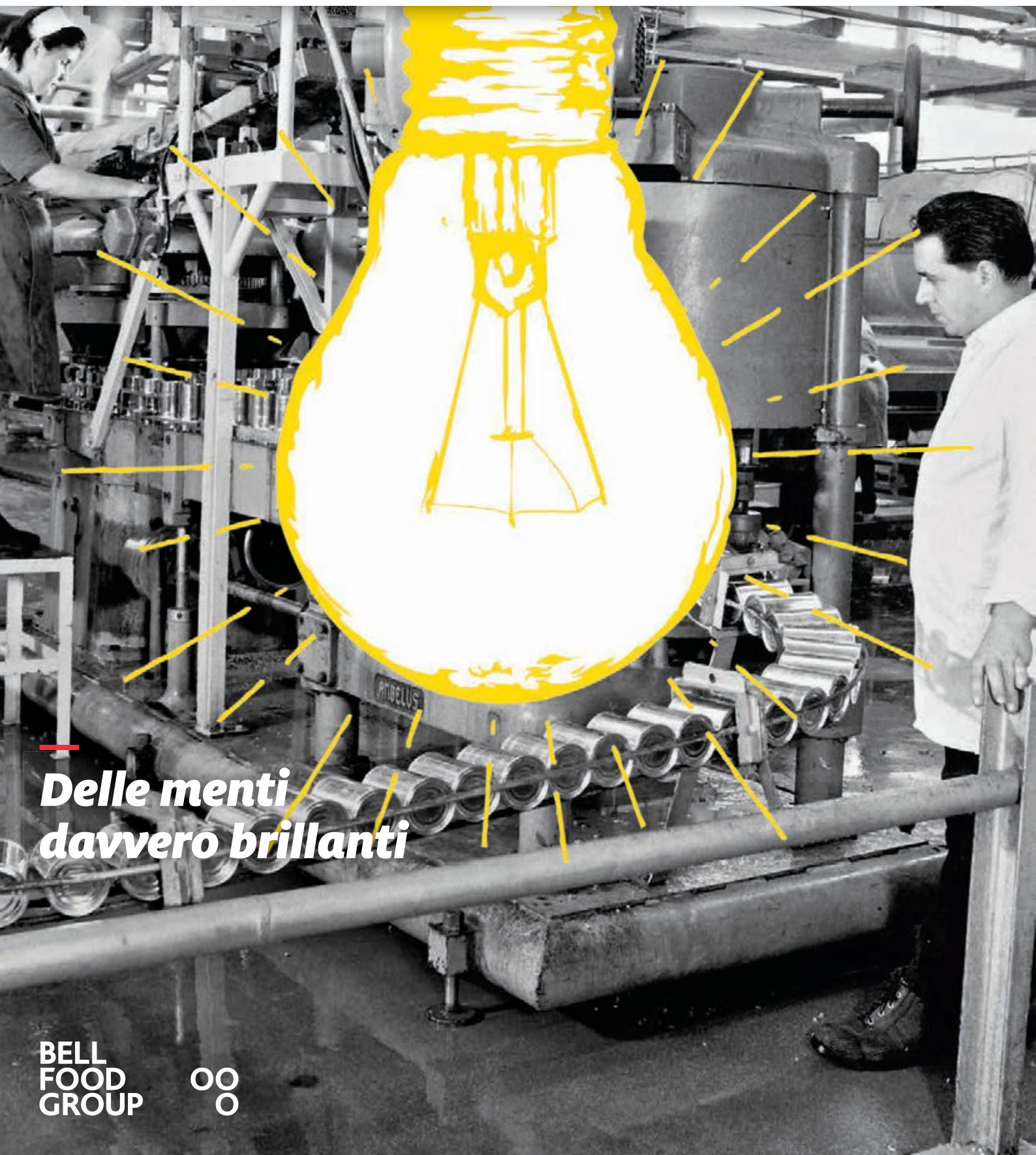


LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

01 2021



***Delle menti
davvero brillanti***

BELL
FOOD
GROUP





Contenuti

Dall'azienda

- 4 Pronti per il futuro**
Un 2020 di successo per il Bell Food Group
- 5 Decisioni nell'interesse del gruppo**
EPIC: Excellent procurement in cooperation
- 6 Il futuro prende forma**
Opera: il sottoprogetto Holinden a Oensingen

In sintesi

- 10 Da Pulyka a Süttag**
Un caloroso benvenuto
- 10 La vostra opinione conta!**
Sondaggio fra i collaboratori del Bell Food Group
- 10 Un modello per i giovani talenti**
Premio per i giovani talenti a Jan Schemmer
- 11 Solo usando il cuore si va nella giusta direzione**
Gli apprendisti di Hilcona hanno distribuito 1000 regali di Natale

- 11 Mobilità senza emissioni di CO₂**
Due autocarri a idrogeno per il Bell Food Group

Storia di copertina

- 12 Delle menti davvero brillanti**
In seno al Bell Food Group le buone idee hanno una lunga tradizione

Le persone fanno la differenza

- 18 Ehi, che ne dici di ...?**
I collaboratori del Bell Food Group sul tema delle «buone idee»

Sostenibilità e innovazione

- 20 Meno è meglio**
Imballaggi più sostenibili grazie alla riduzione della plastica

Anniversari

- 24 Anniversari**
LOOK! porge i suoi auguri a chi festeggia l'anniversario fra marzo e maggio 2021

Concorso

- 27 Innovazioni per la tua casa**
Quesito del concorso

Il nostro mondo del piacere

- 28 Dal classico al creativo**
Il Bell Food Group vi invita a tavola
- 32 Ricette contro la nostalgia per i paesi lontani**
Quattro classici del prosciutto crudo in una nuova linea di Bell Svizzera
- 34 C'è un'erba per ogni gusto**
Un po' di erbalismo

Ecco come funziona la qualità

- 36 Il formidabile originale**
La pasta Hilcona è il «Prodotto dell'anno 2021»

Possiamo essere fieri di noi

Gentili collaboratrici e collaboratori,

poco più di un anno fa eravamo all'inizio della pandemia da coronavirus. La situazione era incerta, l'insicurezza era diffusa e ogni giorno ci aspettavano nuovi sviluppi. È proprio in questo periodo che il Bell Food Group ha dimostrato di essere estremamente resistente alle crisi.

Come azienda, abbiamo fatto tutto il possibile per tutelare la salute dei nostri collaboratori e rispettare i tempi di consegna. E abbiamo avuto ottimi risultati grazie agli sforzi di tutti voi. Anche se alcuni settori, in particolare il

Come gruppo siamo ben posizionati e stabili.

Food Service e il Fresh Convenience, hanno sofferto molto degli effetti della pandemia, per il 2020 come gruppo possiamo vantare un risultato soddisfacente. Tutto questo non sarebbe stato possibile senza il vostro straordinario impegno e per questo desidero ringraziarvi di cuore. Abbiamo tutti i motivi per essere fieri di noi.

La pandemia da coronavirus avrà un certo impatto ancora per un po' di tempo a venire anche sull'esercizio finanziario corrente e avrà conseguenze considerevoli sull'andamento del business del Bell Food Group. Tuttavia, sono convinto che continueremo a essere in grado di reagire rapidamente a conseguenze difficilmente prevedibili e che al tempo stesso potremo perseguire sistematicamente i nostri obiettivi strategici a lungo termine. Lo scorso anno lo ha dimostrato ancora una volta: come gruppo siamo ben posizionati e stabili. Durante la crisi siamo riusciti a rispondere con forza alle condizioni quadro in costante evoluzione e a fronteggiare la sfida del coronavirus.

Consapevoli dei nostri punti di forza vogliamo anche costruire il futuro del Bell Food Group. Con le nostre tre direttrici strategiche, stiamo definendo le linee guida della crescita che vogliamo realizzare nei prossimi anni.

Questo futuro si vede già prendere forma sul sito di Holinden, nella cittadina svizzera di Oensingen. I fabbricati in via di realizzazione nell'ambito del programma di investimento Opera ci permetteranno in futuro di essere più efficienti, più produttivi e più sostenibili. Lo stesso vale per gli ingenti investimenti in corso presso la sede principale di Hilcona a Schaan.

In numerosi settori, soprattutto nella produzione, siamo tuttavia già arrivati al futuro: sia la linea di miscelazione di Hügli a Radolfzell che lo stabilimento Eisberg del settore Convenience a Marchtrenk sono considerati i più moderni del loro genere in tutta Europa. E si tratta solo di due esempi. Molto è già stato realizzato, anche su piccola scala, e un gran numero di progetti assicurati che il Bell Food Group possa guardare al futuro con fiducia e sia un moderno gruppo ben attrezzato per affrontare le sfide che ci attendono.

E a questo proposito non dimentichiamo mai una cosa: dietro ognuna di queste iniziative ci siamo noi – persone che cercano qualcosa di nuovo o vogliono rendere qualcosa di buono ancora migliore. Con le nostre buone idee, contribuiamo tutti insieme a rendere il Bell Food Group un po' migliore giorno dopo giorno – e anche di questo possiamo essere fieri.

Lorenz Wyss
Presidente della Direzione del Gruppo

Un 2020 di successo per il Bell Food Group

Pronti per il futuro

Nell'anno segnato dalla pandemia da coronavirus, il Bell Food Group ha realizzato un utile aziendale di 117,7 milioni di CHF. Il gruppo è riuscito a tutelare la salute dei collaboratori senza compromettere i tempi di consegna. Con tre nuove direzioni strategiche, l'azienda ha le carte in regola per continuare a riscuotere successi in futuro. • sh

Utile di esercizio nettamente superiore a quello dell'esercizio precedente

Nel 2020 il Bell Food Group è cresciuto: il fatturato rettificato del 2020 ammonta a 4,1 miliardi di franchi, ovvero 112,1 milioni di franchi (+2,7%) in più rispetto all'anno precedente. La gradita crescita nell'ambito del retail ha più che compensato il calo delle vendite del food service

«Possiamo essere fieri di noi»

nella divisione Bell Svizzera. Anche la divisione Bell International ha registrato un miglioramento dei propri risultati. A causa del forte orientamento alla ristorazione fuori casa e al settore da asporto, la divisione Convenience è stata quella più duramente colpita dagli effetti negativi della pandemia da coronavirus. In questo settore il canale retail è riuscito a compensare solo parzialmente i cali di fatturato.

Sfida coronavirus raccolta

Dopo lo scoppio della pandemia da coronavirus, sono stati messi in atto estesi interventi di protezione ed igiene in tutti i siti. Lorenz Wyss commenta così questi momenti difficili: «Il Bell Food Group è riuscito a proteggere la salute dei propri collaboratori nel migliore dei modi. Possiamo anche essere orgogliosi del fatto che abbiamo sempre saputo rispettare i tempi di consegna. Un grande ringraziamento va ai nostri collaboratori, senza il cui straordinario impegno tutto questo non sarebbe stato possibile».

Tre direzioni strategiche

L'anno scorso il Bell Food Group ha inoltre rivisto il proprio orientamento strategico, adattandolo alle sfide future. Per l'attuazione sono state definite tre direzioni strategiche:



Potenziamento del core business

Il Bell Food Group intende espandere in modo sostenibile la posizione di leader nel proprio core business all'interno del mercato svizzero del retail e della ristorazione. Nel business internazionale, l'attenzione continua ad essere rivolta al rafforzamento della posizione di mercato e alla redditività relativamente al prosciutto crudo come pure all'espansione dell'offerta di pollame sostenibile.



Crescita grazie al convenience e ai prodotti vegetariani

Il Bell Food Group intende rafforzare la propria posizione sul mercato del convenience nei paesi di lingua tedesca D-A-CH aumentando lo sfruttamento delle capacità dei propri impianti di produzione a Marchtrenk e Bad Wünnenberg. Un altro aspetto cui dedicare attenzione sarà lo sviluppo di nuove soluzioni alimentari per il settore della ristorazione con il progetto «Smart Cuisine» in Europa.



Investimento in efficienza e performance

Il Bell Food Group ha lanciato un vasto programma d'investimento nel proprio sito di Oensingen per assicurare la capacità produttiva a lungo termine nel proprio core business svizzero. Anche nella sede Hilcona di Schaan, in Liechtenstein, sono previsti ampi investimenti atti ad ammodernare i processi centrali.

Il comunicato stampa completo è disponibile sul nostro sito web:



EPiC: Excellent procurement in cooperation

Decisioni nell'interesse del gruppo

A metà del 2019, all'ufficio acquisti è stato affidato il compito di risparmiare un totale di 10 milioni di CHF in seno all'intero Bell Food Group. Grazie al progetto EPiC, questo obiettivo è ora molto vicino. Il responsabile del progetto Thomas Graf fa il punto della situazione.



di franchi svizzeri», dichiara Thomas Graf. Per poter valutare questi fornitori, bisognava prima procurarsi tutte le informazioni e ridurre i soggetti coinvolti a un comune denominatore.

«In una prima fase, abbiamo definito degli standard comuni, anche per quanto riguarda i criteri sociali o di sostenibilità – non c'era nulla di simile nel Gruppo prima. In precedenza ogni divisione lavorava con i propri criteri di acquisto e le considerazioni strategiche nell'interesse del gruppo venivano attuate in modo meno sistematico. Ora invece le decisioni devono essere prese anche tenendo conto del punto di vista del Bell Food Group e del gruppo Coop».

Intanto abbiamo già registrato i primi risultati positivi: «Siamo riusciti a ridurre il numero dei fornitori di quasi un terzo. Stanno emergendo risparmi che superano l'obiettivo del progetto. L'EPiC ha già apportato un contributo significativo al miglioramento dei risultati nel 2020 e continuerà a farlo anche in futuro».

Graf sostiene, inoltre, che dall'avvio del progetto anche la collaborazione tra i singoli soggetti coinvolti è migliorata notevolmente. «All'inizio, naturalmente, abbiamo dovuto conoscerci fra di noi per trovare la chiave di una valida cooperazione», sottolinea Thomas Graf, «e mettere tutti insieme intorno a un tavolo – questo è stato possibile solo grazie all'impegno di ognuno di noi. Solo insieme possiamo riuscire a sfruttare le sinergie ottimali sul mercato degli acquisti, garantendole anche per il futuro». Ora, secondo quanto affermato da Graf, è necessario riportare lentamente l'organizzazione del progetto alle organizzazioni interne.

Thomas Graf e i responsabili delle vendite, che costituiscono il core team, sono assistiti da una società di consulenza esterna e dal team acquisti dei prodotti non retail di Coop. Inoltre, per potere dare attuazione al progetto, sono coinvolte oltre 100 persone in tutto il comparto acquisti. • sh

«Il principio dell'EPiC non è una cosa nuova. Emergono continuamente progetti per sfruttare al massimo il potenziale di risparmio», spiega Thomas Graf, «ma questa è sicuramente la prima volta che un progetto del genere viene realizzato su una scala così grande». Dall'inizio del 2020 Graf è responsabile della gestione generale del progetto EPiC a livello di gruppo.

L'EPiC ha contribuito significativamente al miglioramento dei risultati nel 2020.

Quando nel 2019 il risultato semestrale si è rivelato peggiore del previsto, la direzione del Bell Food Group ha disposto, a titolo di provvedimento immediato, che l'ufficio acquisti ottimizzasse le condizioni dei fornitori. Si dovevano risparmiare dieci milioni di franchi svizzeri. Con EPiC, acronimo di Excellent procurement in cooperation, ossia eccellenza negli acquisti ottenuta tramite cooperazione, sono state create le strutture necessarie per ottimizzare i costi.

«Nella categoria merceologica dei materiali da imballaggio, da cui siamo partiti con le ottimizzazioni, al momento del lancio del progetto lavoravamo con più di 150 fornitori in tutto il gruppo. In totale, si trattava di un volume di acquisti annuo pari a oltre 100 milioni

Opera: il sottoprogetto Holinden a Oensingen

IL FUTURO PRENDE FORMA

A Oensingen, Bell Svizzera sta costruendo tre impianti industriali che guardano al futuro: un magazzino per surgelati, un centro di affettazione e la piattaforma logistica Centro, che renderanno l'azienda più efficiente, più produttiva e più sostenibile. Il programma di investimento Opera è in pieno corso di attuazione.

I fabbricati di nuova costruzione indicano a Bell la strada per il futuro in Svizzera.

I fabbricati dello stabilimento di Holinden a Oensingen (CH) non passeranno inosservati dall'autostrada A1. Si staglieranno fino a 30 metri di altezza. Ma il magazzino per surgelati, il Centro e il centro di affettazione non sono solo imponenti: vogliono anche indicare la strada per il futuro di Bell in Svizzera.

I nuovi edifici renderanno l'azienda più efficiente e produttiva, dotandola delle infrastrutture necessarie per la competizione nazionale e internazionale. Inoltre contribuiranno a una produzione rispettosa dell'ambiente. I fabbricati rientrano nel programma di investimento Opera, nell'ambito del quale in ottobre il Consiglio di amministrazione ha approvato il sottoprogetto Holinden. Il magazzino per surgelati è già in costruzione e tutti i fabbricati saranno completati entro il 2024. Presentiamo qui gli aspetti più importanti del progetto.



CENTRO

MAGAZZINO PER SURGELATI

CENTRO DI AFFETTATURA

PARCHEGGIO MULTIPIANO



Tramite una webcam è possibile seguire il progresso della costruzione del magazzino per surgelati. Basta scansionare il codice QR con lo smartphone.



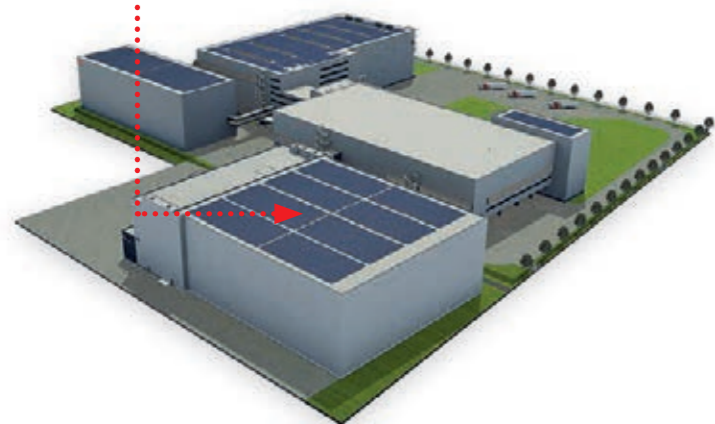
Il magazzino per surgelati sarà alto circa 30 metri.

IL MAGAZZINO PER SURGELATI

Il progetto di costruzione: a Oensingen sarà realizzato il più grande congelatore del Bell Food Group, che potrà accogliere 35.000 pallet. Il magazzino per surgelati è in costruzione da aprile 2020.

Cosa si ottiene: grazie a questo magazzino, Bell Svizzera può centralizzare tutte le capacità di stoccaggio di surgelati a Oensingen. Il magazzino sostituirà i due impianti della Frigo a Basilea e altri magazzini esterni.

Per l'ambiente: questo magazzino all'avanguardia è significativamente più ecologico. Dimezza infatti le emissioni di CO₂ dei precedenti impianti di surgelazione.



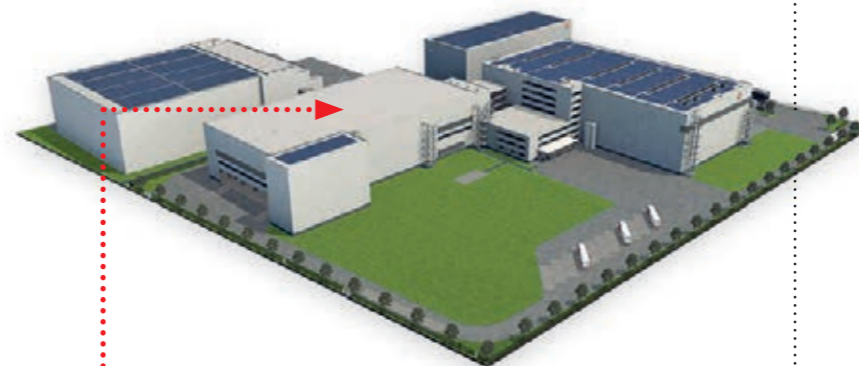
CENTRO

Il progetto di costruzione: in futuro, il Centro rappresenterà il fulcro logistico di Bell Svizzera SA. Tutti gli articoli (tranne il pesce) provenienti dai dodici stabilimenti di produzione di Bell Svizzera saranno quindi portati al Centro, immagazzinati temporaneamente, prezzati, prelevati per la gestione degli ordini e consegnati ai clienti.

Cosa si ottiene: il Centro permette di consegnare la merce in tempi più brevi. Il cosiddetto ciclo di consegna sarà significativamente più breve. In futuro, per esempio, una filiale di un grande cliente potrà ordinare merci entro le 15.00 e riceverle già entro le 7.00 del mattino successivo.

Per l'ambiente: grazie alla consegna a breve termine, le filiali possono stimare più accuratamente di quanta merce necessitano. Così si riduce lo spreco di cibo, poiché il giorno dopo deve essere richiesta una quantità inferiore di merci.

Il sottoprogetto Holinden è sinonimo di efficienza, performance e sostenibilità.

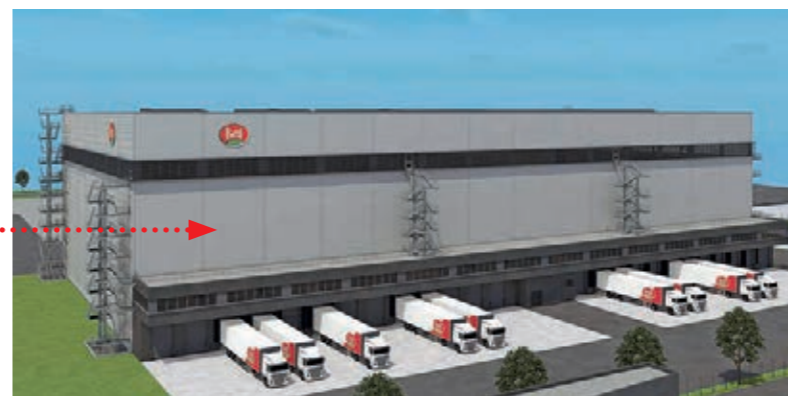


CENTRO DI AFFETTATURA

Il progetto di costruzione: il nuovo centro affetterà in futuro gli insaccati a livello centrale per Bell Svizzera. Gli stabilimenti consegnano i prodotti al centro, dove vengono affettati appena possibile o al bisogno. La struttura può accogliere otto linee.

Cosa si ottiene: il centro di affettazione vanta una moderna tecnologia di purificazione degli ambienti. Questo significa che sui prodotti arrivano ancora meno microrganismi, allungandone significativamente la durata di conservazione. Ne consegue una richiesta di merci notevolmente ridotta per il supermercato.

Per l'ambiente: la migliore durata di conservazione riduce lo spreco di cibo.



Altri fabbricati: parcheggio multipiano e centrale tecnologica

Sul sito di Holinden sorgeranno inoltre un parcheggio multipiano e la centrale tecnologica. Il parcheggio multipiano sostituirà il parcheggio sulla Dünnerstrasse (il parcheggio farà posto al previsto ampliamento del macello per bovini). La centrale tecnologica ospiterà gli impianti tecnici, un'officina, gli spogliatoi, la mensa e gli uffici.



Parcheggio multipiano

Analisi dei dati e robotica

I fabbricati del sito di Holinden saranno dotati di tecnologia all'avanguardia. Una piattaforma raccoglie i dati operativi e li valuta a livello centrale. Per esempio, i processi (affettazione, imballaggio e gestione degli ordini) possono essere meglio coordinati. Con la robotica verrà coerentemente automatizzato il lavoro fisico e monotono. Per esempio, i robot riporranno le merci pronte per la vendita in appositi contenitori per la consegna. L'analisi dei dati e l'automazione richiedono lavoratori aggiuntivi con qualifiche e competenze specifiche. Ricorrere alle nuove tecnologie significa anche produrre in modo da preservare le risorse. Per esempio, i moderni impianti del sito di Holinden richiedono meno energia: il calore di scarto viene infatti usato come fonte di energia. Inoltre vengono utilizzati refrigeranti naturali. La tecnologia moderna simboleggia quindi ciò che il sottoprogetto Holinden nel suo complesso rappresenta: efficienza, performance e sostenibilità. • ts

I fabbricati del sito di Holinden saranno dotati di tecnologia all'avanguardia.

Un caloroso benvenuto



Da Pulyka a Süttag

Dal 1° novembre 2020, la Süddeutsche Truthahn AG (Süttag) di Ampfing, Germania, ha ufficialmente accolto 370 nuovi dipendenti nel proprio organico. Rivolgiamo a loro un caloroso benvenuto all'interno del Bell Food Group!

A seguito di una modifica delle disposizioni di legge che vieta i contratti d'opera nel settore tedesco delle carni a partire dal 2021, dal 1° novembre 2020 i suddetti collaboratori sono stati trasferiti dal subappaltatore Pulyka GmbH alla Süttag di Ampfing. Questi dipendenti operano principalmente nella macellazione e nel sezionamento delle carni. • sh

Sondaggio fra i collaboratori del Bell Food Group

La vostra opinione conta!

Il prossimo sondaggio fra i collaboratori dell'intero Bell Food Group è previsto per giugno 2021.

Stimati collaboratori, non attribuiamo solo una grande importanza alla vostra opinione: quello che pensate è per noi del tutto indispensabile. Grazie al vostro feedback, siamo in grado di identificare le opportunità di miglioramento e sviluppare soluzioni adeguate.

A giugno di quest'anno vogliamo quindi condurre un altro sondaggio fra i collaboratori, per la prima volta anche tra i nostri colleghi della Hügli. Riceverete le relative informazioni necessarie in tempo utile dai vostri superiori e dagli uffici delle risorse umane. Contiamo sulla vostra partecipazione, perché la vostra opinione conta ed è di fondamentale importanza per noi. • sh



Premio per i giovani talenti a Jan Schemmer

Un modello per i giovani talenti

Per la sua proficua carriera che lo ha visto passare da macellaio a Responsabile della Gestione e dello Sviluppo dei Prodotti alla Bell Svizzera, Jan Schemmer è stato insignito del Premio tedesco per i giovani talenti del settore carni di quest'anno.

Jan Schemmer ha già ottenuto molto a 32 anni. Da macellaio a mastro macellaio e tecnico di macelleria al master in gestione aziendale MBA, l'attuale Responsabile della Gestione e dello Sviluppo dei Prodotti di Bell Svizzera non ha smesso di crescere professionalmente negli anni passati. In riconoscimento di questa eccezionale carriera, è stato insignito del Premio tedesco per i giovani talenti del settore carni di quest'anno.

«Sono molto contento di ricevere questo premio e spero che la notizia possa motivare i giovani a optare per una formazione nel settore», dichiara Jan Schemmer. «Tutto ciò che serve è l'interesse e la volontà di riuscire, come pure la passione per la carne come materia prima. Queste sono le solide basi che consentono di intraprendere numerosi percorsi professionali, come dimostra il mio esempio».

In passato, il riconoscimento è andato principalmente a talenti delle macellerie tradizionali. Per dimostrare che anche le aziende indu-

striali promuovono questa categoria professionale, il collaboratore della Bell si è candidato al premio di quest'anno. «La mia speranza è riuscire così a invogliare in particolar modo i giovani a intraprendere una carriera nel nostro gruppo aziendale e poter continuare a reperire facilmente personale qualificato anche in futuro per le nostre impegnative funzioni nei settori legati alla produzione», spiega Schemmer.

Il Premio tedesco per i giovani talenti del settore carni viene assegnato da otto anni a questa parte dalle riviste specializzate dell'industria delle carni del gruppo dfv «allgemeine fleischer zeitung» (afz) e «Fleischwirtschaft». La giuria settoriale è composta da grandi esperti della scienza, dell'industria e del giornalismo. Del premio è stato insignito anche Alfred Remmele Conde, giunto in Germania appositamente dal Guatemala per intraprendere la formazione da macellaio. • mr

Gli apprendisti di Hilcona hanno distribuito 1000 regali di Natale

Solo usando il cuore si va nella giusta direzione

Gli apprendisti di Hilcona in Svizzera hanno incartato e distribuito con amore in due giorni 1000 regali natalizi indirizzati alle famiglie su cui il destino ha voluto accanirsi.

Lo scorso dicembre, gli apprendisti di Hilcona a Schaan hanno avuto l'idea giusta per i giorni di festa: la cosa più bella che si può regalare è il tempo. Con il sostegno di numerosi reparti di Hilcona, hanno quindi organizzato con particolare dedizione uno straordinario «ponte di solidarietà» tra le due sedi svizzere Hilcona di Schaan e Orbe: 1000 pacchi natalizi pieni di prodotti «gourmet» dovevano essere donati alle famiglie di Orbe su cui il destino ha voluto accanirsi.

«Abbiamo sentito molto parlare delle famiglie intorno al comune di Orbe in cerca di aiuto, a cui spesso mancano anche i soldi per fare la spesa e mangiare», raccontano questi apprendisti impegnati. «La situazione è particolarmente difficile. Per questo è estremamente importante cercare nuove vie per riuscire ad aiutare. Ci siamo subito resi conto che dovevamo dare una mano, ed eravamo felici di farlo. Tanto meglio, naturalmente, se il fine è così utile e riusciamo a portare un po' di luce nella vita delle tante famiglie colpite».

Günter Grabher, coordinatore della formazione professionale presso Hilcona, è orgoglioso dei propri apprendisti: «Dall'idea fino all'imballaggio dei 1000 pacchi realizzato in collaborazione, è stato tutto molto toccante e intenso. Difficile esprimere a parole quello stato d'animo. Sono grato ai nostri apprendisti per l'eccezionale impegno profuso» • Markus Amann, Communications Manager presso Hilcona, Schaan



Due autocarri a idrogeno per il Bell Food Group

Mobilità senza emissioni di CO₂

Da breve tempo sulle strade svizzere e del Liechtenstein circolano per il Bell Food Group due ultramoderni veicoli commerciali elettrici a idrogeno. Questo è il trasporto merci a zero emissioni!



Si mettono in moto quasi in silenzio. Quando si iniziano a muovere questi colossi di alcune tonnellate di peso si percepisce solo un lieve sibilo. Niente più rombi di motori diesel. Quello che si sente è il ronzio quasi impercettibile tipico dei tralicci dell'elettricità.

Sono queste le caratteristiche dei nuovi veicoli commerciali elettrici a idrogeno. I due partner logistici svizzeri Chr. Cavegn AG e F. Murpf AG puntano sulla mobilità sostenibile senza emissioni di CO₂. È così che due dei cinquanta veicoli complessivamente prodotti dalla casa automobilistica coreana Hyundai per la Svizzera sono stati destinati al Bell Food Group.

L'idrogeno necessario per questi autocarri è prodotto con elettricità proveniente da fonti rinnovabili.

All'interno della cella a combustibile dell'autocarro, l'idrogeno reagisce con l'ossigeno dell'aria ambiente e rilascia nuovamente energia sotto forma di corrente elettrica. L'unico sottoprodotto generato è il vapore acqueo, che può essere reimpresso nell'ambiente. Questo ciclo chiuso fa sì che la trazione abbia un bilancio di CO₂ neutro. Così il nuovo autocarro produce fino a 80 tonnellate di emissioni di CO₂ in meno all'anno.

Su uno di questi nuovi veicoli è anche apposto un nuovo branding del Bell Food Group. Ciò sottolinea gli sforzi effettuati dal Gruppo per una produzione e una logistica degli alimenti freschi sostenibile. • sh



In seno al Bell Food Group le buone idee hanno una lunga tradizione

Delle menti davvero brillanti

Gli esordi di Bell, Eisberg, Hilcona e Hügli, insomma di tutte le aziende in seno al Bell Food Group, sono stati segnati da persone con buone idee e spirito pionieristico. Questa capacità innovativa ha accompagnato tutte le divisioni del Gruppo nel corso della loro storia, fino ai giorni nostri. Spesso sono le piccole innovazioni ad avere un grande impatto.

Se facciamo un viaggio indietro nel tempo fino agli inizi del Bell Food Group, ci imbattiamo ovunque in persone intraprendenti che non avevano paura di sperimentare qualcosa di nuovo.

Gli ortaggi in scatola sono tornati di moda in tempo di pandemia.

I padri fondatori di Bell, per esempio, approfittarono del progresso tecnico apportato dall'industrializzazione per aprire nel 1907 a Basilea una fabbrica di carne e salumi molto moderna per quel tempo.

Anche il fondatore di Hilcona, Toni Hilti, trasse profitto dell'industrializzazione e iniziò a produrre ortaggi in scatola nel 1935, quando gli alimenti in scatola non erano ancora molto diffusi in Europa. Ora, Hilcona è diventato anche l'unico produttore di ortaggi in scatola in Svizzera e nel Liechtenstein – con dati di vendita in aumento. In tempi di pandemia, infatti, la lattina ha registrato un grande

ritorno con una stima record di 29 milioni di prodotti in scatola venduti solo l'anno scorso.

Hügli ha posto le basi del proprio successo come azienda specializzata nel convenienze con un'autentica innovazione di prodotto: nel 1935, con «Brodox» venne lanciato sul mercato il primo dado da brodo prodotto industrialmente.

Eisberg completa l'innovativa alleanza a quattro. L'azienda è considerata il pioniere dell'insalata in busta, che ha proposto per la prima volta in Svizzera nel 1972. Quando Eisberg introdusse i pratici mix di insalata in busta nell'Europa dell'Est negli Anni '90, arrivò addirittura a influire sulle abitudini alimentari dei consumatori di quell'area che prima erano ritenuti piuttosto indifferenti all'insalata.

Ma il Bell Food Group non sarebbe quello che è oggi se si fosse adagiato sulle sue prime entusiasmanti idee. Lo spirito di innovazione ha in-

PRODUITS

Eisberg:
premio HR per la comunicazione
interna tramite chatbot

Da giugno 2019, Eisberg in Ungheria utilizza un chatbot – una tecnologia nuova di zecca per il settore delle risorse umane – per comunicare con i propri collaboratori. Il chatbot, a cui è stato dato il nome di «Sali Kapitány», cioè Capitano Insalata, fornisce ai collaboratori tutte le informazioni importanti attraverso il loro smartphone in pochi secondi. Un investimento lungimirante, come è emerso quando è scoppiata la pandemia da coronavirus. I collaboratori sono stati così tenuti costantemente aggiornati su tutte le nuove misure introdotte per la protezione dall'infezione. Inoltre, per esempio, questo tool viene utilizzato da Eisberg anche per sapere quando i singoli collaboratori non sanno a chi affidare i propri bambini, in modo che gli orari dei turni possano essere ottimizzati di conseguenza. Per questo eccezionale impegno, l'azienda ha ricevuto il riconoscimento HR «Datore di lavoro responsabile ed empatico».

Il Capitano Insalata è il supereroe chatbot di Eisberg.



Bell Germania:
progetto pilota con spray
al posto degli interfolgi

Bell Germania sta attualmente testando un processo innovativo per fare a meno degli interfolgi di plastica o di carta cerata, per esempio per le specialità di prosciutto Serrano. Al loro posto, durante l'affettatura viene spruzzato sulle fette uno strato divisorio sottilissimo di olio vegetale biologico. «L'idea è nata perché avevamo sentito parlare di un produttore di formaggio del Nord Europa che stava provando questo processo per i propri prodotti self-service», riferisce Stephan Holst, responsabile Marketing e comunicazione di Bell Germania. Già i primi test si sono rivelati promettenti. Se questa tecnologia avrà successo, ogni anno la Bell Germania potrebbe presto risparmiare 200 tonnellate di fogli di separazione.

HÜGLI NÄHRMITTEL-A.G. ARBON

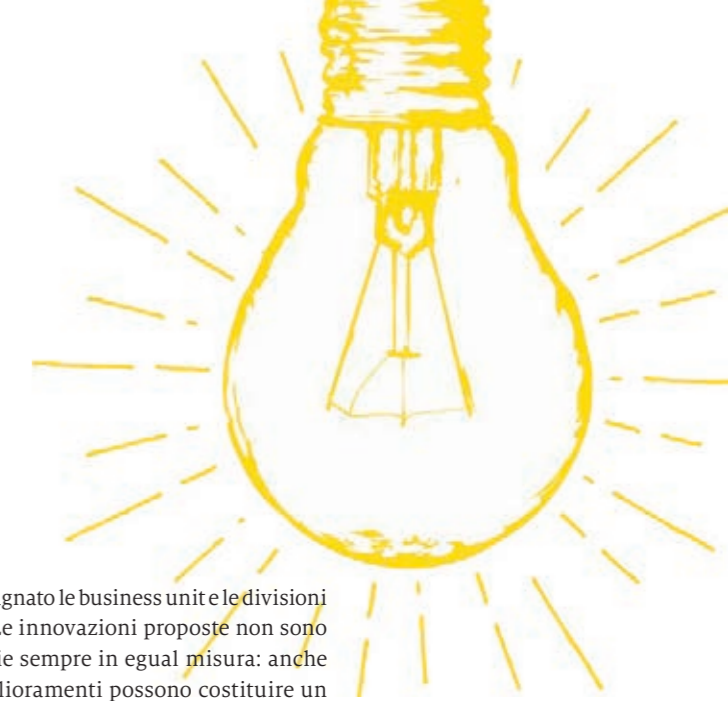
Hilcona «Smart Cuisine»: il sistema modulare del gusto

Con il progetto «Smart Cuisine», in collaborazione con hotel e ristoranti Transgourmet, Hilcona propone una soluzione modulare per buffet, banchetti e il settore à la carte. I clienti possono quindi scegliere se desiderano singole componenti o un pacchetto completo. La gamma copre tutti e tre i pilastri di Hilcona: pasta, prodotti vegetariani e freschi. «Il nostro obiettivo con «Smart Cuisine» è quello di capire le esigenze dei ristoratori nel loro insieme e sviluppare di conseguenza idee e soluzioni su misura», spiega Oliver Rose della divisione Food Service di Hilcona. Fa parte dell'offerta smart anche un ampio servizio aggiuntivo, dal configuratore di buffet alla messa a disposizione di personale.

Hilcona: piatti cucinati a vapore per il settore sanitario

La clinica di Lüdenscheid è stato il primo partner di Hilcona ad offrire ai propri pazienti dall'inizio dell'anno dei pranzi preporzionati realizzati con un nuovo processo brevettato di cottura a vapore. Questo metodo di preparazione delicato consente di mettere a punto verdure croccanti e dense con abbondanti vitamine e sostanze nutritive. Un ulteriore vantaggio per la clinica è che, quasi come in un ristorante à la carte, ogni paziente può scegliere al mattino il menu desiderato tra circa 40 pasti, tenendo conto delle esigenze dietetiche e nutrizionali individuali.

La storia di successo di Hilcona è iniziata con gli ortaggi in scatola.



fatti accompagnato le business unit e le divisioni fino a oggi. Le innovazioni proposte non sono rivoluzionarie sempre in egual misura: anche i piccoli miglioramenti possono costituire un prezioso volano.

Secondo il dizionario tedesco Duden, nel campo dell'economia, si parla di innovazione quando si realizza una soluzione nuova e avanzata a un determinato problema. Nel caso di un'azienda alimentare, si tratta soprattutto di nuovi prodotti che, per esempio, offrono nuove esperienze gustative, facilitano la vita quotidiana o convincono grazie ad ingredienti particolari.

A questo proposito occorre menzionare, fra l'altro, lo storico «Bell-Würstli» o la pasta fresca che Hilcona è stata la prima azienda in Svizzera e nel Liechtenstein a produrre industrialmente nel 1984.

Ma anche il passato più recente non manca di esempi di idee di prodotti innovative. Al riguardo, un settore di tendenza in cui gli sviluppatori sono impegnati è quello delle alternative alla carne convenzionale.

Se da un lato la Hilcona Taste Factory è uno dei principali motori dell'innovazione svizzera per i sostituti della carne a base vegetale con il progetto «The Green Mountain», dall'altro il Bell Food Group sta promuovendo la produzione commerciale di carne bovina coltivata tramite un investimento nella start-up olandese Mosa Meat.

Un altro settore del Bell Food Group in cui molto sta cambiando grazie all'automazione e alla digitalizzazione è la produzione.

Ciò che le tecnologie attuali rendono possibile emerge in modo molto plateale nei siti di più recente data. Per esempio, la linea di miscelazione di Hügli a Radolfzell e lo stabilimento Esiberg del settore convenienza a Marchtrenk sono considerati i più moderni del loro genere in Europa.

Tuttavia, il progresso non si ferma neanche nei siti consolidati. Dai modernissimi robot per il picking alla sigillatura ad ultrasuoni per la saldatura degli imballaggi, anche qui sono in uso numerose tecnologie innovative.

Un'area di tendenza per gli sviluppatori di prodotto è quella delle alternative alla carne.

Gli esoscheletri supportano il personale, per esempio, nello spostamento di contenitori pesanti.

Inoltre, il Bell Food Group non si preoccupa solo di mettere in atto nuove idee nel proprio core business: non si risparmia infatti neanche in merito al miglioramento della propria sostenibilità.

Eisberg, per esempio, è un pioniere nel campo del recupero energetico: dal 1999, lo stabilimento di produzione di Dällikon gestisce un impianto di biogas in cui i rifiuti residui della lavorazione dell'insalata vengono convertiti in energia – allora come oggi senza eguali in Svizzera. Nuovissimo, al contrario, è un progetto pilota pionieristico di Bell Svizzera: a partire dalla scorsa estate, il suo pollaio energeticamente neutrale sta diventando un punto di riferimento nell'allevamento di pollame sostenibile.

Il pollaio energeticamente neutrale di Bell Svizzera pone nuovi standard.

Che una buona idea nasca quasi per caso o sia il risultato di un processo complesso, dietro di essa ci sono sempre persone che cercano qualcosa di nuovo o vogliono rendere qualcosa di buono ancora migliore. E tutti i collaboratori del Bell Food Group sono chiamati a questo.

Pertanto il coinvolgimento dei collaboratori è anche una componente centrale, fra l'altro, del programma «TopX», con il quale il Bell Food Group sta identificando dallo scorso autunno i potenziali di miglioramento dei processi. Dopo tutto, chi conosce le linee di produzione e tutte le loro peculiarità meglio delle persone che le fanno funzionare ogni giorno?

Con buone idee – che non devono essere per forza innovazioni rivoluzionarie – tutti possono contribuire a mantenere alto lo spirito innovativo all'interno del Bell Food Group. Chissà quali sono le grandi conquiste a cui le generazioni future guarderanno quando faranno un viaggio indietro nel nostro tempo! • *mr*

Bell Svizzera: l'app di degustazione facilita lo sviluppo dei prodotti

Per illustrare a titolo esemplificativo come i processi del Bell Food Group possono essere ottimizzati attraverso la digitalizzazione, il fornitore di soluzioni IT novaCapta ha sviluppato un'innovativa app di degustazione per lo sviluppo dei prodotti presso la Bell in Svizzera. Invece di usare la carta, come avveniva finora, gli sviluppatori del prodotto valutano ora un articolo all'interno di questa app per smartphone. Una procedura a scelta multipla assicura una buona comparabilità dei dati. I product manager dispongono di una propria versione della power app, che offre loro funzioni aggiuntive. Tra le altre cose, l'app ha ridotto i tempi decisionali e aumentato la trasparenza nei confronti dei fornitori e dei clienti B2B. Un ulteriore vantaggio: un ridotto consumo di carta è anche sinonimo di maggiore sostenibilità.



Bell Svizzera: gli esoscheletri facilitano lo spostamento di oggetti

Gli esoscheletri, che sembrano dare superpoteri alle persone, sono qualcosa che finora la maggior parte di noi ha visto solo nei film di fantascienza. I collaboratori del reparto Gestione ordini di Basilea, invece, possono ora sperimentarli in prima persona. Il reparto Produzione ha acquistato due di questi ausili robotizzati per eseguire dei test. Oltre al supporto a livello di schiena e braccia, gli esoscheletri hanno anche un supporto sopra la testa su cui possono essere montati vari moduli, per esempio per il sollevamento e la presa

I collaboratori del Bell Food Group sul tema delle «buone idee»

Ehi, che ne dici di ...?

Le buone idee non devono per forza essere innovative come l'invenzione della ruota per apportare cambiamenti positivi. Ogni idea, anche semplice, può potenzialmente diventare un fattore determinante. I collaboratori del Bell Food Group raccontano come loro o i loro team hanno utilizzato delle buone idee per apportare miglioramenti nei più svariati comparti. • sh

«Alcuni anni fa, il reparto IT della Bell Svizzera è stato il primo a sostituire i foglietti di assenza con una soluzione online tramite SharePoint. Le timbrature dimenticate, le assenze e i turni di reperibilità non vengono più richiesti e approvati a mano, ma tramite un workflow di SharePoint. Questo favorisce il lavoro senza utilizzo di carta ed elimina il problema dello smarrimento dei foglietti. Siamo riusciti a introdurre questa soluzione anche in diversi altri reparti. Al momento, stiamo anche lavorando a una soluzione automatizzata per mezzo della quale un bot scrive i tempi richiesti nel tool di rilevamento dei tempi a livello E3».



Nora Hertzschuch
Responsabile IT Administration & Information presso Bell a Basilea

Oliver Rose
Responsabile nazionale Vendite nel Food Service presso Hilcona a Schaan



«Per promuovere il concetto modulare di SmartCuisine, che consente maggiore flessibilità e meno spreco di cibo anche quando il numero di ospiti fluttua, ho deciso di «stuzzicare l'appetito» dei (potenziali) clienti con immagini in movimento immortalate in un video di un minuto. Alla fine, il video ha destato l'entusiasmo non solo degli stakeholder esterni, ma anche di quelli interni. Riallacciandoci a questo successo, il prossimo passo è quello di dare ai clienti la possibilità di ordinare confezioni campione di componenti predefiniti e prepararli con noi durante una lezione di cucina dal vivo».

Daniel Oblak
Category Manager presso Hügli a Steinach



«Con i nostri prodotti, offriamo soluzioni di alta qualità che supportano i nostri clienti nella loro routine quotidiana in cucina. Con il «brodo concentrato» dalla leggera consistenza gelatinosa, abbiamo mosso un ulteriore passo verso l'arricchimento della cucina odierna che non si accontenta dell'ordinario. Con ingredienti di base nutritivi che possono raggiungere il 73%, a confronto con i prodotti convenzionali il brodo concentrato è un autentico esaltatore di gusto. Per l'uso nella classica cucina à la carte, nel front cooking o nella mensa aziendale, il brodo è un'autentica alternativa per alti livelli qualitativi».

«Parte del mio lavoro è il miglioramento continuo dei nostri prodotti e processi accompagnato dall'introduzione del sistema CSB (ndr. : sistema di gestione integrata delle merci, pianificazione delle risorse e tracciabilità per l'industria alimentare). Soprattutto nel comparto della produzione, si tratta di una grande opportunità per portare la qualità a un livello ancora più alto. Per me, è importante accompagnare i miei colleghi nel processo. Dissipare i timori dei colleghi –rispetto alle cose nuove e al background tecnico – è stato il primo passo nella giusta direzione. Il mio obiettivo è quello di superare tutti gli ostacoli insieme come team. La mia aspirazione di ogni giorno è trovare soluzioni alle sfide e mostrarmi sensibile alle richieste».



Julia Gerauer
Collaboratrice di produzione presso la Süddeutsche Truthahn AG ad Ampfing

Emilie Zablotz
Product & Brand Manager presso Sylvain&CO a Essert-sous-Champvent



«Facevamo parte di un interessante progetto incentrato sul packaging – la prima reale collaborazione tra Sylvain&CO e Eisberg. L'ampio e ambizioso progetto è durato diverse settimane e ha richiesto molto coordinamento tra le due aziende. Abbiamo anche consultato vari reparti specializzati, in particolare l'Approvvigionamento e lo Sviluppo del Packaging per le questioni tecniche. Grazie a questo progetto, non solo siamo giunti a una comune comprensione delle esigenze del mercato, ma abbiamo anche posto le basi per una futura collaborazione tra Eisberg e Sylvain&CO».



Rhea Pantelis
Key Account Manager Retail presso Eisberg a Dällikon

Daniel Plüss
Assistente Direzione Carni Fresche presso Bell a Oensingen



«Per il progetto Frontmatec Fase 0, è stato necessario mettere assieme e definire nuovi criteri. L'obiettivo del progetto consisteva nell'automatizzare l'intero processo di gestione delle scorte, dalla macellazione al sezionamento, in modo che i dipendenti dovessero adottare meno decisioni manuali. A seguito del mio trasferimento interno a settembre con il passaggio alla posizione di Assistente Direzione Carni Fresche, dove sono anche parzialmente responsabile del coordinamento operativo, sono stato incluso nel progetto Frontmatec Fase 0. Nel mio nuovo ruolo, posso assistere tutti i reparti nell'esecuzione e nella messa in atto del progetto e anche formare i collaboratori».

Imballaggi più sostenibili grazie alla riduzione della plastica

Meno è meglio

Gli imballaggi in plastica sono indispensabili per molti prodotti alimentari, poiché ne allungano la durata e ne garantiscono la sicurezza. Allo stesso tempo una quantità sempre crescente di rifiuti di plastica causa un grave danno ambientale. Il Bell Food Group affronta questo problema con soluzioni intelligenti sotto molteplici profili.

La riduzione dei rifiuti di imballaggio è attualmente un argomento molto discusso. La plastica in particolare ha una cattiva reputazione perché si smaltisce molto lentamente. Le alternative in carta o fibre naturali, per esempio, sono quindi molto richieste e possono essere bene impiegate in numerose aree di prodotto.

Tuttavia, spesso per i prodotti alimentari il discorso è diverso: in questo caso, la protezione del prodotto da influssi nocivi quali germi, aria o luce è una priorità al fine di garantire la durata di conservazione e la sicurezza degli alimenti, come pure di prevenire le perdite di aroma e di vitamine nel miglior modo possibile. In

molti casi queste caratteristiche vengono offerte solo dagli imballaggi in plastica.

Al contempo, l'imballaggio deve garantire che il prodotto rimanga intatto nono-

stante tutti gli spostamenti dallo stabilimento di produzione fino al cliente finale. Un ridotto peso del materiale aiuta inoltre il produttore a contenere i costi di trasporto.

Gli imballaggi in plastica sono pertanto inevitabili per molti alimenti. Ma possono essere usati in modo più efficiente, come il Bell Food Group dimostra con nume-

rosi esempi. Un importante intervento al proposito è la riduzione della quantità totale di plastica necessaria.

«Abbiamo definito obiettivi chiari per la riduzione della plastica negli imballaggi in tutte le divisioni», spiega Samuel Widmer, responsabile dei progetti di sostenibilità presso il Bell Food Group. «A seconda delle dimensioni e della gamma di prodotti della divisione, il potenziale di risparmio è compreso tra 20 e 1500 tonnellate entro il 2023».

Una possibilità in questo senso consiste nel modificare gli imballaggi in modo che sia necessaria meno plastica. Bell Germania ha trovato una soluzione intelligente al riguardo già diversi anni fa con la confezione pieghevole, che ora viene utilizzata anche per il nuovo assortimento di specialità di prosciutto Bell in Svizzera.

La confezione pieghevole piatta e richiudibile consente a Bell Germania di risparmiare oltre 329 tonnellate di plastica all'anno rispetto alla versione tradizionale.

Dall'inizio dell'anno, inoltre, sono stati introdotti degli imballaggi monomateriale per i primi articoli, riciclabili al 93% nel quadro del sistema di riciclaggio tedesco. Assottigliando ulteriormente questa pellicola, Bell Ger-

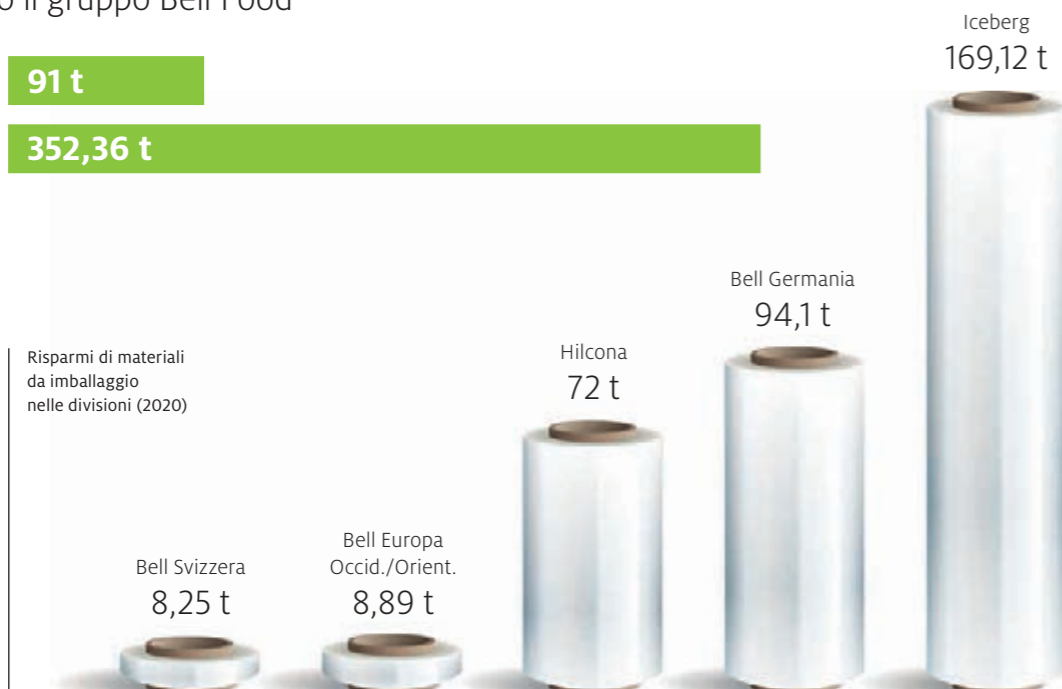
Nel caso degli alimenti, la protezione del prodotto è al primo posto.



Da quando Hügli confeziona numerosi prodotti per i propri clienti food service nel vassoio riutilizzabile Gastronorm, è riuscita a risparmiare più di 300.000 secchielli monouso che venivano utilizzati in precedenza, ad esempio, per le zuppe e le salse.

Risparmio di materiali d'imballaggio in tutto il gruppo Bell Food

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



Risparmi di materiali da imballaggio nelle divisioni (2020)



Hilcona ha scelto in modo consapevole i vassoi di cartone per le nuove insalate pronte «Naturaplan». Mentre la percentuale di plastica dei vassoi «Traiteur» usati in precedenza per tali prodotti era del 92,6%, la versione usata in questo caso ne contiene solo il 12,7%.

mania ha ridotto il proprio consumo di plastica di altre 38 tonnellate.

Un ulteriore esempio viene offerto da Bell Svizzera a Oensingen. Qui è stata recentemente installata una nuova linea per il confezionamento di carne fresca. Quest'ultima riduce significativamente la quantità di plastica utilizzata rispetto alla versione precedente. La componente in cartone dell'imballaggio con tutte le informazioni sul prodotto può essere facilmente riciclata separandola dalla plastica. Bell Germania sfrutta con successo un metodo simile già da qualche tempo per le proprie bistecche recanti il marchio «Gourmet naturel».

Aumenta anche la percentuale di plastica riciclata.

E anche Eisberg sta lavorando alla riduzione della plastica. Tra le altre cose, l'azienda ha ridimensionato i vassoi per le «Elephant Bowls», risparmiando più di 20 grammi di PET per confezione. Questo nonostante il fatto che il contenuto delle bowl sia ora più abbondante di prima.

Allo stesso tempo, naturalmente, i settori operativi e le divisioni stanno anche mettendo in atto i requisiti di legge miranti a ridurre il ricorso alla plastica. Ad esempio, la messa al bando delle posate di plastica monouso da parte dell'UE, in vigore dal 2021, ha già eliminato la combinazione di forchetta e cucchiaio da tut-



Nel caso del «pollo in foglio di cottura», Bell Svizzera ha sostituito la precedente combinazione di vassoio in espanso, sacchetto di cottura e un ulteriore sacchetto in pellicola con una soluzione più ecologica composta da vassoio in cartone e carta forno. Così è stato possibile ridurre del 39% la quantità di plastica usata per questo prodotto.

ti i piatti pronti prodotti per Coop da Hilcona, Eisberg e Sylvain & Co. Hilcona risparmia da sola circa tre tonnellate di plastica ogni anno.

Anche le soluzioni alternative rappresentate da materiali più ecologici e più facili da riciclare contribuiscono alla riduzione della plastica. Alcuni settori del Bell Food Group stanno infatti già usando vassoi e imballaggi esterni a base di carta a sostituzione delle versioni in plastica.

Il riciclaggio è quindi anche il secondo argomento in ordine di importanza ai fini di una maggiore sostenibilità. Si tratta sia di assicurare che gli imballaggi smaltiti possano essere riciclati nel miglior modo possibile, sia di utilizzare materiali riciclati.

«Per creare nuovi imballaggi con i rifiuti di plastica, rivestono un ruolo importante sia il materiale di partenza che la separazione coscienziosa dei materiali», spiega Samuel Widmer. «Dopo tutto, migliore è la separazione dei singoli componenti l'uno dall'altro, più il recupero ha successo».

Il Bell Food Group si impegna quindi a garantire che gli imballaggi siano costituiti da un numero ridotto di materiali diversi e che



le pellicole, i vassoi e le fascette in cartoncino, per esempio, possano essere facilmente separati gli uni dagli altri.

Anche la percentuale di plastica riciclata negli imballaggi del Gruppo è in aumento. Per esempio, Hilcona e Eisberg usano già il cosiddetto «rPET» in larga misura per i loro vassoi per insalate e muesli. Si tratta di plastica ottenuta dalla raccolta di bottiglie in PET usate.

Hügli ha imboccato la strada maestra quanto a riciclabilità: da anni gli esperti del Convenience confezionano infatti numerosi prodotti food service all'interno del vassoio Gastronorm. Questi contenitori, in uso in tutto il mondo nelle dimensioni standard per le cucine, possono essere riutilizzati più volte dai ristoratori, che ne fanno uso volentieri.

Inoltre, lavoriamo costantemente a soluzioni innovative. Per esempio, Eisberg sta sviluppando insalatiere a base di fibre e Sylvain & CO sta testando l'uso di imballaggi realizzati con prodotti di scarto della produzione dello zucchero di canna. • mr



Presso Eisberg, circa un terzo dei vassoi di plastica è attualmente già composto al 90% da «rPET». Nella produzione di questa plastica riciclata vengono saltati diversi passaggi ad alta intensità energetica, consentendo di ridurre le emissioni di CO₂.

Cartone e plastica sono riciclabili separatamente.

Anniversari

LOOK! porge i suoi auguri a chi festeggia l'anniversario fra marzo e maggio 2021

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Olivier Fraquelli, 28 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Thierry Guillod, 28 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Thilagaratnam Kanagaratnam, 28 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Monika Meier, 28 febbraio, Bell Svizzera, Zell (*supplemento*)

Arul Barathi Yoganathan, 28 febbraio, Bell Svizzera, Zell (*supplemento*)

Wolfgang Schuler, 1 marzo, Geiser AG, Schlieren

Amin Bentoumi, 11 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Fabienne Blachier, 18 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Jean-Francois Rohmer, 18 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Ghislain Agbessi, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Martial Daudry, 31 marzo, Bell Svizzera, Cheseaux

Eric Haffner, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Philippe Wicky, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Albert Wiesler, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Puvaneswaran Sellappah, 1 aprile, Bell Svizzera, Zell

Stéphane Ballet, 8 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Maria De Sousa Quaresma Longa, 9 aprile, Bell Svizzera, Oensingen

Werner Schnider, 15 aprile, Bell Svizzera, Zell

Divo Pascal Schmitt, 16 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Syzana Hasani, 18 aprile, Bell Svizzera, Zell

Kalaiarasy Vigneswaran, 18 aprile, Bell Svizzera, Zell

Frédéric Frontera, 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Jeevan Kandiah, 30 aprile, Bell Svizzera, Zell

William Maache, 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Gilles Rietsch, 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Cedric Schlosser, 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Alexandrina Rodrigues Silva, 6 maggio, Bell Svizzera, Oensingen

Satkunadevi Rajendra, 28 maggio, Bell Svizzera, Zell

25 anni di servizio

Marc Pierre Betscha, 29 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Michel Lerch, 29 febbraio, Bell Svizzera, Oensingen (*supplemento*)

Andre Tschirhart, 3 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Mathieu Doppler, 5 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Arsim Halitaj, 13 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Christophe Bertrand, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Sylvain Gayon, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Kabemba Kabongo, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Decantinho Nombasi, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

René Schwab, 1 maggio, Bell Svizzera, Oensingen

Ali Mehdi, 19 maggio, Bell Svizzera, Zell

30 anni di servizio

Pascale Muller, 28 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Suthakaran Kathiravel, 1 aprile, Geiser AG, Schlieren

Urs Tresch, 21 aprile, Bell Svizzera, Oensingen

Savo Palackovic, 9 maggio, Bell Svizzera, Oensingen

Urs Scheidegger, 12 maggio, Bell Svizzera, Oensingen

35 anni di servizio

Thierry Litschig, 10 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Patrice Dontenville, 31 marzo, Bell Svizzera, Basilea

Cornelia Schaub, 13 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Francois Vidale, 4 maggio, Bell Svizzera, Basilea

40 anni di servizio

Beat Meier, 20 aprile, Bell Svizzera, Oensingen

Daniel Strub, 20 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Silvio Strub, 20 aprile, Bell Svizzera, Oensingen

45 anni di servizio

Esther Christ, 19 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Pensionamenti

Jean-Claude Hoang, 27 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Axel Wisser, 27 febbraio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)

Shehize Bajrami, 30 marzo, Bell Svizzera, Oensingen

Régine Hoferlin, 30 maggio, Bell Svizzera, Basilea

Pensionamenti anticipati

Thomas Morgenthaler, 30 marzo, Bell Svizzera, Oensingen

Urs Scheidegger, 30 marzo, Bell Svizzera, Oensingen

Gilbert Pahud, 29 aprile, Bell Svizzera, Cheseaux

Stefano Marzano, 29 aprile, Bell Svizzera, Basilea

Bell International

20 anni di servizio

Céline Boyer, 1 marzo, Bell Francia, Teilhède

Gabriele Krammer, 1 marzo, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Guilherme Martins, 1 marzo, Bell Francia, Teilhède

Josef Baier, 13 marzo, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt

Sadat Shaqiri, 6 aprile, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Anne Fabre, 26 aprile, Bell Francia, Teilhède

Bahrige Agushi, 2 maggio, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Rémi Gerin, 2 maggio, Bell Francia, Teilhède

25 anni di servizio

Maria Brand, 18 marzo, Bell Germania, Harkebrügge

Agnes Gerdes, 18 marzo, Bell Germania, Harkebrügge

Andrzej Kostecki, 31 marzo, Bell Polonia, Niepołomice

Martine Blanchard, 9 aprile, Bell Francia, St. Symphorien

Kazimiera Kutek, 14 aprile, Bell Polonia, Niepołomice

Stefan Fugel, 15 aprile, Bell Germania, Harkebrügge

Helga Horn, 6 maggio, Bell Germania, Harkebrügge

Martin, Wieborg, 16 maggio, Bell Germania, Harkebrügge

30 anni di servizio

Jens Haken, 8 aprile, Bell Germania, Harkebrügge

Pensionamento

Anatolij Tschaban, 28 febbraio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*supplemento*)

Decessi

Pascal Demolliens, 20 febbraio, Bell Francia, Salaison Polette

Convenience

20 anni di servizio

Thomas Kofler, 1 marzo, Hügli Austria, Hard

Ralf-Peter Niedzwiedz, 1 marzo, Hügli, Radolfzell

Guenter Schett, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan

Nobert Schreiner, 1 marzo, Hügli, Steinach

Harald Schunerits, 1 marzo, Hügli Austria, Hard

Steffen Pusch, 5 marzo, Hügli, Radolfzell

Burhan Dikilitas, 12 marzo, Hilcona AG, Schaan

Andreas Geiser, 12 marzo, Hügli, Radolfzell

Bahrige Avduli, 26 marzo, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Saban Abdiji, 1 aprile, Eisberg AG, Villigen

Alfredo Jose Dias Macieira, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan

Gabriele Erne, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan

Michael Falter, 1 aprile, Hügli, Radolfzell

Rudolf Fleisch, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan

Thomas Schropfer, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan

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

Alexander Schnitzer, 2 aprile, Hügli, Radolfzell

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

Domingo Danis Romero, 22 aprile, Hilcona AG, Schaan

Hermann Danner, 1 maggio, Inter-Planing, Langenhaslach

Peter Krätz, 1 maggio, Hügli, Radolfzell

Nexhmije Kryeziu, 1 maggio, Eisberg AG, Dällikon

Neven Prsa, 1 maggio, Hilcona AG, Schaan

Sevgi Sahin, 1 maggio, Eisberg AG, Dällikon

25 anni di servizio

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

Luis Goncalves, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan

Hannelore Homburger, 4 marzo, Hügli, Radolfzell

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

Tsering Rongpotsang, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan

Nicole Bousedira-Block, 9 aprile, Hügli, Radolfzell

Cemil Yildiz, 15 aprile, Hilcona AG, Schaan

Maria Da Silva Azevedo Ferreira, 1 maggio, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Arno Matz, 1 maggio, Hügli, Steinach

Yejamogan Ahrumukam, 2 maggio, Eisberg AG, Dällikon

André Julmi, 6 maggio, Eisberg AG, Dällikon

Andrea Siemann, 13 maggio, Hügli Austria, Hard

Maria Filomena Saraiva Pinto, 27 maggio, Hilcona Gourmet SA, Orbe

Jürgen Hundt, 28 maggio, Hügli, Radolfzell

Per le attuali offerte
di lavoro consultare:
bellfoodgroup.com/karriere

30 anni di servizio**Enrico Meier**, 1 marzo, Hilcona AG, Schaan**Mustafa Dere**, 4 marzo, Hügli, Radolfzell**Cornelia Löhle**, 4 marzo, Hügli, Radolfzell**Ines Ilic**, 7 marzo, Hügli, Radolfzell**Kemal Keskin**, 13 marzo, Hügli, Radolfzell**Vera Gümüs**, 1 aprile, Hügli, Radolfzell**Obdulia Vidal Santos**, 1 aprile, Hilcona AG, Schaan**Paulo Oliveira Ferreira**, 1 maggio, Hilcona AG, Salez**Sivanesan Kasipillai**, 23 maggio, Eisberg AG, Dällikon**35 anni di servizio****Irmgard Bauer**, 3 marzo, Inter-Planing, Langenhaslach**Norbert Lipp**, 1 maggio, Hilcona AG, Schaan**Pensionamenti****Norbert Karasek**, 30 novembre, Hügli Austria, Hard (supplemento)**Richard Trithaler**, 31 gennaio, Hügli, Radolfzell (supplemento)**Viktor Glasner**, 28 febbraio, Hügli, Radolfzell (supplemento)**Lynne Chew**, 1 marzo, Hügli, Redditch**Paul Price**, 19 marzo, Hügli, Redditch**José De Matos Veiga**, 31 marzo, Eisberg AG, Dällikon**Ramon Quintans Santos**, 31 marzo, Hilcona AG, Schaan**Sonja Stillhard**, 31 marzo, Eisberg AG, Villigen**Gjergj Noshi**, 30 aprile, Eisberg AG, Dällikon**Manuela Rauter**, 30 aprile, Hügli Austria, Hard**Sinnarasa Kathirgamu**, 30 maggio, Eisberg AG, Dällikon**Raimund Marchler**, 31 maggio, Hilcona AG, Schaan**Karl Romankiewicz**, 31 maggio, Hügli, Radolfzell**Pensionamenti anticipati****Bruno Jud**, 31 marzo, Hilcona AG, Schaan**Vinka Gasic**, 30 maggio, Bell Svizzera, Zell**Josef Lustenberer**, 31 maggio, Hilcona Gourmet SA, Orbe**Dauner Johannes**, 31 maggio, Hügli, Steinach**Decessi****Atanas Gjorgiev**, 22 febbraio, Hilcona Gourmet SA, Orbe

QUESITO DEL CONCORSO

Innovazioni per la tua casa

Non siamo solo noi del Bell Food Group ad avere buone idee, ma anche molte altre persone. Alcune di queste buone idee ci aiutano a sbrigare le nostre faccende domestiche: un intelligente robot aspirapolvere, un elegante robot da cucina o un sistema di irrigazione intelligente per il giardino. La scelta è molto ampia – e con un po' di fortuna, anche tu potrai avere presto uno di questi aiuti a casa tua!

Quesito del concorso:

Cosa sta a indicare l'abbreviazione «EPIC»?

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

Premi

Un nuovo elettrodomestico a scelta del valore di EUR 400,-.

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

Il concorso scade il 12 luglio 2021

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

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

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



Il Bell Food Group vi invita a tavola

Dal classico al creativo

La pausa pranzo nel parco, la cena in terrazza e il fine settimana con lo zaino da picnic in spalla immersi nella natura. Con l'aumento delle temperature possiamo concederci nuovamente tutto questo. Per offrirne un assaggio, con le loro molteplici nuove proposte gli sviluppatori di prodotti del Bell Food Group portano in cucina una piacevole ventata di primavera. • mr



Bell Germania: prosciutto per sportivi

Oltre a un regolare allenamento, l'organismo ha anche bisogno della giusta alimentazione per potenziare i muscoli. Con il suo elevato contenuto proteico e un massimo del 3% di grassi, il nuovo prosciutto per sportivi Abraham aiuta le persone attive a raggiungere i loro obiettivi. Queste fette leggermente affumicate hanno già avuto modo di festeggiare con successo il loro debutto lo scorso anno. Da marzo Bell Germania aggiunge al proprio assortimento i cubetti e le strisce di prosciutto per sportivi.



Bell Polonia: tre classici rilanciati

I clienti polacchi, che amano acquistare i salumi appena affettati al bancone, possono ora contare su tre nuovi prodotti Bell. Fra questi, l'ultima novità è il filetto di maiale magro affumicato, che è stato messo in vendita alla fine dello scorso anno. In precedenza, Bell aveva integrato altre due specialità tradizionali nel proprio assortimento da bancone: il prosciutto cotto classico e la soppressata «Kindziuk», originaria della Lituania.



Bell Svizzera: cordon bleu in quattro diverse varianti

Chiunque ama tuffarsi nel gusto del formaggio fuso non può non andare alla ricerca dei nuovi cordon bleu di Bell nei negozi svizzeri. Per l'esordio è stata scelta la varietà «Funghi di bosco» lo scorso autunno, seguita all'inizio dell'anno da «Chili». La varietà «Feta & Olive» è stata introdotta alla fine di marzo, e da metà maggio «Pomodoro e basilico» completano la linea di prodotti. A proposito, conviene essere veloci: ad eccezione del cordon bleu «Appenzeller» della gamma standard, le nuove cotolette di maiale e di pollo ripiene saranno disponibili in «Limited Edition» solo per un breve periodo.



Hilcona: il food service assicura piatti a base di pasta creativi

I clienti food service di Hilcona possono ancora una volta offrire ai propri ospiti numerose nuove creazioni realizzate con la pasta. Fra queste le tre innovazioni di tendenza «Ravioli Ginger Lentil», «Ravioli Integrale» e «Bio Ravioli Oriental». Tutte e tre le varietà sono ripiene di legumi e permettono pertanto un'alimentazione sana. Lo stesso vale per i nuovi fusilli integrali biologici. Ricchi di fibre alimentari, sono ideali per un pranzo equilibrato, ad esempio alla mensa scolastica. Inoltre, Hilcona ha anche pensato agli ospiti



che preferiscono evitare la pasta di farina di frumento. Per far sì che possano comunque gustare piatti a base di pasta nel loro ristorante preferito, l'assortimento food service comprende ora anche rigatoni prodotti con farina di mais

e farina di ceci. Hilcona offre, inoltre, ulteriori ispirazioni con la vasta gamma di ricette stuzzicanti che accompagna il lancio dei nuovi prodotti.



**Eisberg Svizzera:
Buddha Bowls primavera**

Per il via alla stagione calda, Eisberg incoraggia di nuovo i clienti svizzeri a consumare cibo un po' più leggero con tre nuove Buddha Bowls. Le varietà «Pastrami Salad», «Verdure grigliate con feta» e «Karma Protein Power» saranno disponibili alla Coop da fine aprile. Perfette per un pranzo veloce – in ufficio o a casa per lo smart working.



**Eisberg Svizzera:
mix di verdure per piatti vegetariani**

Avete poco tempo per cucinare ma comunque voglia di ingredienti freschi? I nuovi mix di verdure «Ratatouille Mix» e «Curry Mix» di Eisberg riescono a soddisfare entrambi i desideri. Le verdure croccanti sono infatti già tagliate, pronte per la cottura e presentate in modo accattivante in un vassoio di cartone. La base perfetta, ad esempio, per deliziosi piatti vegetariani o vegani.



**Eisberg Ungheria:
bowl di insalata vegana di
ispirazione araba**

Eisberg Ungheria ha inaugurato la primavera con un'insalata di origine mediorientale. La bowl contiene palline di falafel, hummus e olio di sesamo, oltre a molte fonti di vitamine croccanti come la lattuga iceberg, le carote e il radicchio. Quindi basta aprire la confezione per godere di un pranzo sano dai sapori arabi anche alla propria scrivania.



**Eisberg e Hügli Austria:
azzeccata collaborazione
per un'insalata di patate**

È arrivato il momento per i ristoratori di risparmiarsi il tempo di preparazione di una classica insalata di patate. Questo perché Eisberg propone ora un'insalata di patate di qualità superiore preparata secondo la ricetta tradizionale austriaca. Fra i suoi pregi il fatto che è legata solo con fecola di patate e non è stata aggiunta la riboflavina come colorante. Altrettanto nuova è la collaborazione con Hügli finalizzata alla commercializzazione. In questo modo si offre ora ai clienti food service la possibilità di ordinare non solo l'insalata di patate, ma anche numerosi altri prodotti Eisberg dall'azienda affiliata.



**Eisberg Austria:
un po' di Asia fra le Alpi**

Dai primi di febbraio, Eisberg porta in Austria il flair asiatico con due nuovi piatti pronti da riscaldare. Il «Bulgogi» coreano con riso e manzo e il «Pad Thai» thailandese con spaghetti di riso e tofu sono stati sviluppati dagli esperti della divisione convenience in collaborazione con il famoso chef austriaco Didi Maier. Entrambe le varianti possono essere riscaldate al microonde o in padella in un batter d'occhio.



Hügli: buone pietanze nel sacchetto

I nuovi pasti Convenience nei pratici sacchetti a fondo piano di Hügli sono realizzati su misura per lo stile di vita attuale. Le «Insalate esresse biologiche» sono pronte per il consumo, mentre i «Piatti espressi biologici» e il «Risotto espresso» si riscaldano in un attimo. Le tre categorie dell'assortimento che Hügli attualmente propone come prodotti a marchio privato hanno ciascuna diverse gustose varianti.



Hügli: sapore concentrato

Fondi di cottura e brodi come se fossero appena preparati, per una zuppa o per insaporire: i cinque nuovi concentrati della gamma premium di Hügli trovano vari impieghi nella cucina professionale. Contengono più del 60% di brodo ottenuto con l'osso, il brodo di pollo e il brodo di manzo, per esempio, garantiscono ai clienti un'esperienza gustativa autentica.



Hügli: novità per i negozi specializzati di prodotti biologici

All'inizio dell'anno sono entrate a far parte della «famiglia Löffelzeit» di «Eden – My Veggie Paradise» le quattro nuove appetitose varietà di stufato «Lenticchie», «Patate», «Verdure» e «Piselli». Allo stesso tempo, Hügli ha uniformato il packaging delle proprie zuppe da riscaldare realizzandole in una misura unica. Inoltre, di recente anche ai «succhi Eden» è stato dato il nuovo look del più antico marchio vegetariano del mondo.

Hügli: la delizia di Lotti's per gli appassionati di asparagi

Con la salsa olandese del marchio «Lotti's Hofküche» di Hügli, i coltivatori diretti, le macellerie e altri rivenditori possono ora riproporre ai loro clienti un raffinato assaggio della stagione degli asparagi. La salsa, che non contiene conservanti, esaltatori di sapidità o coloranti, si riscalda semplicemente in pentola o al microonde e può essere utilizzata anche per gratinare.



Quattro classici del prosciutto crudo in una nuova linea di Bell Svizzera

RICETTE CONTRO LA NOSTALGIA PER I PAESI LONTANI

Bell Svizzera porta con sé per un breve viaggio, perlomeno in senso culinario, tutti coloro che non viaggiano da tempo. I quattro prosciutti crudi tradizionali di Germania, Francia, Spagna e Italia non sono solo un gustoso companatico, ma – come dimostra LOOK! – possono anche essere utilizzati per realizzare ricette creative. • *mr*

Ora anche Bell Svizzera propone il prosciutto nella pratica confezione pieghevole

Il nuovo quartetto di prosciutti Bell si presenta per la prima volta nell'intelligente confezione pieghevole: leggera, richiudibile e anche particolarmente sostenibile. Grazie al ridotto impiego di materiale rispetto agli imballaggi convenzionali, questa soluzione consente infatti di ridurre della metà il consumo di plastica.

Un concetto rivelatosi valido per i clienti tedeschi sin dal 2008. L'aumento delle vendite fino al dato attuale, pari a circa 60 milioni di confezioni all'anno, dimostra che la confezione pieghevole è da allora oggetto di un interesse in costante crescita. Ora, grazie alla collaborazione dei colleghi Bell di entrambi i paesi, il capitolo successivo di questa success story viene scritto in Svizzera.

Risotto agli asparagi con prosciutto della Foresta Nera



Ingredienti per 2 persone

- 500 g di asparagi verdi (tagliati a pezzetti di circa 4 cm di lunghezza)
- 1 cipolla (tagliata a dadini)
- 100 g di prosciutto della Foresta Nera
- 20 g di burro
- 200 g di riso da risotto
- 650 ml di brodo vegetale
- 1 confezione di salsa olandese
- 30 g di parmigiano (grattugiato)

Preparazione: Sciogliere il burro in una padella e soffriggere prima le cipolle e poi anche il riso da risotto. Aggiungere circa 100 ml di brodo e far bollire a fuoco medio mescolando. Versare il resto del brodo a poco a poco e far continuare la cottura. Dopo 10 minuti, aggiungere i pezzi di asparagi e cuocere a fuoco lento per altri 10 minuti fino a completa cottura del riso. Infine, tagliare il prosciutto a strisce e amalgamare. Riscaldare la salsa olandese in una casseruola, unire il parmigiano e servire con il risotto.

Prosciutto della Foresta Nera

La famosa specialità di prosciutto crudo della Germania del Sud è salata a mano, affumicata a freddo su legni di abete della Foresta Nera e adeguatamente stagionata. Reca il sigillo UE di «indicazione geografica protetta».

Medaglioni di maiale con Prosciutto Crudo e salvia



Ingredienti per 2 persone

- 6 medaglioni di maiale
- 6 fette di Prosciutto Crudo
- 1 mazzo di salvia
- 30 g di burro freddo
- 75 ml di vino bianco secco
- Sale e pepe
- Stuzzicadenti

Preparazione: Aromatizzare i medaglioni di maiale con il pepe. Piegare le fette di prosciutto nel senso della lunghezza e avvolgere due foglie di salvia intorno ad ogni medaglione. Fissarle con uno stuzzicadenti. Rosolare i medaglioni in un po' di olio d'oliva da entrambi i lati per 4-5 minuti ciascuno. Rimuoverli dalla padella e tenerli in caldo. Deglassare il fondo di cottura con vino bianco e addensare. Togliere la padella dal fuoco e unire accuratamente il burro in fiocchi. Versare in questa salsa anche il sugo di cottura e condire con sale e pepe. Servire i medaglioni con la salsa.

Prosciutto Crudo

Una lunga stagionatura di undici mesi e la produzione secondo una ricetta tradizionale con il concorso di sale, aria e sole conferiscono a questo prosciutto il suo caratteristico aroma leggermente dolce.

Focaccia al Jambon d'Auvergne, formaggio caprino e pera

Ingredienti per 2 persone

- 1 confezione di pasta frolla
- 1 pera (sbucciata e tagliata a strisce sottili)
- 100 g di panna acida
- 1 formaggio caprino
- 1 confezione di Jambon d'Auvergne
- Sale e pepe

Preparazione: Stendere la pasta frolla su una teglia rivestita di carta da forno. Spalmarvi sopra la panna acida lasciando un ampio bordo. Adagiare quindi la pera e il prosciutto sulla pasta frolla, spalmarvi sopra il formaggio caprino e cospargere con sale e pepe. Infine, ripiegare il bordo della pasta frolla e cuocere la focaccia a circa 180°C in forno ventilato per 30 minuti.

Jambon d'Auvergne

Questa specialità di prosciutto proveniente dalla regione francese dell'Alvernia viene lasciata essiccare all'aria ai piedi dei vulcani locali per almeno otto mesi ed è così che acquisisce il suo tipico aroma.



Insalata con prosciutto Serrano e pesche caramellate

Ingredienti per 2 persone

- 1-2 pesche (lavate e tagliate a fettine)
- 1 confezione di prosciutto Serrano
- 200 g di lattuga (lavata e tagliata in piccoli pezzi)
- 1 manciata di pomodorini (tagliati a metà)
- 20 g di zucchero
- 20 g di burro
- Un po' di olio d'oliva
- Crema di aceto balsamico
- Sale e pepe

Preparazione: Collocare la lattuga al centro del piatto e distribuire i pomodorini tutt'intorno. Far fondere il burro in padella e caramellare lo zucchero al suo interno fino a ottenere un colore marrone chiaro. Aggiungere le pesche e rosolare brevemente da entrambi i lati. Distribuire quindi le pesche e il prosciutto Serrano sull'insalata e condire il tutto con sale e pepe. Infine irrorare la lattuga con olio d'oliva e crema di aceto balsamico.

Prosciutto Serrano

Essiccato all'aria nella Sierra iberica e stagionato per almeno 16 mesi, il prosciutto Serrano della classe di qualità superiore «Gran Reserva» convince con il suo aroma pieno e la tipica lieve nota di noce. Reca il sigillo UE «specialità tradizionale garantita».

Un po' di erbalismo

C'è un'erba per ogni gusto

Può essere dolce, pizzicorina o magari acidula...
Lo specialista Gebhard Längle di Hügli presenta erbe per ogni palato. Basilico, prezzemolo o rosmarino sono spesso la ciliegina sulla torta.

Ecco come le erbe aromatiche sprigionano tutto il loro aroma

Chi usa le erbe aromatiche fresche in cucina deve tenere presenti due aspetti.

1. Tritare correttamente: utilizzare un coltello tagliente. In questo modo l'erba aromatica mantiene il proprio aroma. Se viene schiacciata, gli oli eterici vanno persi.

2. La giusta temperatura: a molte erbe aromatiche non piace il caldo. Basilico e aglio orsino non vanno riscaldati troppo a lungo. Il timo, invece, può essere messo in casseruola fin dall'inizio della cottura. Altre erbe aromatiche, come l'aneto o l'erba cipollina, non vanno cotte.



Gebhard Längle,
Culinary Advisor
presso Hügli Steinach

Quando si tratta di erbe, Gebhard Längle va in estasi. Una volta era chef, ora invece in veste di consulente culinario di Hügli aiuta a definire la gamma di erbe. Insieme a Hügli, sta continuando a scrivere la storia delle erbe iniziata nella regione del lago di Costanza già nel IX secolo. Nel giardino del convento dell'isola di Reichenau crescevano allora salvia, aneto, cerfoglio, cumino, coriandolo e molte altre erbe. L'isola si trova in linea d'aria tra le sedi Hügli di Steinach (SG) e Radolfzell (DE), dove le erbe vengono confezionate. Alla rivista LOOK! Gebhard Längle rivela i propri suggerimenti e trucchi riguardo a sei fra le erbe più amate. • ts



Per la gastronomia Hügli propone un vero e proprio «orto di erbe aromatiche».

Prezzemolo

Il prezzemolo è un tuttofare. È profumato, ha una lieve nota di pizzicore e in generale esalta il gusto. Si sposa bene con le patate, gli stufati e gli spezzatini. In Germania il prezzemolo è l'erba aromatica numero 1, ma è insostituibile anche nella cucina mediterranea. Per far colpo, si può preparare un olio al prezzemolo. In questo caso basta soffriggere il prezzemolo nell'olio, aggiungerlo a un olio d'oliva vergine (o a un olio di colza di alta qualità) e mixarlo finemente. Si ottiene così un olio verde intenso che si può utilizzare per condire un'insalata primavera, per esempio. Ottimo anche nelle salse di condimento per insalata.



Rosmarino

Il rosmarino ha un sapore leggermente amaro, resinoso e dominante. Ottimo sulla carne (in particolare di agnello), con il pesce o i funghi, nelle insalate e nelle zuppe. Con il rosmarino si può preparare un delizioso burro alle erbe. Per farlo basta tritare finemente il rosmarino e soffriggerlo insieme alle cipolle. Montare quindi il burro (per esempio, mescolando con una frusta) e miscelare il tutto. Si può usare il burro al rosmarino per insaporire carne e funghi - o servirlo separatamente nel modo classico.



Timo

Foglie piccole, ma potenti. Le foglioline ellittiche del timo offrono un aroma intenso con note di lieve pizzicore e si presentano un po' amarognole. Il timo è ideale da abbinare ad aglio, olive, verdure mediterranee, stufati ricchi e legumi. Il sapore del timo non è dominante, ma d'appoggio. Un asso nella manica è l'utilizzo del timo limone, che ha foglie giallastre e sapore agrumato. È inoltre più delicato della varietà comune. Avendo delle foglie dalla consistenza coriacea, il timo deve essere tritato finemente.



Acetosa

L'acetosa ha un gusto acidulo e rinfrescante. È perfetta per una misticanza selvatica «pizzicorina» e può anche essere utilizzata per ottenere una zuppa. L'acetosa è apprezzata in particolare nella cucina francese. Grazie al gusto acidulo, è una buona alternativa al limone o all'aceto, ad esempio per condire un'insalata.



Aglio orsino

La sua crescita segna l'arrivo della primavera. L'aglio orsino ha un sapore pungente e sa di aglio. Si può preparare un pesto di aglio selvatico con olio, pinoli e parmigiano. Apprezzata è anche la zuppa di aglio orsino. L'aglio orsino si sposa inoltre perfettamente con gli Spätzli ed è ideale per preparare le omelette. Basta ridurre in purea l'aglio selvatico con olio e aggiungerlo all'impasto. In generale: chi trova l'aglio troppo forte può provare a sostituirlo con l'aglio orsino. Quest'erba aromatica ha infatti un sapore meno forte.

Basilico

Il classico della cucina italiana ha un aroma lievemente pungente, fresco e un po' pizzicorino. Il suo parente asiatico, il basilico Thai, è leggermente più piccante. Insalata caprese o bruschetta, salsa di pomodoro o pesto: in tutti questi casi il basilico è un ingrediente essenziale. Inoltre, il basilico si sposa meravigliosamente con il pesce e la carne bianca. E si abbina anche ai piatti dolci. Sono da provare, ad esempio, le fragole con basilico e pepe nero.



La pasta Hilcona è il «Prodotto dell'anno 2021»

Il formidabile originale

Un look autentico, una pasta delicata e un ripieno cremoso e aromatico – questo mix azzeccato è valso ai «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» di Hilcona il premio di «Prodotto dell'anno 2021». Questa specialità è stata la pasta vincitrice nella categoria «Chilled Food» del riconoscimento che viene conferito ogni anno dalla nota rivista specializzata «Lebensmittel Praxis».

Secondo l'indagine condotta da «Lebensmittel Praxis» sui consumatori, questi ravioli dal delizioso ripieno di spinaci e ricotta di bufala sono particolarmente convincenti in termini di qualità e credibilità. Incontrano quindi perfettamente il gusto dei consumatori che hanno partecipato al sondaggio.

«Siamo molto felici di questo riconoscimento», dichiara Markus Amann, responsabile della comunicazione aziendale presso Hilcona. «Siamo particolarmente orgogliosi del fatto che i nostri «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» abbiano ottenuto dei risultati superiori alla media in tutti gli aspetti affrontati nel sondaggio e che siano emersi come il prodotto a base di pasta meglio valutato».

La «Lebensmittel Praxis» è una delle più importanti riviste specializzate del settore in Germania. Con il premio «Prodotto dell'anno», da più di 20 anni indaga sull'opinione dei consumatori riguardo a prodotti di oltre 40 gruppi merceologici. Tra i vincitori del premio vengono regolarmente annoverati prodotti del Bell Food Group,

che attirano poi l'attenzione dei clienti tedeschi con l'accattivante etichetta sulla confezione.

Tuttavia, questa specialità a base di pasta di Hilcona riceve attenzione non solo grazie al prestigioso riconoscimento. L'intero assortimento, che prima prendeva il nome di «Pasta Tradizionale», con il rilancio del marchio del 2021 assume un nuovo nome e un look ridisegnato sotto lo slogan «Piatti originali da gourmet».

La gamma, ribattezzata «Originali Hilcona», riflette ora più che mai l'effetto del «come fatto a mano» e di conseguenza la promessa di qualità dell'impresa del Principato. Questo è dovuto, non da ultimo, al design ridise-

gnato del packaging, che ora presenta tra l'altro un logo del marchio più accattivante, immagini di ingredienti freschi e un look carta da regalo.

Oltre ai «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci», anche le varietà «Ravioli Carne al Vino Rosso», «Tortelli Pesto Basilico» e «Tortelloni Prosciutto Crudo e 4 Formaggi» fanno parte di questa riuscita gamma, che non solo ha di recente convinto i partecipanti al sondaggio «Prodotto dell'anno». Secondo l'istituto di ricerche di mercato AC Nielsen, con il 27% di acquisti aggiuntivi da parte degli utenti della categoria e il 6,5% di nuovi acquirenti, vanta infatti anche un aumento significativo delle vendite. • *mr*

Ravioli particolarmente convincenti in termini di qualità e credibilità.

