felicita los aniversarios de entre marzo y mayo de 2021

Concurso

- 27 Innovaciones para el hogar**
Pregunta del concurso

Nuestro mundo del placer

- 28 De clásico a creativo**
El Bell Food Group llama a la mesa
- 32 Recetas contra la nostalgia**
Nueva línea de Bell en Suiza con cuatro clásicos jamones crudos
- 34 Una hierba para cada ocasión**
Un poco de herbología

Así es la calidad

- 36 Producto original premiado**
La pasta Hilcona es «Producto del año 2021»

Podemos estar orgullosos de nosotros mismos

Estimados empleados, estimadas empleadas:

Hace algo más de un año nos encontrábamos a las puertas de la pandemia de coronavirus. La situación era desconocida, reinaba la incertidumbre y los cambios se sucedían día tras día. Especialmente durante esa época, el Bell Food Group resultó especialmente resistente a la crisis.

Como empresa hicimos todo lo posible para proteger la salud de la plantilla y mantener el abastecimiento en todo momento. Esto fue posible gracias al trabajo y compromiso de todos. Aunque algunas áreas, especialmente Food Service y Convenience, se han visto fuertemente afectadas por las consecuencias de la pandemia, como grupo podemos presentar un resultado satisfactorio para el 2020.

Como grupo tenemos una estructura fuerte y estable.

No habría sido posible sin su extraordinario compromiso y quiero expresarles mi sincero agradecimiento. Tenemos motivos para estar orgulloso de nosotros mismos.

La pandemia seguirá dejando huella durante este ejercicio y tendrá efectos notables sobre la marcha de los negocios del Bell Food Group. Sin embargo, estoy convencido de que seguiremos siendo capaces de reaccionar con rapidez a los efectos impredecibles y, al mismo tiempo, seguir persiguiendo nuestros objetivos estratégicos a largo plazo. Pues el año pasado nos demostró una vez más que como grupo tenemos una estructura fuerte y estable. En tiempos de crisis hemos logrado reaccionar con destreza a las condiciones cambiantes y superar los retos.

El futuro del Bell Food Group se debe construir también sobre la certeza de esa solidez. Con nuestras tres orientaciones estratégicas hemos marcado el camino que seguiremos seguir en los próximos años. En las instalaciones de Holinden, en la localidad suiza de Oensingen, el fu-

turo ya está tomando forma. Los edificios que se están construyendo en el marco del programa de inversiones Opera garantizarán que en el futuro seamos más eficientes, más productivos y más sostenibles. Lo mismo puede decirse de las amplias inversiones en la sede central de Hilcona en Schaan.

Sin embargo, en muchas áreas, especialmente en la producción, ya estamos viviendo el futuro: tanto la planta de mezclas de Hügli en Radolfzell como el negocio de Convenience de Eisberg en Marchtrenk están considerados unos de los representantes más modernos en toda Europa. Y estos son solo algunos ejemplos. También se han puesto en marcha muchos proyectos a pequeña escala que logran que el Bell Food Group, como empresa moderna, mire hacia delante con confianza y esté preparado para hacer frente a los retos futuros.

Todo eso sin olvidar lo más importante: detrás de todas estas iniciativas estamos todos nosotros, personas en busca de algo nuevo o con ganas de convertir algo bueno en algo mejor. Con nuestras buenas ideas contribuimos entre todos a que el Bell Food Group sea cada día un poquito mejor, y de eso también podemos estar orgullosos.

Lorenz Wyss
Presidente de la Dirección del grupo



2020, un año de éxitos para el Bell Food Group

Bien posicionados para el futuro

En un año marcado por la pandemia del coronavirus, el Bell Food Group ha generado unos beneficios empresariales de 117,7 millones de CHF. Se ha podido salvaguardar la salud de la plantilla y mantener el abastecimiento en todo momento. Tres orientaciones estratégicas nuevas ayudarán a seguir avanzando con éxito en el futuro. • sh

Beneficios claramente superiores a los del año anterior

El Bell Food Group ha crecido en 2020: las ventas ajustadas de 2020 han ascendido a 4,1 miles de millones de CHF, lo que supone un aumento de 112,1 millones de CHF (+2,7 %) respecto al año anterior. En el área de negocio Bell Suiza, el crecimiento satisfactorio del sector minorista ha compensado con creces el retroceso de ventas de Food

«Podemos estar orgullosos de nosotros mismos.»

Service. También se ha conseguido una mejora de los resultados en el área de negocio Bell International. Debido a su marcada orientación hacia la restauración fuera del domicilio y la comida para llevar, el área de negocio Convenience ha sido la más afectada por las consecuencias negativas de la pandemia del coronavirus. Esta caída en las ventas solo se ha podido compensar parcialmente a través del canal minorista.

Reto superado

Tras el estallido de la pandemia se aplicaron amplias medidas de protección e higiene en todas las sedes. Sobre estos momentos difíciles, Lorenz Wyss comenta: «El Bell Food Group ha logrado proteger la salud de su plantilla de la mejor forma posible. También debemos estar orgullosos de haber conseguido mantener el abastecimiento en todo momento. Sin duda hay que agradecerse a la plantilla, ya que todo esto no habría sido posible sin su extraordinario compromiso.»

Tres orientaciones estratégicas

Este último año el Bell Food Group también ha revisado su enfoque estratégico y lo ha adaptado a los retos venideros. Para aplicarlo se han definido tres orientaciones estratégicas:



Refuerzo de la actividad principal

El Bell Food Group quiere ampliar de forma sostenible su posición de liderazgo en su actividad principal en el mercado suizo minorista y de Food Service. En el negocio internacional, la prioridad continúa siendo reforzar la posición de mercado y la rentabilidad del jamón crudo, así como ampliar la oferta sostenible de la carne de ave de corral.



Crecimiento en Convenience y el área vegetariana

El Bell Food Group quiere reforzar su posición en el mercado Convenience y en la región DACH aprovechando los centros productivos de Marchtrenk y Bad Wünnenberg. Otro de los puntos centrales será el desarrollo de nuevas soluciones alimentarias para el área de gastronomía con el proyecto «Smart Cuisine» en Europa.



Inversión en eficiencia y rendimiento

Para asegurar de forma sostenible el rendimiento en la actividad principal suiza, el Bell Food Group ha aplicado un amplio programa de inversiones en la sede de Oensingen. También se han previsto grandes inversiones en la sede central de Schaan, en Liechtenstein, con el objetivo de modernizar los procesos centrales.

Puede consultar la nota de prensa completa en nuestra página web:



EPiC: Excellent procurement in cooperation

Decisiones por el beneficio del grupo

A mediados de 2019, el departamento de Compras recibió el encargo de ahorrar un total de 10 millones de francos en todo el Bell Food Group. Gracias al proyecto EPiC, este objetivo está cada vez más cerca. Thomas Graf, jefe de proyecto, esboza un balance provisional.



da Thomas Graf. Para poder evaluar a estos proveedores, primero se tuvo que reunir toda la información y hacer una puesta en común con todos los participantes.

«En un primer paso definimos estándares comunes, también en lo referente a criterios sociales y de sostenibilidad, algo que todavía no habíamos tenido en el grupo. Hasta entonces cada área había trabajado con sus propios criterios de compra, pero todavía no se habían puesto en práctica de forma consecuente las reflexiones estratégicas en beneficio del grupo. Ahora las decisiones también se deben tomar desde la perspectiva del Bell Food Group y del grupo Coop.»

Los primeros éxitos ya han llegado: «Entretanto, hemos podido reducir el número de proveedores en un tercio. Se perfilan ahorros que superan el objetivo del proyecto. EPiC ya ha contribuido en 2020 notablemente a mejorar el resultado y seguirá haciéndolo en el futuro.»

Desde el principio del proyecto también ha mejorado considerablemente la colaboración entre los implicados. «Primero nos teníamos que conocer unos a otros y empezar a colaborar», reflexiona Thomas Graf, «y sentarnos todos a una mesa, algo que solo fue posible gracias al compromiso de cada uno de los implicados. Solo de forma conjunta logramos aprovechar las sinergias óptimas en el mercado de las compras y asegurarlas para el futuro.» La siguiente fase consistirá en devolver lentamente la organización del proyecto a las organizaciones internas.

El equipo central formado por Thomas Graf y los directores y directoras de compras responsables recibe el apoyo de una consultora externa y del equipo de compras de artículos no comerciales de Coop. Sin embargo, en toda el área de compras hay más de 100 personas implicadas para poder poner en práctica el proyecto. • sh

EPiC ha contribuido en 2020 notablemente a la mejora del resultado.

«En realidad, EPiC no es nada nuevo. Los proyectos para aprovechar el potencial de ahorro se ponen en marcha con cierta regularidad», explica Thomas Graf, «pero definitivamente es la primera vez que se lleva a cabo un proyecto de esta magnitud.» Desde principios de 2020,

Thomas Graf es el responsable de la gestión global del proyecto EPiC en todo el grupo.

Cuando el resultado provisional de 2019 fue peor de lo esperado, la Dirección del grupo dispuso como medida inmediata optimizar las condiciones de compra con los proveedores. El objetivo era ahorrar diez millones de francos suizos. Con EPiC, la abreviatura de Excellent procurement in cooperation, es decir, la excelencia en compras gracias a la cooperación, se han creado estructuras que permiten optimizar los costes de la forma necesaria.

«En el grupo de productos de material de embalaje, donde empezamos a optimizar, trabajábamos con más de 150 proveedores en todo el grupo al inicio del proyecto. La suma de todos correspondía a un volumen de compra anual de más de 100 millones de francos suizos», recuer-

Opera: Proyecto parcial Holinden, en Oensingen

DANDO FORMA AL FUTURO

Bell Suiza está construyendo tres plantas industriales en Oensingen con visión de futuro. Un almacén frigorífico, una planta de loncheado y la plataforma logística «Centro» contribuirán a que la empresa sea más eficiente, productiva y sostenible. El programa de inversiones Opera va viento en popa.

Con una altura de hasta 30 metros, estos edificios que se construirán en el área de Holinden, en Oensingen (Suiza), se pueden ver claramente desde la autopista A1. El almacén frigorífico, la plataforma logística y la planta de loncheado no son solo impresionantes, sino que también suponen una proyección de futuro para Bell en Suiza. Harán que la empresa sea más eficiente,

Para Bell Suiza, los nuevos edificios están orientados al futuro.

productiva y se mantenga en forma para hacer frente a la competencia nacional e internacional. También contribuirán a que la producción sea respetuosa con el medio ambiente. Estos edificios forman parte del programa de inversiones Opera. El consejo de administración aprobó el proyecto parcial Holinden en octubre. El almacén frigorífico ya está en construcción y se prevé que en 2024 estén listos todos los edificios. A continuación presentamos los detalles más importantes del proyecto.



CENTRO

ALMACÉN FRIGORÍFICO

PLANTA DE LONCHEADO

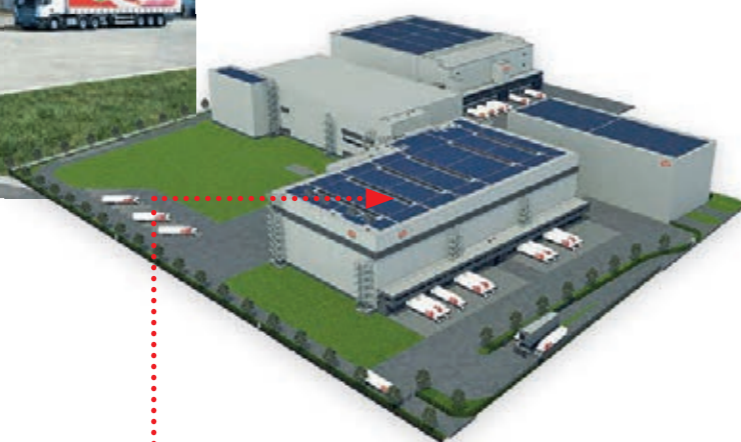
EDIFICIO DE APARCAMIENTO



A través de la webcam podrá seguir el avance de la construcción del almacén refrigerante. Para ello, escanee el código QR con el móvil.



El almacén frigorífico llegará a tener una altura de 30 metros aprox.



ALMACÉN FRIGORÍFICO

Proyecto: En Oensingen se está construyendo el mayor almacén frigorífico del Bell Food Group. Tiene capacidad para hasta 35 000 palés. Está en construcción desde abril de 2020.

Qué aporta: Gracias a este almacén, Bell Suiza podrá centralizar toda la capacidad frigorífica en Oensingen. Sustituye a las dos instalaciones frigoríficas de Basel y a otros almacenes externos.

Para el medio ambiente: Este moderno almacén es claramente más respetuoso con el medio ambiente. Reduce a la mitad las emisiones de CO₂ en comparación con los almacenes frigoríficos que hay hasta la fecha.



Los edificios del área de Holinden estarán equipados con la tecnología más moderna.

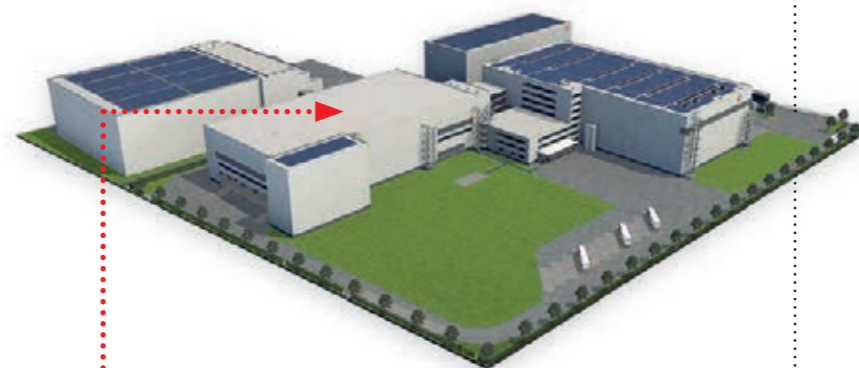
CENTRO

Proyecto: Será el eje logístico de Bell Schweiz AG. En el futuro, todos los artículos (excepto los productos del mar) de los doce centros productivos de Bell Suiza se llevarán a la plataforma logística, allí se almacenarán, se marcará su precio, se despacharán y se enviarán a los clientes.

Qué aporta: Hace que sea posible enviar las mercancías en un menor plazo de tiempo. Se acorta significativamente el denominado ritmo de entregas. En el futuro esto permitirá, por ejemplo, que la sucursal de un gran cliente encargue mercancía hasta las 15 h y la reciba ya a las 7 h del día siguiente.

Para el medio ambiente: Gracias a los reducidos plazos de entrega, la sucursal podrá evaluar con mayor precisión cuánta mercancía necesita. Esto reduce el desperdicio de alimentos, porque al final del día hay que desechar menos mercancía.

El proyecto parcial de Holinden es sinónimo de eficiencia, rendimiento y sostenibilidad.



PLANTA DE LONCHEADO

Proyecto: En el futuro, esta nueva planta loncheará de forma centralizada para la charcutería de Bell Suiza. Los centros envían los productos a la planta, donde se cortan cuanto antes *o just in time*. El edificio ofrece espacio para ocho líneas.

Qué aporta: La planta de loncheado dispone de una moderna tecnología de salas blancas, gracias a la cual llegan todavía menos microorganismos a los productos, lo que prolonga significativamente su conservación. En el supermercado, esto supone que se deseche mucha menos mercancía.

Para el medio ambiente: Una mayor conservación reduce el desperdicio de alimentos.



Otros edificios: aparcamiento y central tecnológica.

En el área de Holinden también se construirá un edificio para aparcamiento y otro para la central tecnológica. El primero sustituye a la zona de estacionamiento de la calle Dünnerstrasse (esta zona de estacionamiento dejará espacio para la ampliación del matadero). El segundo albergará la central tecnológica, un taller, un guardarropa, una cantina y oficinas.



Edificio de aparcamiento

Análisis de datos y robótica

Los edificios del área de Holinden estarán equipados con la tecnología más moderna. Una plataforma recogerá los datos y los evaluará de forma centralizada. Así, por ejemplo, los procesos se podrán coordinar mejor entre sí (loncheo, embalar y preparar para su envío). Con la robótica se automatiza de forma consecuente el trabajo físico monótono. Por ejemplo, los robots clasificarán la mercancía lista para la venta en embalajes adecuados para la entrega. El análisis de datos y la automatización requieren trabajadores adicionales con cualificaciones y habilidades específicas. La aplicación de nuevas tecnologías significa, también, producir de forma que se conserven mejor los recursos. Las instalaciones modernas del área de Holinden, por ejemplo, consumen menos energía, el calor residual se utiliza como fuente de energía y se utilizan medios refrigerantes naturales. La técnica moderna simboliza así el objetivo del proyecto parcial de Holinden en su conjunto: eficiencia, rendimiento y sostenibilidad. • ts

Bienvenidos



De Pulyka a Süttag

Desde el 1 de noviembre de 2020, la empresa Süddeutsche Truthahn AG (Süttag) de la localidad alemana de Ampfing tiene oficialmente 370 personas más en plantilla. ¡Les damos la bienvenida al Bell Food Group!

En vista a un cambio en la legislación alemana que prohíbe los contratos de obra en la industria cárnica a partir de 2021, el 1 de noviembre de 2020 la plantilla de Pulyka GmbH, a cargo principalmente de labores de sacrificio y despiece, se incorporó a Süttag. • sh

Encuesta a los empleados del Bell Food Group

¡Nos importa su opinión!

En junio de 2021 se llevará a cabo la próxima encuesta a los empleados de todo el Bell Food Group.

No solo nos interesa mucho la opinión de todos nuestros empleados y nuestras empleadas, sino que es vital para nosotros. Gracias a las respuestas podemos detectar áreas de mejora y elaborar soluciones.

Por eso, en junio queremos realizar una nueva encuesta entre la plantilla, que por primera vez incluirá también a las compañeras y los compañeros de Hügli. Recibirán la información necesaria oportunamente de parte de sus superiores y departamentos de personal. Esperamos que participen, ¡su opinión cuenta! • sh



Jan Schemmer recibe el galardón de la industria cárnica

Un ejemplo a seguir para jóvenes talentos

Por su exitosa carrera de carnicero a responsable de gestión de producto y desarrollo en Bell Suiza, Jan Schemmer ha recibido este año el premio «Förderpreis der Fleischwirtschaft».

Jan Schemmer ha llegado muy lejos con 32 años. De carnicero, maestro carnicero y técnico de carnicería a estudiar un MBA e incorporarse a la dirección de la empresa, el actual responsable del departamento de Gestión de producto y Desarrollo de Bell Suiza no ha dejado de evolucionar profesionalmente en los últimos años. Este excepcional currículum le ha hecho merecedor este año del «Förderpreis der Fleischwirtschaft», galardón otorgado por la industria cárnica.

«Estoy muy contento de haber recibido este reconocimiento y espero con ello motivar a la gente joven a formarse en este sector», explica Jan Schemmer. «Todo lo que necesitas es interés y ganas de trabajar, así como pasión por la carne. Con estos ingredientes se tiene una base sólida para muchas vías profesionales, como muestra mi ejemplo.»

En ediciones anteriores, el galardón había recaído sobre todo en talentos de carnicerías tradicionales. Para mostrar que también los centros

industriales impulsan al colectivo profesional, Jan presentó este año su candidatura al premio. «Confío en poder animar a gente joven a desarrollar una carrera en nuestro grupo empresarial para que de esta forma en el futuro podamos encontrar con más facilidad personal cualificado para las exigentes funciones en las áreas vinculadas a la producción», explica.

El galardón «Förderpreis der Fleischwirtschaft» se otorga desde hace ocho años por las publicaciones especializadas «allgemeine fleischer zeitung» (afz) y «Fleischwirtschaft» del grupo de medios de comunicación dfv. El jurado está compuesto por expertos de alto nivel procedentes del área económica, industrial y periodística. También resultó premiado Alfred Remmele Conde, que vino a Alemania desde Guatemala específicamente para formarse profesionalmente como carnicero. • mr

Los aprendices de Hilcona reparten 1000 paquetes navideños

De todo corazón

Durante dos días, los aprendices de Hilcona en Suiza prepararon y repartieron las pasadas navidades 1000 paquetes para familias golpeadas por el destino.

Los aprendices de la planta de Hilcona en Schaan tuvieron esta bonita idea el pasado diciembre: el mejor regalo es el tiempo. Por eso, con ayuda de numerosos departamentos de Hilcona y con grandes dosis de entrega, organizaron un «puente solidario» entre las sedes suizas de Hilcona en Schaan y Orbe: 1000 paquetes navideños repletos de productos gourmet con destino a familias necesitadas de Orbe.

«Nos han llegado muchas noticias de las familias desfavorecidas en torno a Orbe. A menudo les falta incluso el dinero para comprar alimentos», explican los aprendices, «es muy duro. Por eso es especialmente importante buscar nuevas vías de ayuda. Tuvimos claro desde el principio que debíamos ayudar, y lo hacemos con ganas. Mucho mejor, claro, si respondemos a una necesidad real y podemos llevar algo de luz a la vida de las distintas familias.»

Günter Grabher, coordinador de la formación profesional de Hilcona, está orgulloso de su equipo: «Desde la concepción hasta la preparación de los 1000 paquetes, ha sido una experiencia muy intensa y emotiva. Apenas se podía expresar en palabras el ambiente. Estoy muy agradecido por el excepcional compromiso de nuestros jóvenes aprendices» • Markus Amann, Communications Manager de Hilcona en Schaan



Dos camiones de hidrógeno para el Bell Food Group

Movilidad sin emisiones de CO₂

Dos modernos camiones eléctricos de hidrógeno circulan desde hace poco por Suiza y Liechtenstein al servicio del Bell Food Group. ¡Transporte de mercancías con emisiones cero!



Apenas se les oye arrancar. Tan solo se percibe un suave silbido cuando los colosos empiezan a rodar. Ningún ronquido de los motores diésel, solo un suave zumbido como el de las torres eléctricas.

Ahí van los dos nuevos camiones eléctricos de hidrógeno. Las dos compañías logísticas suizas Chr. Cavegn AG y F. Murpf AG apuestan por la movilidad sostenible sin emisiones de CO₂. Con ellos, dos de las cincuenta unidades fabricadas para Suiza por la coreana Hyundai están al servicio del Bell Food Group.

El hidrógeno para los camiones se produce con electricidad procedente de fuentes renovables. Dentro de la pila de combustible del camión,

el hidrógeno reacciona con el oxígeno del ambiente y libera de nuevo la energía en forma de corriente eléctrica. Como producto residual únicamente se obtiene vapor de agua que se elimina por el escape. Este circuito cerrado hace que la propulsión no tenga emisiones de CO₂. De esta forma, el nuevo camión ahorra hasta 80 toneladas de emisiones de CO₂ al año.

Además, uno de los nuevos vehículos luce la nueva imagen de marca del Bell Food Group. Con ello se subrayan los esfuerzos del grupo por una producción y logística sostenibles de los alimentos frescos. • sh



Las buenas ideas son tradición en el Bell Food Group

Mentes brillantes

Ya sea en Bell, Eisberg, Hilcona o Hügli: en todo el Bell Food Group, desde el principio se juntaron personas con buenas ideas y espíritu de vanguardia. Esta fuerza innovadora ha acompañado a todas las divisiones del grupo empresarial a lo largo de toda su historia, hasta el día de hoy. A menudo son las pequeñas innovaciones las que tienen un gran impacto.

Si viajamos en el tiempo hasta los inicios del Bell Food Group, nos encontramos en todas partes con personas ingeniosas que no han tenido miedo de probar algo nuevo.

Así, en 1907, los fundadores de Bell utilizaron el avance tecnológico que trajo consigo la industrialización para abrir en Basel un negocio de carnicería y charcutería

modernísimo para su época.

Toni Hilti, fundador de Hilcona, también aprovechó la industrialización y, en 1935, empezó

con la producción de conservas de verduras en un momento en el que los alimentos enlatados aún no estaban muy extendidos en Europa. Entretanto, Hilcona es incluso el único fabricante de conservas de verduras de Suiza y Liechtenstein, con cifras de venta en aumento. Y es que las conservas han experimentado su gran regreso a los escenarios en tiempos de pandemia,

con un récord de 29 millones de conservas vendidas únicamente en el pasado año.

Hügli sentó las bases de su éxito como especialista en Convenience gracias a una verdadera innovación de productos: fue también en 1935 cuando llegó al mercado «Brodox», el primer cubito de caldo concentrado industrial.

La innovadora alianza se completa con Eisberg, su cuarto integrante. Esta empresa está considerada como la pionera de la ensalada en bolsa, que se introdujo por primera vez en Suiza en 1972. Cuando, en los años 90, Eisberg llevó por primera vez sus prácticas mezclas en bolsa a Europa del Este, esto influyó incluso en las costumbres alimenticias de las personas de la región, poco dadas hasta entonces a comer ensaladas.

Pero el Bell Food Group no sería lo que es hoy en día si se hubiera relajado después de la primera idea brillante. El espíritu innovador acompaña

La verdura en conserva ha celebrado su regreso en tiempos de pandemia.

PRODUITS

Eisberg:
Premio a la comunicación interna mediante chatbot

En Hungría, Eisberg ha establecido desde junio de 2019 un chatbot para comunicarse con los empleados, una tecnología completamente nueva en el ámbito de los recursos humanos. El chatbot, que recibió el nombre de «Sali Kapitány», lo que vendría a ser Capitán Ensalada, ofrece a los empleados las noticias más importantes en cuestión de segundos a través de su smartphone. Una inversión previsor, como se pudo comprobar tras el comienzo de la pandemia. De este modo, los empleados se mantuvieron constantemente al día de todas las medidas de protección contra la infección que se iban introduciendo. Además, Eisberg también utiliza esta herramienta para saber cuándo los empleados tienen dificultades relacionadas con el cuidado de los niños, para poder así optimizar los horarios de los turnos. Por este extraordinario compromiso, la empresa fue merecedora del HR Award en la categoría «Empleador responsable y empático».

Capitán Ensalada es el chatbot superhéroe de Eisberg.

Bell Alemania:
Proyecto piloto con intercaladores de pulverización

Bell Alemania está probando actualmente un procedimiento innovador para eliminar las láminas de plástico o de papel encerado intercaladas, por ejemplo, entre las lonchas de jamón serrano. En su lugar se aplicará, durante el loncheado, una finísima capa separadora de aceite vegetal ecológico entre loncha y loncha. «La idea surgió porque oímos que un fabricante de queso del norte de Europa había probado este procedimiento en sus productos», informó Stephan Holst, responsable del área de marketing y comunicación de Bell Alemania. Las primeras pruebas fueron muy prometedoras. Si esta tecnología da buenos resultados, se podrían ahorrar próximamente 200 toneladas de hojas separadoras por año en Bell Alemania.

HÜGLI NÄHRMITTEL-A.G. ARBON

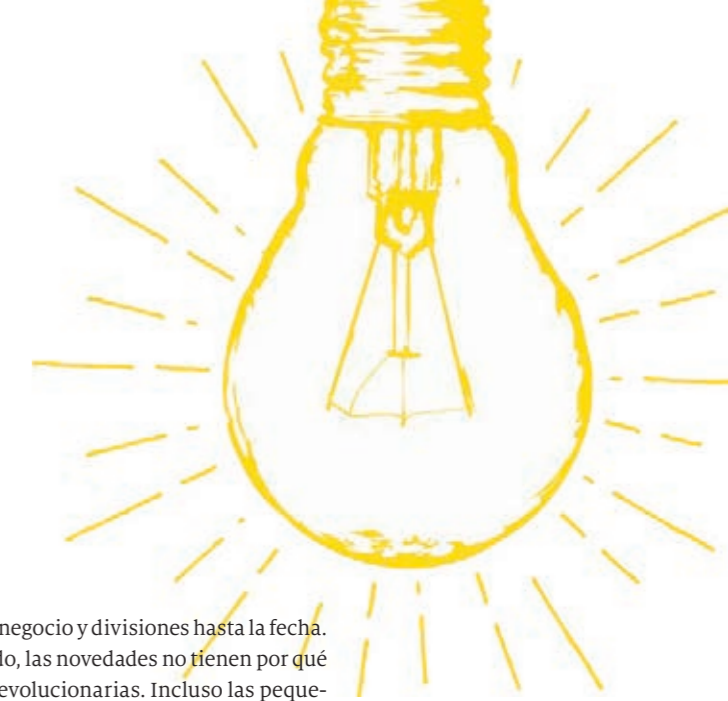
Hilcona «Smart Cuisine»: El placer de los módulos

Con el proyecto «Smart Cuisine», Hilcona ofrece junto con los hoteles y restaurantes Transgourmet una solución modular para bufés, banquetes y el sector «a la carta». Los clientes pueden escoger entre componentes individuales o un paquete completo. El surtido cubre los tres pilares de Hilcona: pasta, productos vegetarianos y productos frescos. «Nuestro objetivo con «Smart Cuisine» es entender las necesidades de los restauradores en su conjunto y desarrollar sucesivamente ideas y soluciones a medida», explica Oliver Rose, de Hilcona Food-Service. La oferta incluye también un amplio servicio adicional, desde el configurador de bufés hasta la puesta a disposición de personal.

Hilcona: Platos cocinados al vapor para el sector sanitario

El centro hospitalario Klinikum Lüdenscheid ha sido el primero en ofrecer a sus pacientes desde principios de año almuerzos preparados en raciones que han sido elaborados al vapor con un nuevo procedimiento patentado. Esta forma de preparación permite obtener verduras crujientes y firmes con muchas vitaminas y nutrientes. Ventaja adicional para el centro hospitalario: casi como en un restaurante a la carta, cada paciente puede escoger por la mañana el menú que desee entre unas 40 comidas disponibles, teniendo en cuenta las necesidades dietéticas y nutricionales individuales.

La historia de éxitos de Hilcona empezó con verduras en conserva.



a las áreas de negocio y divisiones hasta la fecha. En este sentido, las novedades no tienen por qué ser siempre revolucionarias. Incluso las pequeñas mejoras pueden provocar valiosos impulsos.

En economía se entiende como innovación a una solución novedosa y avanzada para un determinado problema. En las empresas de alimentación, se enfoca sobre todo a productos nuevos que, por ejemplo, ofrecen nuevas experiencias de sabor, simplifican la vida o convienen por sus ingredientes especiales.

Cabe mencionar, entre otros, la salchicha «Bell Würstli» o la pasta fresca que Hilcona, como primera empresa en Suiza y Liechtenstein, empezó a elaborar de forma industrial en 1984.

Pero el pasado más reciente tampoco está falto de ejemplos de ideas de productos innovadores. Un campo innovador en el que los desarrolladores no dejan de investigar es el de las alternativas a la carne convencional.

Mientras que Hilcona Taste Factory, con el proyecto «The Green Mountain», es uno de los grandes motores suizos de la innovación en cuanto a la sustitución de carne por ingredientes de origen vegetal, el Bell Food Group promueve, con su inversión en la *start-up* neerlandesa Mosa Meat, la fabricación comercial de carne de ternera cultivada.

Otro ámbito en el que están cambiando mucho las cosas en el Bell Food Group, gracias a la automatización y digitalización, es la producción.

Algunas de las sedes más recientes son claros ejemplos de lo que permiten las tecnologías actuales. Por ejemplo, la planta de mezclas de Hügli en Radolfzell, así como el negocio de Convenience en Marchtrenk, están considerados unos de los representantes más modernos en todo Europa.

Sin embargo, el avance tampoco se detiene frente a las sedes más arraigadas. Desde modernos robots de recogida hasta el sellado por ultrasonido para soldar embalajes, las tecnologías que se aplican son numerosas e innovadoras.

Un campo innovador para el desarrollador de productos es el de las alternativas a la carne.

Pero, como empresa responsable, el Bell Food Group no se encarga únicamente de aplicar nuevas ideas en su actividad principal. También hace todo lo posible para mejorar la sostenibilidad.

Uno de los pioneros en cuestiones de recuperación energética es, por ejemplo, Eisberg: ya desde 1999, la planta de producción de Dällikon está al cargo de una instalación de biogás en

La nave avícola de energía cero de Bell Suiza marca nuevos referentes.

la que los residuos del procesamiento de ensaladas se transforman en energía, algo todavía único en Suiza. Una completa novedad con visión de futuro es el proyecto piloto de Bell Suiza: desde el verano pasado, la nave avícola de energía cero establece nuevos referentes en cuestión de avicultura sostenible.

Independientemente de si una buena idea surge de pasada o tras un elaborado proceso, detrás siempre hay personas en busca de algo nuevo o que quieren convertir algo bueno en algo todavía mejor. Este llamamiento se hace extensivo a toda la plantilla del Bell Food Group.

La participación de los empleados es, entre otros, una parte importante del programa «TopX» con el que desde otoño el Bell Food Group identifica potenciales de mejora en los procesos. Pues, ¿quién conoce mejor las líneas de producción, con todas sus peculiaridades, que las propias personas que las manejan?

Con buenas ideas – y no tiene por qué ser siempre una novedad rompedora – todos pueden contribuir a mantener elevado el espíritu innovador del Bell Food Group. ¿Quién sabe qué grandes adelantos contemplarán las generaciones venideras cuando vuelvan la mirada hasta nuestros días? • *mr*

Los exoesqueletos ayudan a los empleados, por ejemplo, a llevar envases pesados.



Bell Suiza: Los exoesqueletos ayudan a llevar peso

Los exoesqueletos, que parece que dan superpoderes a quien los lleva, se conocen casi solo de las películas de ciencia ficción. Los empleados del departamento de expedición de Basel ya pueden probarlos de primera mano. La producción ha comprado dos de estas ayudas robotizadas para realizar pruebas. Además del apoyo para la espalda y los brazos, los exoesqueletos disponen también de un soporte sobre la cabeza en el que se pueden montar diferentes módulos, por ejemplo para elevar y agarrar cargas.

Bell Suiza: La aplicación de degustación ayuda al desarrollo de productos

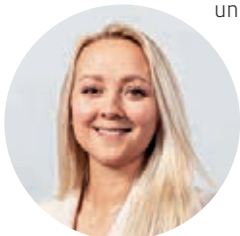
Como ejemplo de cómo se pueden optimizar los procesos en el Bell Food Group mediante la digitalización, el proveedor de TI novaCapta creó una innovadora aplicación de degustación para el desarrollo de productos en Bell en Suiza. En lugar de en papel, ahora los desarrolladores de productos evalúan un artículo en la aplicación del smartphone. Un procedimiento de elección múltiple garantiza una buena comparabilidad de los datos. Los directores de producto disponen de su propia versión de la potente aplicación que les ofrece funciones adicionales. Gracias a la aplicación se ha podido, entre otros, reducir el tiempo de decisión y aumentar la transparencia frente a proveedores y clientes B2B. Otra ventaja: El menor uso de papel significa también mayor sostenibilidad.

Los empleados del Bell Food Group hablan sobre las «buenas ideas»

Ey, ¿qué te parecería si ...?

Las buenas ideas no siempre tienen que reinventar la rueda para lograr cambios positivos. Hasta la ocurrencia más sencilla tiene el potencial de convertirse en el elemento decisivo. Algunos miembros de la plantilla del Bell Food Group nos explican cómo ellos o sus equipos han logrado mejoras en las más variadas áreas con buenas ideas. • sh

«El departamento de TI de Bell Suiza fue el primero hace años en sustituir las notificaciones de ausencia en papel por una solución online a través de SharePoint. Los olvidos al fichar, las ausencias o las guardias ya no se registran a mano, sino que se solicitan y autorizan mediante un flujo de trabajo en SharePoint. Esto fomenta el trabajo sin papel y evita que los documentos se pierdan. Pudimos introducir esta solución en otros departamentos. Actualmente se está trabajando en una solución automatizada con la que un bot escribe los tiempos solicitados en la herramienta de control horario E3.»



Nora Hertzschuch
Head of IT Administration & Information de Bell en Basel

Oliver Rose
Responsable de ventas de concepto nacional en Foodservice de Hilcona en Schaan



«Para dar a conocer el concepto modular SmartCuisine, que ofrece más flexibilidad y menos desperdicio de alimentos incluso con cifras de comensales variables, se me ocurrió realizar un vídeo de animación de un minuto de duración para los clientes (potenciales). El vídeo ha tenido muy buena acogida tanto externa como internamente. El próximo paso previsto es permitir a los clientes que pidan paquetes de muestra con componentes predefinidos y prepararlos con nosotros durante un curso de cocina en directo.»

Daniel Oblak
Category Manager de Hügli en Steinach



«Con nuestros productos ofrecemos soluciones que ayudan a nuestros clientes en el trabajo diario en la cocina. Con el «caldo concentrado» con consistencia gelatinosa hemos dado un paso más para enriquecer la exigente cocina actual. Con hasta un 73 % de componentes básicos activos, el caldo concentrado aporta un sabor verdadero en comparación con productos convencionales. Para el uso en la clásica cocina a la carta, en cocinas abiertas o en comedores de empresa, el caldo es una alternativa franca para los más exigentes.»

«Una parte de mi trabajo es la mejora continua de nuestros productos y procesos acompañando la introducción del sistema CSB (Nota de la redacción: sistema de control de mercancías, planificación de recursos y trazabilidad de la industria alimentaria). En especial en el área de producción supone una excelente oportunidad para llevar la calidad a un nivel superior. Para mí, lo importante es que mis compañeros me acompañen en este viaje. Quitarles el miedo –ante la novedad y por el contexto técnico– fue el primer paso en la senda correcta. Mi objetivo es eliminar todas las barreras dentro del equipo. Mi deseo es encontrar cada día soluciones a los retos y saber escuchar.»



Julia Gerauer
Empleada de producción de Süddeutsche Truthahn AG en Ampfing

Emilie Zablotz
Product & Brand Manager de Sylvain&CO en Essert-sous-Champvent



«Participamos en un interesante proyecto de embalaje, la primera auténtica colaboración entre Sylvain&CO y Eisberg. Este amplio y ambicioso proyecto duró varias semanas y exigió la coordinación entre ambas empresas. Además, consultamos las cuestiones técnicas a diversos especialistas, en especial del área de compras y desarrollo de embalajes. Gracias a este proyecto no solo logramos definir conjuntamente las necesidades del mercado, sino que sentamos la base para la futura colaboración entre Eisberg y Sylvain&CO.»



Rhea Pantelis
Key Account Manager Retail de Eisberg en Dällikon

Daniel Plüss
Asistente a la dirección de carnicería fresca de Bell en Oensingen

«Para el proyecto Frontmatec Phase 0 tuvimos que definir y recopilar nuevos criterios. El objetivo del proyecto es automatizar todo el proceso de gestión de almacén desde el sacrificio hasta la entrada de despiece, para que los empleados tengan que tomar menos decisiones manuales. Con mi traslado en septiembre a la posición de asistente a la dirección de carnicería fresca, en la que en parte soy responsable de la coordinación operativa, me incorporé al proyecto Frontmatec Phase 0. En mi nueva función puedo ayudar a que el proyecto se implemente en todos los departamentos y formar a la plantilla.»



Menos plástico para embalajes más sostenibles

Menos es más

Los embalajes de plástico son irrenunciables para muchos alimentos. Prolongan su conservación y garantizan su seguridad. Al mismo tiempo, la creciente cantidad de residuos plásticos provoca graves daños para el medio ambiente. Con soluciones inteligentes en distintas áreas, el Bell Food Group hace frente a este problema.

La reducción de los residuos de embalajes es un tema de actualidad. En particular, los plásticos tienen mala reputación debido a que se descomponen muy lentamente. Por ese motivo, las alternativas de papel o fibras naturales están muy buscadas y se pueden aplicar en muchas áreas de producto.

Sin embargo, en materia de alimentación, la situación cambia: aquí se prioriza la protección del producto frente a efectos perjudiciales como los gérmenes, el aire o la luz, para garantizar la conservación y la seguridad y para evitar de la mejor manera posible la pérdida de sabor y de vitaminas.

La protección del producto es la máxima prioridad.

Estas propiedades a menudo solo se encuentran en los embalajes de plástico.

Al mismo tiempo, el embalaje debe encargarse de que el producto supere sin daños todas las etapas, desde la fábrica hasta el cliente final. A su vez, un peso reducido del material ayuda a los productores a mantener bajos los costes de transporte.

Por estos motivos, los embalajes de plástico son irrenunciables para numerosos alimentos. No obstante, se pueden utilizar de forma más eficiente, como demuestra el Bell Food Group con muchos



ejemplos. Un campo de trabajo importante se centra en reducir la cantidad de plástico necesaria en total.

«Para la reducción de los plásticos en los embalajes hemos definido objetivos claros para todas las divisiones», explica Samuel Widmer, jefe de proyectos de Sostenibilidad en el Bell Food Group. «Según el tamaño y el surtido de la división, el potencial de ahorro es de entre 20 y 1500 toneladas hasta el año 2023.»

Una posibilidad consiste en modificar los embalajes para que se necesite menos plástico. Bell Alemania encontró hace años una solución inteligente, el sobre plegado, que se utilizará ahora también en el nuevo surtido de especialidades de jamón de Bell Suiza.

Con este sobre plegado, plano y que se puede volver a cerrar, Bell Alemania ahorra 329 toneladas de plástico al año en comparación con la versión convencional.

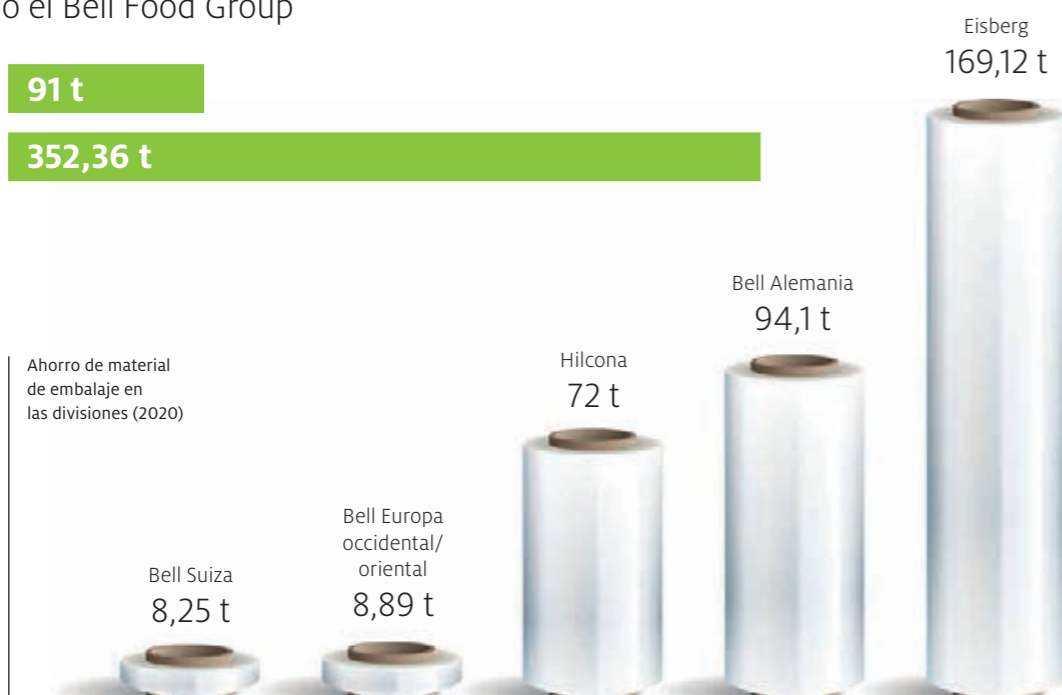
Desde principios de año, se están cambiando los primeros artículos a un embalaje de un solo material, de forma que se podrá obtener una tasa de reciclaje dentro del sistema alemán de hasta el 93 por ciento. Reduciendo aún más el espesor de esta lámina, Bell Alemania ha reducido su consumo de plástico en 38 toneladas más.

Desde que Hügli envasa numerosos productos para sus clientes de restauración en las bandejas reutilizables Gastronorm, se han podido ahorrar más de 300 000 cubos de un solo uso que anteriormente se utilizaban para sopas y salsas.



Ahorro de material de embalaje en todo el Bell Food Group

2019 **91 t**
2020 **352,36 t**



Ahorro de material de embalaje en las divisiones (2020)



Para las nuevas ensaladas preparadas de «Naturplan», Hilcona ha elegido expresamente fuentes de cartón. Las bandejas de plástico que se utilizaban hasta ahora para estos productos tenían un 92,6 por ciento de plástico, mientras que la versión actual solo requiere el 12,7.

También aumenta el porcentaje de plástico reciclado

Otro ejemplo se encuentra en Oensingen, en Bell Suiza, donde recientemente se puso en marcha una nueva instalación para el embalaje de carne fresca. Con ella, se reduce notablemente el uso de plástico en comparación con la variante anterior. Además, la parte de cartón del embalaje, con toda la información del producto, se puede reciclar fácilmente por separado del plástico. Bell Alemania lleva tiempo utilizando un método similar para los filetes de la marca «Gourmet naturel».

Y también Eisberg está trabajando en reducir el plástico, por ejemplo, ha encogido los recipientes de los «Bowls Elefante», de forma que en cada envase se utilizan 20 gramos menos de PET. Y eso que incluso tienen más contenido que antes.

Al mismo tiempo, las áreas de negocio y divisiones están poniendo en práctica los requisitos legales sobre reducción de plásticos. Por ejemplo, la prohibición de la UE de cubiertos de plástico de un solo uso, en vigor desde el 2021, ha supuesto la supresión del cubierto –una mezcla de cuchara y tenedor– que acompañaba todos los platos preparados de Hilcona, Eisberg y Sylvain & CO elaborados para Coop.



En el pollo asado de Bell Suiza se ha sustituido la combinación de envase anterior, compuesta por una bandeja de espuma, una bolsa para asar y una bolsa de plástico adicional, por una bandeja de cartón más respetuosa con el medio ambiente y una lámina de hornear. Con ello, se ha reducido el uso de plástico un 39 por ciento.

Solo con esta medida, Hilcona ahorra unas tres toneladas de plástico al año.

Los materiales alternativos más respetuosos con el medio ambiente y que se reciclan con más facilidad también contribuyen a la reducción de plásticos. Algunas áreas del Bell Food Group utilizan ya bandejas y envases exteriores de papel en lugar de las variantes de plástico.

La segunda gran cuestión para una mayor sostenibilidad es el reciclaje. En este caso se trata, por un lado, de que los embalajes desechados se puedan reciclar de la mejor forma posible y, por otro, de usar materiales reciclados.

«Para que se puedan fabricar nuevos embalajes a partir de los embalajes desechados, desempeñan un papel importante tanto el material de partida como una correcta separación de los materiales», explica Samuel Widmer. «Cuanto mejor se separan los distintos componentes, mayores grados de recuperación se obtienen.»

Por eso, el Bell Food Group apuesta por que los embalajes consten de pocos materiales distintos y que los films, las bandejas y las fajas de cartón se puedan separar bien entre sí.



También aumenta la cantidad de plástico reciclado en los embalajes del grupo. Por ejemplo, las bandejas para ensaladas y cereales de Hilcona y Eisberg ya están compuestas en gran parte del denominado «rPET», plástico obtenido de botellas PET usadas.

En materia de reciclabilidad, Hügli ha elegido la solución óptima: desde hace años, los expertos en Convenience envasan numerosos productos de restauración en bandejas Gastronorm. Estos recipientes de dimensiones estándar y presentes en todo el mundo pueden reutilizarse tantas veces como se desee después del primer uso, algo muy apreciado en el sector de la gastronomía.

Y también se trabaja continuamente en soluciones innovadoras. Por ejemplo, en Eisberg se están desarrollando bandejas de fibras naturales para ensaladas, y Sylvain & CO está probando el uso de embalajes fabricados con el producto residual de la producción de azúcar de caña. • *mr*

En Eisberg, un tercio de las bandejas de plástico actuales se componen ya del 90 por ciento de «rPET». Al fabricar este plástico reciclado, se suprimen varios pasos de alto consumo energético, lo que reduce las emisiones de CO₂.



El cartón y el plástico se pueden reciclar por separado.

Aniversarios

LOOK! felicita los aniversarios de entre marzo y mayo de 2021

Bell Suiza

20 años

Olivier Fraquelli, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Thierry Guillod, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Thilagaratnam Kanagaratnam, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Monika Meier, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Zell (*adición*)

Arul Barathi Yoganathan, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Zell (*adición*)

Wolfgang Schuler, 1 de marzo, Geiser AG, Schlieren

Amin Bentoumi, 11 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Fabienne Blachier, 18 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Jean-Francois Rohmer, 18 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Ghislain Agbessi, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Martial Daudry, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Cheseaux

Eric Haffner, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Philippe Wicky, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Albert Wiesler, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Puvaneswaran Sellappah, 1 de abril, Bell Schweiz AG, Zell

Stéphane Ballet, 8 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Maria De Sousa Quaresma Longa, 9 de abril, Bell Schweiz AG, Oensingen

Werner Schnider, 15 de abril, Bell Schweiz AG, Zell

Divo Pascal Schmitt, 16 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Syzana Hasani, 18 de abril, Bell Schweiz AG, Zell

Kalaiarasy Vigneswaran, 18 de abril, Bell Schweiz AG, Zell

Frédéric Frontera, 30 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Jeevan Kandiah, 30 de abril, Bell Schweiz AG, Zell

William Maache, 30 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Gilles Rietsch, 30 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Cedric Schlosser, 30 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Alexandrina Rodrigues Silva, 6 de mayo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Satkunadevi Rajendra, 28 de mayo, Bell Schweiz AG, Zell

Satkunadevi Rajendra, 28 de mayo, Bell Schweiz AG, Zell

25 años

Marc Pierre Betscha, 29 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Michel Lerch, 29 de febrero, Bell Schweiz AG, Oensingen (*adición*)

Andre Tschirhart, 3 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Mathieu Doppler, 5 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Arsim Halitaj, 13 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Christophe Bertrand, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Sylvain Gayon, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Kabemba Kabongo, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Decantinho Nombasi, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

René Schwab, 1 de mayo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Ali Mehdi, 19 de mayo, Bell Schweiz AG, Zell

30 años

Pascale Muller, 28 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Suthakaran Kathiravel, 1 de abril, Geiser AG, Schlieren

Urs Tresch, 21 de abril, Bell Schweiz AG, Oensingen

Savo Palackovic, 9 de mayo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Urs Scheidegger, 12 de mayo, Bell Schweiz AG, Oensingen

35 años

Thierry Litschig, 10 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Patrice Dontenville, 31 de marzo, Bell Schweiz AG, Basel

Cornelia Schaub, 13 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Francois Vidale, 4 de mayo, Bell Schweiz AG, Basel

40 años

Beat Meier, 20 de abril, Bell Schweiz AG, Oensingen

Daniel Strub, 20 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Silvio Strub, 20 de abril, Bell Schweiz AG, Oensingen

45 años

Esther Christ, 19 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Jubilaciones

Jean-Claude Hoang, 27 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Axel Wisser, 27 de febrero, Bell Schweiz AG, Basel (*adición*)

Shehize Bajrami, 30 de marzo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Régine Hoferlin, 30 de mayo, Bell Schweiz AG, Basel

Jubilaciones anticipadas

Thomas Morgenthaler, 30 de marzo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Urs Scheidegger, 30 de marzo, Bell Schweiz AG, Oensingen

Gilbert Pahud, 29 de abril, Bell Schweiz AG, Cheseaux

Stefano Marzano, 29 de abril, Bell Schweiz AG, Basel

Bell International

20 años

Céline Boyer, 1 de marzo, Bell France, Teilhède

Gabriele Krammer, 1 de marzo, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Guilherme Martins, 1 de marzo, Bell France, Teilhède

Josef Baier, 13 de marzo, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt

Sadat Shaqiri, 6 de abril, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Anne Fabre, 26 de abril, Bell France, Teilhède

Bahrije Agushi, 2 de mayo, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Rémi Gerin, 2 de mayo, Bell France, Teilhède

25 años

Maria Brand, 18 de marzo, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

Agnes Gerdes, 18 de marzo, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

Andrzej Kostecki, 31 de marzo, Bell Polska, Niepołomice

Martine Blanchard, 9 de abril, Bell France, St. Symphorien

Kazimiera Kutek, 14 de abril, Bell Polska, Niepołomice

Stefan Fugel, 15 de abril, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

Helga Horn, 6 de mayo, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

Martin, Wieborg, 16 de mayo, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

30 años

Jens Haken, 8 de abril, Bell Deutschland GmbH & Co., Harkebrügge

Jubilación

Anatolij Tschaban, 28 de febrero, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*adición*)

Deceso

Pascal Demolliens, 20 de febrero, Bell France, Salaison Polette

Convenience

20 años

Thomas Kofler, 1 de marzo, Hügli Österreich, Hard

Ralf-Peter Niedzwiedz, 1 de marzo, Hügli, Radolfzell

Gunter Schett, 1 de marzo, Hilcona AG, Schaan

Nobert Schreiner, 1 de marzo, Hügli, Steinach

Harald Schunerits, 1 de marzo, Hügli Österreich, Hard

Steffen Pusch, 5 de marzo, Hügli, Radolfzell

Burhan Dikilitas, 12 de marzo, Hilcona AG, Schaan

Andreas Geiser, 12 de marzo, Hügli, Radolfzell

Bahrije Avduli, 26 de marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Saban Abdiji, 1 de abril, Eisberg AG, Villigen

Alfredo Jose Dias Macieira, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan

Gabriele Erne, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan

Michael Falter, 1 de abril, Hügli, Radolfzell

Rudolf Fleisch, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan

Thomas Schropfer, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan

Carlos Almeida da Rocha, 2 de abril, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent

Alexander Schnitzer, 2 de abril, Hügli, Radolfzell

Bernadette Mouget Gaume, 9 de abril, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent

Domingo Danis Romero, 22 de abril, Hilcona AG, Schaan

Hermann Danner, 1 de mayo, Inter-Planing, Langenhaslach

Peter Krätz, 1 de mayo, Hügli, Radolfzell

Nexhmije Kryeziu, 1 de mayo, Eisberg AG, Dällikon

Neven Prsa, 1 de mayo, Hilcona AG, Schaan

Sevgi Sahin, 1 de mayo, Eisberg AG, Dällikon

25 años

Acacio de Jesus Cortinhas Alves, 1 de marzo, Eisberg AG, Dällikon

Luis Goncalves, 1 de marzo, Hilcona AG, Schaan

Hannelore Homburger, 4 de marzo, Hügli, Radolfzell

Julieta Dos Santos Pereira, 11 de marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Tsering Rongpotsang, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan

Nicole Bousedira-Block, 9 de abril, Hügli, Radolfzell

Cemil Yildiz, 15 de abril, Hilcona AG, Schaan

Maria Da Silva Azevedo Ferreira, 1 de mayo, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Arno Matz, 1 de mayo, Hügli, Steinach

Yejamogan Ahrumukam, 2 de mayo, Eisberg AG, Dällikon

André Julmi, 6 de mayo, Eisberg AG, Dällikon

Andrea Siemann, 13 de mayo, Hügli Österreich, Hard

Maria Filomena Saraiva Pinto, 27 de mayo, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Jürgen Hundt, 28 de mayo, Hügli, Radolfzell

Encontrará ofertas de empleo actuales en: bellfoodgroup.com/karriere

30 años**Enrico Meier**, 1 de marzo, Hilcona AG, Schaan**Mustafa Dere**, 4 de marzo, Hügli, Radolfzell**Cornelia Löhle**, 4 de marzo, Hügli, Radolfzell**Ines Ilic**, 7 de marzo, Hügli, Radolfzell**Kemal Keskin**, 13 de marzo, Hügli, Radolfzell**Vera Gümüs**, 1 de abril, Hügli, Radolfzell**Obdulia Vidal Santos**, 1 de abril, Hilcona AG, Schaan**Paulo Oliveira Ferreira**, 1 de mayo, Hilcona AG, Salez**Sivanesan Kasipillai**, 23 de mayo, Eisberg AG, Dällikon**35 años****Irmgard Bauer**, 3 de marzo, Inter-Planing, Langenhaslach**Norbert Lipp**, 1 de mayo, Hilcona AG, Schaan**Jubilaciones****Norbert Karasek**, 30 de noviembre, Hügli Österreich, Hard *(adición)***Richard Trithaler**, 31 de enero, Hügli, Radolfzell *(adición)***Viktor Glasner**, 28 de febrero, Hügli, Radolfzell *(adición)***Lynne Chew**, 1 de marzo, Hügli, Redditch**Paul Price**, 19 de marzo, Hügli, Redditch**José De Matos Veiga**, 31 de marzo, Eisberg AG, Dällikon**Ramon Quintans Santos**, 31 de marzo, Hilcona AG, Schaan**Sonja Stillhard**, 31 de marzo, Eisberg AG, Villigen**Gjergj Noshi**, 30 de abril, Eisberg AG, Dällikon**Manuela Rauter**, 30 de abril, Hügli Österreich, Hard**Sinnarasa Kathirgamu**, 30 de mayo, Eisberg AG, Dällikon**Raimund Marchler**, 31 de mayo, Hilcona AG, Schaan**Karl Romankiewicz**, 31 de mayo, Hügli, Radolfzell**Jubilaciones anticipadas****Bruno Jud**, 31 de marzo, Hilcona AG, Schaan**Vinka Gasic**, 30 de mayo, Bell Schweiz, Zell**Josef Lustenberer**, 31 de mayo, Hilcona Gourmet SA, Orbe**Dauner Johannes**, 31 de mayo, Hügli, Steinach**Deceso****Atanas Gjorgiev**, 22 de febrero, Hilcona Gourmet SA, Orbe

PREGUNTA DEL CONCURSO

Innovaciones para el hogar

En el Bell Food Group no somos los únicos en tener buenas ideas, también abundan en otros sitios. Algunas nos ayudan hoy en día a mantener a punto nuestro hogar: ¿Un ingenioso robot aspirador? ¿Un elegante robot de cocina? ¿Un inteligente sistema de riego para el jardín? Hay mucho donde elegir y, con un poco de suerte, pronto podrá disfrutar de uno de estos ayudantes domésticos.

Pregunta del concurso:

¿Qué significa la abreviatura «EPIC»?

- A) Engaging people in creativity
- B) Excellent procurement in cooperation
- C) Engineering products in collaboration

Premios

1 nuevo aparato a elegir para su hogar valorado en 400,- €.

10 vales de compra por valor de 30,- € para un supermercado local.

Puede participar hasta el 12 de julio de 2021.

Envíe la solución con su nombre, su (antiguo) lugar de trabajo y su empleador a look@bellfoodgroup.com.

El/la ganador/a se sorteará de entre todas las respuestas correctas recibidas. Por cada participante, solo se aceptará una respuesta.

Informaremos directamente a las personas ganadoras. No se proporcionará información sobre el sorteo ni por escrito ni telefónicamente.



El Bell Food Group llama a la mesa

De clásico a creativo

Almorzar en el parque, cenar en el balcón y, el fin de semana, disfrutar de un pícnic en la naturaleza. Con el aumento de las temperaturas, todas estas actividades volverán a ser posibles muy pronto. Justo a tiempo, los desarrolladores de producto del Bell Food Group nos traen numerosas novedades para una ración extra de primavera culinaria. • *mr*



Bell Alemania: jamón para deportistas

Además de entrenar con regularidad, para aumentar la musculatura, el cuerpo necesita una alimentación adecuada. Con un alto contenido en proteínas y un máximo del tres por ciento de grasa, el nuevo jamón «Sportler Schinken» de Abraham ayuda a los deportistas y personas activas a alcanzar sus objetivos. Las lonchas suavemente ahumadas celebraron con éxito su debut el año pasado. Ahora, con las variedades de jamón cortado a dados y en tiras, Bell Alemania aumenta la gama.



Bell Polonia: reedición de tres clásicos

Desde hace poco, Bell ofrece tres nuevos productos para los clientes de Polonia que prefieren comprar los fiambres y embutidos recién cortados en el mostrador de charcutería. La última novedad es el fiambre ahumado de chuleta de cerdo que se lanzó al mercado a finales del año pasado. Con anterioridad, Bell había añadido dos especialidades tradicionales más al surtido: el jamón cocido clásico y el «Kindziuk», un embutido procedente de Lituania.

Bell Suiza: cuatro sabores para el cordon bleu

No hay nada como dejarse seducir por las nuevas variedades de *cordova bleu* de Bell en Suiza. La primera en llegar el pasado otoño fue la variedad «setas del bosque», seguida a principios de año por «chili». A finales de marzo se añadió «feta y olivas» y, a mediados de mayo, la línea se completará con la variedad «tomate y albahaca». Por cierto, no hay que dejarlo pasar, salvo el *cordova bleu* relleno de «queso Appenzeller» del surtido estándar, los nuevos libritos de cerdo y pollo salen al mercado por un tiempo limitado.



Hilcona: pasta creativa para la restauración

Los clientes de restauración de Hilcona pueden ofrecer a sus clientes una vez más numerosas creaciones de pasta recién llegadas. Entre ellas se incluyen tres innovaciones en boga, «Ravioli Ginger Lentil», «Ravioli Integrale» y «Bio Ravioli Oriental». Las tres están rellenas de legumbres para una alimentación saludable. Lo mismo puede decirse de los nuevos *fusilli* integrales ecológicos. Ricos en fibra, son ideales para un almuerzo equilibrado en el comedor del colegio. Además, Hilcona también ha pensado en los comensales que quieren prescindir



del trigo: para que puedan disfrutar de la pasta en su restaurante preferido, el surtido de restauración incluye ahora *rigatoni* con harina de maíz y de garbanzo. Como inspiración adicional, Hilcona acompaña las novedades con variadas recetas.



Eisberg Suiza:
Buddha Bowls primaverales

Para dar la bienvenida a la estación cálida, Eisberg anima a los clientes suizos a seguir una dieta más ligera con tres nuevos «Buddha Bowls». Las variedades «Pastrami Salad», «Verdura asada con feta» y «Karma Protein Power» estarán disponibles en Coop a partir de finales de abril. Perfectas para un almuerzo rápido, ya sea en la oficina o en casa.



Eisberg Suiza:
mezcla de verduras para platos vegetarianos

¿Poco tiempo para cocinar pero ganas de ingredientes frescos? Las nuevas mezclas de verduras «Ratatouille Mix» y «Curry Mix» salen al rescate. Las verduras frescas, dispuestas en una bandeja de cartón, están ya cortadas y listas para cocinar y son la base perfecta, por ejemplo, para platos vegetarianos o veganos.



Eisberg Hungría:
ensalada vegana al estilo árabe

Desde marzo, Eisberg Hungría marca el inicio de la primavera con una ensalada especial procedente del Próximo Oriente. Además de bolitas de falafel, humus y aceite de sésamo, incluye otros ingredientes refrescantes y cargados de vitaminas como lechuga iceberg, zanahorias y rábano. Solo hay que abrir la tapa para disfrutar de un almuerzo saludable con aromas de la cocina árabe, incluso delante del ordenador.



Eisberg y Hügli Austria:
cooperación en la ensalada de patata

A partir de ahora, los restauradores podrán ahorrarse el tiempo de preparar una ensalada de patata clásica, pues Eisberg ha lanzado una ensalada de patata premium al estilo austriaco tradicional. Se caracteriza por estar ligada únicamente con almidón de patata y prescindir de la riboflavina como colorante. También es nueva la cooperación de distribución con Hügli. De esta forma, los clientes de restauración pueden pedir, además de la ensalada de patata, muchos más productos de Eisberg a su afiliada.



Eisberg Austria:
aires asiáticos en el país alpino

Con dos nuevos platos listos para comer, Eisberg trajo a principios de febrero nuevos aires asiáticos hasta Austria. Los expertos del área de *convenience* han desarrollado el «Bulgogi» coreano con arroz y carne de ternera y el «Pad Thai» tailandés con pasta de arroz y tofu en colaboración con el mediático cocinero austriaco Didi Maier. Ambas variedades se calientan en el microondas o en la sartén en un abrir y cerrar de ojos.



Hügli: platos inteligentes en sobre

Los nuevos platos *convenience* en práctico sobre están perfectamente adaptados al estilo de vida actual. Las ensaladas «Bio-Express» se pueden consumir directamente, los platos «Bio-Express» y el «Express-Risotto» se calientan en un abrir y cerrar de ojos. Cada una de las tres categorías, que Hügli ofrece al comercio actualmente como marca propia, cuenta con distintas variedades, a cual más rica.



Hügli: sabor concentrado

Ya sea para una sopa o para condimentar, los cinco nuevos caldos concentrados del surtido premium de Hügli tienen incontables aplicaciones en la cocina profesional. El caldo de pollo y el caldo de carne contienen, por ejemplo, más de un 60 % de caldo de huesos y garantizan a los clientes un sabor auténtico.



Hügli: el placer de Lotti para los aficionados a los espárragos

Con la salsa holandesa de la marca «Lotti's Hofküche» de Hügli, que podrá encontrarse en los puestos de venta de las granjas, en carnicerías y en otros comercios, ya puede llegar la temporada de espárragos. Esta salsa, sin conservantes, potenciadores del sabor ni colorantes, se calienta en un cazo o el microondas e incluso se puede utilizar para gratinar.



Hügli: novedades para las tiendas ecológicas

La familia de platos de cuchara «Löffelzeit» de «Eden – My Veggie Paradise» ha incorporado cuatro nuevos miembros a principios de año: lentejas, patatas, verduras y guisantes. Al mismo tiempo, Hügli ha cambiado el tamaño del envase de las sopas listas para calentar y comer a raciones individuales. Para completar, los zumos «Eden» de la marca vegetariana más veterana del mundo se presentan en una nueva imagen.



Nueva línea de Bell en Suiza con cuatro clásicos jamones crudos

RECETAS CONTRA LA NOSTALGIA

Bell Suiza invita a dar una pequeña gira culinaria a todos aquellos que llevan demasiado tiempo sin viajar. Los cuatro jamones crudos tradicionales de Alemania, Francia, España e Italia no solo están deliciosos sobre una rebanada de pan, también son ideales para recetas creativas, como bien nos muestra LOOK! • *mr*

Ya disponible en Bell Suiza: jamón en prácticos sobres plegados

El nuevo cuarteto de jamones de Bell se presenta por primera vez en los ingeniosos sobres plegados. Son ligeros, se pueden volver a cerrar y además son especialmente sostenibles, ya que, gracias a un menor uso de material en comparación con los embalajes convencionales, se reduce el consumo de plástico a la mitad.

Este diseño ha dado buenos resultados con los clientes alemanes desde el año 2008. Con un volumen de ventas creciente hasta los 60 millones de paquetes al año actuales, los sobres plegados están en expansión. Ahora, con la colaboración entre ambos países, se abre en Suiza un nuevo capítulo de esta historia de éxito.

Risotto de espárragos con jamón de la Selva Negra



Ingredientes para 2 personas

- 500 g de espárragos verdes (cortados en trozos de aprox. 4 cm)
- 1 cebolla (cortada a dados)
- 100 g de jamón de la Selva Negra
- 20 g de mantequilla
- 200 g de arroz para risotto
- 650 ml de caldo de verdura
- 1 paquete de salsa holandesa
- 30 g de parmesano (rallado)

Preparación: Derretir la mantequilla en una sartén y rehogar primero la cebolla y, a continuación, el arroz. Añadir unos 100 ml de caldo y dejar reducir a fuego medio sin dejar de remover. Ir añadiendo el resto del caldo poco a poco y dejar reducir cada vez. Después de 10 minutos, añadir los espárragos troceados y dejar cocer a fuego lento 10 minutos más hasta que el arroz esté en su punto. Al final, cortar el jamón a tiras y mezclarlo con el arroz. Calentar la salsa holandesa en un cazo, añadirle el queso y servirla para acompañar el risotto.

Jamón de la Selva Negra

La famosa especialidad de jamón crudo del sur de Alemania está salada a mano, ahumada en frío con madera de abeto de la Selva Negra y curada. Lleva el sello europeo de «indicación geográfica protegida».

Medallones de cerdo con prosciutto crudo y salvia



Ingredientes para 2 personas

- 6 medallones de carne de cerdo
- 6 lonchas de prosciutto crudo
- 1 manojo de salvia
- 30 g de mantequilla fría
- 75 ml de vino blanco seco
- Sal y pimienta
- Palillos

Preparación: Condimentar los medallones de cerdo con pimienta. Plegar las lonchas de jamón a lo largo y envolver con ellas los medallones con dos hojas de salvia. Fijar con un palillo. Dorar los medallones por ambos lados con un poco de aceite de oliva entre 4 y 5 minutos. Sacar de la sartén y reservar en caliente. Añadir el vino blanco a la sartén y reducir. Retirar la sartén del fuego y añadir cuidadosamente la mantequilla a trocitos. Verter también el jugo de la carne a esta salsa y salpimentar. Servir los medallones con la salsa.

Prosciutto crudo

Una curación de once meses, la elaboración según la receta tradicional y la combinación de sal, aire y sol confieren a este jamón un sabor marcado por un punto dulce.

Tarta con Jambon d'Auvergne, queso de cabra y pera

Ingredientes para 2 personas

- 1 paquete de pasta brisa
- 1 pera (pelada y cortada en finas tiras)
- 100 g de crème fraîche
- 1 queso de cabra
- 1 paquete de Jambon d'Auvergne
- Sal y pimienta

Preparación: Extender la pasta brisa sobre una bandeja de horno cubierta con papel de hornear. Untar la crème fraîche dejando libre un borde grueso. A continuación, cubrir la masa con pera y jamón, repartir el queso de cabra por encima y salpimentar. Para finalizar, doblar el borde de la masa y hornear la tarta a aprox. 180°C en el modo de convección durante 30 minutos.

Jambon d'Auvergne

Esta especialidad de la región de Auvernia se seca al aire durante al menos ocho meses a los pies de los volcanes, lo que le confiere su típico aroma.



Ensalada con jamón serrano y melocotones caramelizados

Ingredientes para 2 personas

- 1-2 melocotones (lavados y cortados en rodajas)
- 1 paquete de jamón serrano
- 200 g de lechuga (lavada y troceada)
- 1 puñado de tomates cherry (partidos por la mitad)
- 20 g de azúcar
- 20 g de mantequilla
- Un poco de aceite de oliva
- Crema balsámica
- Sal y pimienta

Preparación: Colocar la lechuga en el centro de un plato y repartir los tomates alrededor. Derretir la mantequilla en la sartén y caramelizar el azúcar hasta que adquiera un color dorado. Añadir los melocotones y dorarlos un poco por ambos lados. A continuación, repartir los melocotones y el jamón serrano sobre la lechuga y salpimentar. Finalmente, rociar la ensalada con aceite de oliva y crema balsámica.

Jamón serrano

Curado en la sierra ibérica y madurado como mínimo durante 16 meses, el jamón serrano de la máxima calidad «Gran Reserva» convence por su pleno sabor y su ligero toque a nueces. Lleva el sello europeo de «especialidad tradicional garantizada».



Un poco de herbología

Una hierba para cada ocasión

¿Un toque dulce, picante o más bien ácido?
Gebhard Längle, especialista de Hügli, nos presenta las hierbas aromáticas ideales para cada paladar. Y es que la albahaca, el perejil o el romero suelen poner la guinda a nuestros platos.

Cómo sacar el máximo aroma

Al cocinar con hierbas frescas, hay que tener en cuenta dos puntos.

1. Picar correctamente: utilice un cuchillo afilado, de esta forma las hierbas conservarán su aroma. Si se aplastan, los aceites esenciales se pierden.
2. Temperatura correcta: a muchas hierbas no les gusta el calor excesivo. Por ejemplo, la albahaca o el ajo silvestre no se deberían calentar demasiado tiempo. Por contra, el tomillo puede echarse a la olla desde el principio. Otras hierbas, como el eneldo o el cebollino, deben utilizarse en crudo.



Gebhard Längle,
Culinary Advisor en
Hügli Steinach

El entusiasmo de Gebhard Längle a la hora de hablar de hierbas aromáticas no tiene límites. Este antiguo chef da forma al surtido de hierbas aromáticas de Hügli en su función de Culinary Advisor. Con Hügli sigue escribiendo la historia herbolaria que se inició en el s. IX en torno al lago de Constanza. En los jardines monásticos de la isla de Reichenau prosperaban la salvia, el eneldo, el perifollo, el comino, el cilantro y muchas más. La isla se encuentra, en línea recta, a medio camino entre las sedes de Hügli de Steinach (Suiza) y Radolfzell (Alemania). Gebhard Längle revela a LOOK! sus consejos y trucos sobre seis populares hierbas aromáticas. • ts



Hügli ofrece para la gastronomía un auténtico «huerto de hierbas aromáticas».

Perejil

El perejil es muy polifacético. Es aromático, ligeramente picante y realza el sabor del plato en general. Combina con las patatas, los guisos y cualquier tipo de puchero. En Alemania, el perejil ocupa el primer puesto entre las hierbas aromáticas, pero también está omnipresente en la cocina mediterránea. Si además se busca algo llamativo, nada como elaborar un aceite al perejil. Para ello se fríe perejil en aceite, se añade aceite de oliva virgen (o aceite de canola de alta calidad) y se bate finamente. De esta forma se obtiene un aceite de color verde intenso con el que, por ejemplo, aderezar una buena ensalada de primavera. Es también ideal como base de muchas nagretas.



Romero

El romero tiene un sabor ligeramente amargo, resinoso y dominante. Combina con la carne (en especial el cordero), el pescado, la ensalada, la sopa y las setas. También se puede elaborar una deliciosa mantequilla aromatizada con romero. Para ello, cortar finamente el romero y pocharlo con unas cebollas. A continuación, batir la mantequilla (por ejemplo con unas varillas) y mezclarlo todo. Con esta mantequilla al romero se pueden sofreír setas o dorar la carne, o simplemente servirse aparte como la mantequilla clásica.



Tomillo

Pequeño pero matón. Las diminutas hojas elípticas del tomillo son muy aromáticas, ligeramente picantes y un poco amargas. El tomillo combina a la perfección con el ajo, las olivas, las verduras mediterráneas, los guisos y las legumbres. El sabor del tomillo no es dominante, sino complementario. Menos conocido es el tomillo limón, con hojas amarillentas y sabor cítrico. Es también más suave que la variedad convencional. Como el tomillo es relativamente firme, se debe cortar muy fino.



Acedera

La acedera tiene un sabor ligeramente ácido y refrescante. Es ideal para una ensalada de brotes silvestres y también se puede degustar como sopa. La acedera es popular en la cocina francesa. Gracias al sabor ácido, es una buena alternativa al limón o al vinagre, por ejemplo en una vinagreta.



Ajo silvestre

Cuando brota, es primavera. El ajo silvestre tiene un sabor intenso a ajo picante. Con aceite, piñones y parmesano se puede elaborar un pesto al ajo silvestre. Otra especialidad popular es la sopa de ajo silvestre. Además, el ajo silvestre combina perfectamente con la pasta fresca o las tortillas. Tan solo hay que triturar el ajo silvestre con algo de aceite y añadirlo a la masa. Por cierto: los que opinan que el ajo es demasiado intenso deberían probar el ajo silvestre. La hierba es más suave.

Albahaca

Este clásico de la cocina italiana tiene un sabor ligeramente picante, fresco y dulzón. Su pariente asiática, la albahaca tailandesa, es algo más picante. Insalata caprese o bruschetta, salsa de tomate o pesto: en estos platos no puede faltar la albahaca. Sin embargo, también complementa a la perfección el pescado y las carnes blancas. Y armoniza con el dulce. Pruebe, por ejemplo, las fresas con albahaca y pimienta negra.



La pasta Hilcona es «Producto del año 2021»

Producto original premiado

Una imagen auténtica, una suave pasta y un relleno cremoso y aromático: esta lograda combinación ha hecho de los «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» de Hilcona merecedores del galardón «Producto del año 2021».

Esta especialidad ha sido la ganadora en la categoría «Chilled Food» del premio sectorial que la publicación líder del sector «Lebensmittel Praxis» concede todos los años.

Según la encuesta a los consumidores realizada por «Lebensmittel Praxis», estos ravioli con delicioso relleno de espinacas y ricotta de leche de búfala convencen especialmente por su calidad y autenticidad. Con ello, conectan con el gusto de los consumidores.

«Nos alegra enormemente haber recibido este reconocimiento», comenta Markus Amann, responsable de comunicación de Hilcona. «Estamos especialmente orgullosos de que nuestros «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» hayan obtenido resultados por encima de la media en todas las áreas y hayan resultado ser el producto de pasta con mejor valoración de la encuesta.»

«Lebensmittel Praxis» es una de las principales revistas especializadas del sector en Alemania. Con el galardón «Producto del año» lleva más de 20 años recabando la opinión de los consumidores sobre productos de más de 40 categorías. Entre los galardonados figuran regularmente productos del Bell Food Group, que incluyen entonces la

llamativa etiqueta en el embalaje y despiertan así el interés de los clientes alemanes.

Sin embargo, este reconocimiento no es el único motivo por el que esta especialidad de pasta de Hilcona llama la atención. Toda la gama, que hasta ahora se llamaba «Pasta

Tradizionale», recibe un nuevo nombre y una nueva estética en el marco del relanzamiento de la marca de 2021 bajo el lema «Productos originales con garantía para sibaritas».

El surtido, rebautizado como «Hilcona Originale», refleja más que nunca la impresión «como hecho a mano» y, con ello, la garantía de calidad de Hilcona. A ello contribuye el diseño revisado del embalaje, que destaca por su logotipo prominente, ilustraciones de productos frescos y una estética de papel de embalaje.

Junto a los «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci», la gama está compuesta por las variedades «Ravioli Carne al Vino Rosso», «Tortelli Pesto Basilico» y «Tortelloni Prosciutto Crudo e 4 Formaggi». Y no solo ha convencido recientemente a los participantes de la encuesta del «Producto del año». Según el instituto de estudios de mercado AC Nielsen, también ha experimentado una subida en las ventas del 27 por ciento entre los usuarios de la categoría y del 6,5 por ciento entre nuevos clientes. • mr

Los ravioli convencen especialmente por su calidad y autenticidad.

