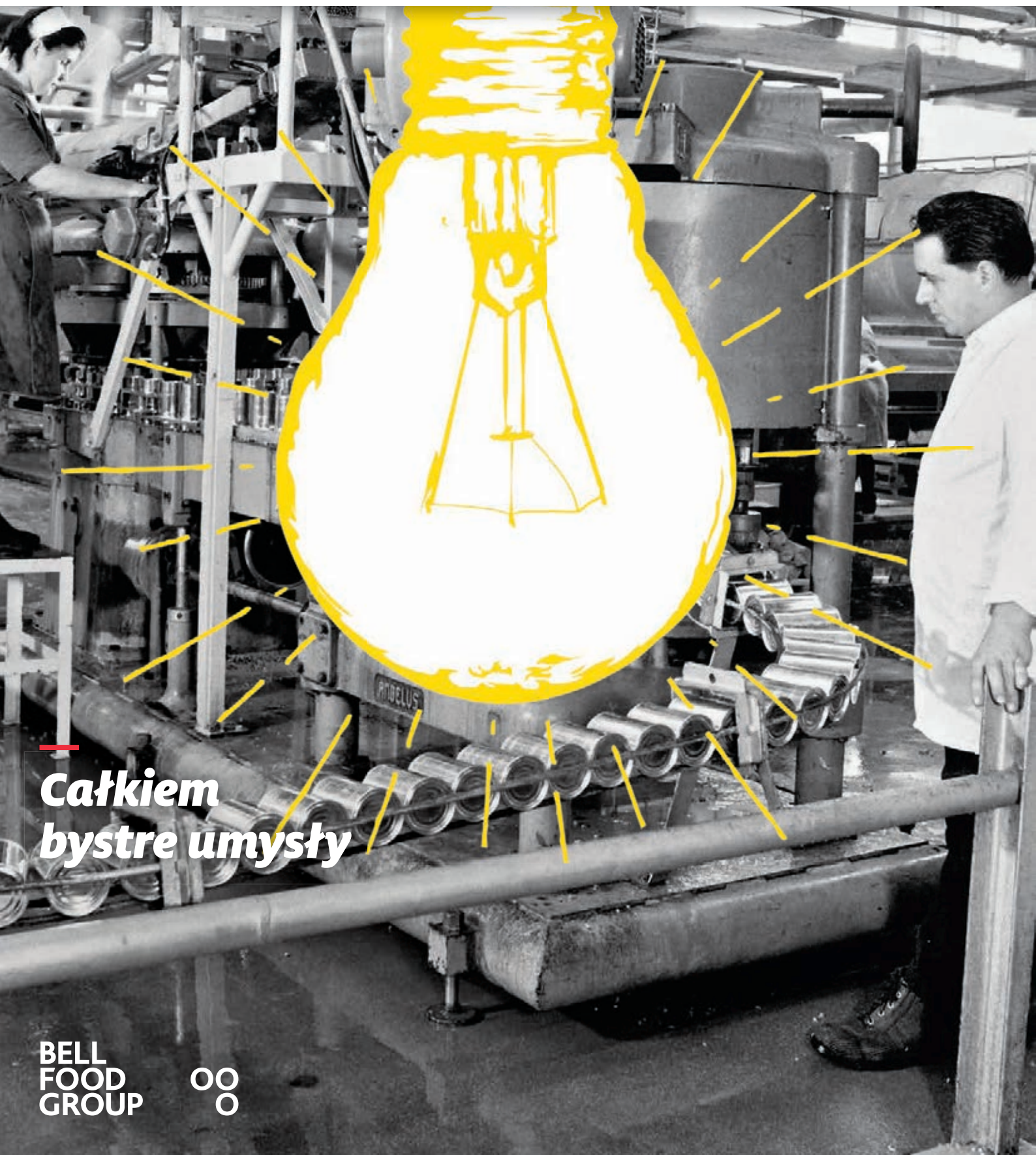


LOOK!

Magazyn firmowy

01 2021



***Całkiem
bystre umysły***

BELL
FOOD
GROUP





Spis treści

Z codzienności przedsiębiorstwa

- 4 Dobrze przygotowana na przyszłość**
Pomyślny rok 2020 dla Bell Food Group
- 5 Decydować zgodnie z wolą Grupy**
EPIC: Excellent procurement in corporation
- 6 Przyszłość nabiera kształtu**
Opera: projekt cząstkowy Holinden w Oensingen

Przegląd

- 10 Z Pulyka do Sütäg**
Serdecznie witamy
- 10 Wasza opinia się liczy!**
Ankieta satysfakcji pracowników Bell Food Group
- 10 Wzór dla młodych talentów**
Jan Schemmer otrzymał nagrodę promocyjną
- 11 Dobrze widzieć można tylko sercem**
Osoby uczące się w Hilcona rozdały 1000 paczek świątecznych

- 11 Mobilność bez emisji CO₂**
Dwa samochody ciężarowe na wodór dla Bell Food Group

Artykuł z okładki

- 12 Całkiem bystre umysły**
W Bell Food Group dobre pomysły mają długą tradycję

My pracownicy robimy różnicę

- 18 Hej, jak by to było ...?**
Pracownicy z Bell Food Group na temat «Dobrych Pomysłów»

Ekologia i innowacja

- 20 Mniej znaczy więcej**
Bardziej zrównoważone opakowania dzięki ograniczeniu plastiku

Jubileusze

- 24 Jubileusze**
LOOK! gratuluje jubilatów świętującym w okresie od marca do maja 2021 roku

Konkurs

- 27 Innowacje dla Twojego domu**
Pytanie konkursowe

Nasz świat smaków

- 28 Od klasyki do kreatywności**
Bell Food Group zaprasza do stołu

- 32 Recepta na tęsknotę za podróżowaniem**
Cztery klasyczne surowe szynki jako nowa linia w Bell w Szwajcarii

- 34 Każdy smak można znaleźć w ziołach**
Odrobina ziołarstwa

Tak osiąga się jakość

- 36 Wyróżniony oryginał**
Makaron Hilcona «Produktem roku 2021»

Możemy być z siebie dumni

Drogie Koleżanki, Drodzy Koledzy!

Niewiele ponad rok temu staliśmy na samym początku pandemii koronowirusa. Sytuacja była niepewna, poczucie braku bezpieczeństwa duże, a każdego dnia zaskakiwał nas nowy rozwój wydarzeń. Właśnie w tym czasie Bell Food Group udowodniła, że jest wyjątkowo odporna na kryzys.

Jako przedsiębiorstwo zrobiliśmy wszystko, aby chronić zdrowie naszych pracowników i utrzymać gotowość dostaw. Udało nam się to dzięki Waszemu zaangażowaniu.

Jako grupa mamy dobrą i stabilną pozycję.

Pomimo że niektóre obszary, a w szczególności Food Service i Frisch-Convenience, bardzo ucierpiały z powodu skutków pandemii, jako grupie udało nam się uzyskać pomyślny wynik za rok 2020. Nie byłoby to możliwe bez Waszego nadzwyczajnego zaangażowania. Za to pragnę Wam serdecznie podziękować. Mamy prawo być z siebie dumni.

Pandemia koronowirusa także w bieżącym roku obrotowym będzie jeszcze przez jakiś czas odciskać swój ślad i wywierać znaczący wpływ na funkcjonowanie Bell Food Group. Jestem jednak przekonany, że nadal będziemy potrafili szybko reagować na trudne do przewidzenia skutki i równocześnie konsekwentnie podążać za długoterminowymi celami strategicznymi. Bo ubiegły rok udowodnił raz jeszcze: jako grupa mamy dobrą i stabilną pozycję. W czasach kryzysu udało nam się w sposób suwerenny reagować na stale zmieniające się warunki i radzić sobie z wyzwaniem, jakim jest koronawirus.

Mając świadomość naszych mocnych stron, pragniemy budować także przyszłość Bell Food Group. Poprzez określenie naszych dwóch strategicznych kierunków działania tworzymy zasady, na jakich będziemy chcieli się rozwijać w nadchodzących latach. Na terenie Ho-

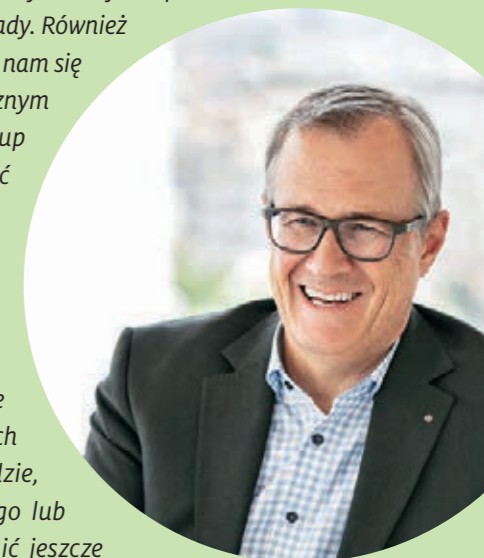
linden w szwajcarskiej gminie Oensingen przyszłość ta nabiera już kształtów. Dzięki budynkom powstającym w ramach programu inwestycyjnego Opera w przyszłości będziemy funkcjonować skuteczniej, wydajniej i w sposób bardziej zrównoważony. To samo dotyczy kompleksowych inwestycji realizowanych w siedzibie głównej Hilcona w Schaan.

W wielu obszarach, a w szczególności w produkcji, już dziś jesteśmy bardzo zaawansowani: zarówno mieszalnia Hügli w Radolfzell jak i zakład Convenience firmy Eisberg w Marchtrenk, są uważane za najnowocześniejszych reprezentantów tej branży w całej Europie.

A są to zaledwie dwa przykłady. Również w drobnych sprawach udało nam się wiele osiągnąć, a dzięki licznym projektom Bell Food Group może optymistycznie patrzeć w przyszłość i jako nowoczesne przedsiębiorstwo jest przygotowana na nadchodzące wyzwania.

A o jednej rzeczy nigdy nie zapomnimy: za każdą z tych inicjatyw stoimy my – ludzie, poszukujący czegoś nowego lub chcący coś dobrego uczynić jeszcze lepszym. Dzięki naszym dobrym pomysłom wszyscy wspólnie przyczyniamy się do tego, że z każdym dniem będziemy w Bell Food Group nieco lepsi. I z tego także możemy być dumni.

Lorenz Wyss
Przewodniczący Zarządu Grupy



Impressum magazyn pracowniczy Bell Food Group, 4 wydania rocznie, nr. 1/2021, marz 2021, 27. rocznik.

Wydawca: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Szwajcaria. Adres: Bell Schweiz AG, Redakcja Bell LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Szwajcaria.

Tel. +41 58 326 2447, faks +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Zespół redakcyjny: Sara Heiniger (sh), kierownik, Fabian Vetsch (fv).

Wsparcie redakcyjne: Michaela Rosenbaum (mr), Timon Stuber (ts). Grafika: oblògrafik, Olten, Szwajcaria. Zdjęcia: Proacteam AG, Allschwil, Szwajcaria.

Druk: Druckerei Riebelmann, Lohne, Niemcy, Werner Druck & Medien AG, Basel, Szwajcaria. Druk na papierze FSC

Pomyślny rok 2020 dla Bell Food Group

Dobrze przygotowana na przyszłość

W tym naznaczonym przez pandemię koronawirusa roku Bell Food Group wypracowała zysk korporacyjny w wysokości 117,7 milionów CHF. W każdym przypadku powiodła się ochrona zdrowia pracowników oraz gotowość dostaw. Dzięki trzem nowym strategicznym kierunkom działania w przyszłości nadal powinniśmy odnosić sukcesy. • sh

Zysk roczny znacznie powyżej zysku z roku poprzedniego

W 2020 roku Bell Food Group stała się silniejsza: skorygowany obrót w roku 2020 wyniósł 4,1 miliarda CHF, a zatem jest wyższy o 112,1 miliona CHF (+2,7 procent) od obrotu w poprzednim roku. Satysfakcjonujący wzrost w sektorze detalicznym w sektorze Bell Szwajcaria z nawiązką skompensował spadek obrotów z branży Food Service.

«Możemy być z siebie dumni.»

Poprawę wyniku uzyskał także sektor Bell International. Z powodu skupienia się na usługach żywienia poza domem oraz na To-Go działalność Convenience była w największym stopniu dotknięta negatywnymi skutkami pandemii koronawirusa. Spadki sprzedaży udało się tu tylko częściowo skompensować przez kanał detaliczny.

Koronawirus – wyzwanie pokonane

Po wybuchu pandemii we wszystkich zakładach wdrożone zostały kompleksowe środki ochrony i higieny. Lorenz Wyss o tym trudnym czasie: «Bell Food Group udało się zapewnić maksymalną ochronę zdrowia pracowników. Możemy być dumni z tego, że przez cały ten czas udało nam się utrzymać gotowość dostaw. Wielkie podziękowania kieruję do współpracowników, bez których nadzwyczajnego zaangażowania nie byłoby to możliwe.»

Trzy strategiczne kierunki działania

W ostatnim roku Bell Food Group zmieniła ponadto swój kierunek strategiczny i dostosowała go do nadchodzących wyzwań. Dla potrzeb jego realizacji zdefiniowano trzy kierunki działania strategicznego:



Wzmocnienie kluczowej działalności

Bell Food Group pragnie trwale rozwinąć swoją pozycję lidera w kluczowej działalności na szwajcarskim rynku detalicznych usług gastronomicznych. W działalności międzynarodowej nadal koncentrujemy się na wzmocnieniu pozycji na rynku oraz na opłacalności w przypadku surowej szynki, jak również na rozwoju zrównoważonej podaży drobiu.



Rozwój rynku Convenience i Vegi

Bell Food Group pragnie wzmocnić swoją pozycję na rynku Convenience w regionie niemieckojęzycznym poprzez wykorzystanie zaplecza produkcyjnego w Marchtrenk i Bad Wünnenberg. Kolejnym priorytetem w Europie będzie rozwój nowych rozwiązań żywnościowych dla branży gastronomicznej w ramach projektu «Smart Cuisine» («Inteligentna Kuchnia»).



Inwestowanie w skuteczność i wydajność

W celu trwałego zagwarantowania wydajności w szwajcarskiej działalności kluczowej Bell Food Group w zakładzie w Oensingen stworzony został zakrojony na szeroką skalę program inwestycyjny. Także w głównej siedzibie Hilcona w Schaan w Liechtensteinie planowane są kompleksowe inwestycje na rzecz modernizacji procesów centralnych.

Pełny tekst informacji prasowej znajdą Państwo na naszej stronie internetowej:



EPiC: Excellent procurement in cooperation

Decydować zgodnie z wolą Grupy

W połowie 2019 roku Dział Sprzedaży całej Bell Food Group otrzymał jako zadanie zaoszczędzenie 10 milionów franków. Dzięki projektowi EPiC cel ten jest teraz w zasięgu ręki. Kierownik projektu Thomas Graf dokonał pierwszego wstępnego bilansu.



wolumenowi zakupów wynoszącemu 100 milionów franków szwajcarskich», Thomas Graf spogląda wstecz. Aby w ogóle możliwe było ocenienie tych dostawców, najpierw trzeba było zgromadzić informacje i sprowadzić wszystkich uczestników do wspólnego mianownika.

«Na pierwszym etapie zdefiniowaliśmy wspólne standardy, również te dotyczące kryteriów społecznych lub kryteriów zrównoważonego rozwoju – czegoś takiego w grupie nigdy wcześniej nie było. Dotychczas każdy obszar pracował, stosując własne kryteria zakupów, przemyślenia strategiczne całej grupy były jednak w przeszłości wdrażane znacznie mniej konsekwentnie. Również z punktu widzenia Bell Food Group i grupy Coop decyzje powinny być podejmowane w nowy sposób.»

Pierwsze efekty już są widoczne: «W międzyczasie udało się zredukować liczbę dostawców o niemal jedną trzecią. Odnotowano oszczędności, które wykraczają poza cel projektu. EPiC już w 2020 roku przyczynił się do poprawy wyniku i chcę, aby tak było również w przyszłości.»

Od początku projektu istotnej poprawie uległa także współpraca pomiędzy poszczególnymi uczestnikami. «Najpierw musieliśmy przecież wszystkich poznać i odnaleźć się w tej współpracy», Thomas Graf daje do myślenia, «i wszystkich zgromadzić przy jednym stole – było to możliwe wyłącznie dzięki zaangażowaniu wszystkich i każdego z osobna. Tylko wspólnie uda nam się wykorzystać optymalne synergije na rynku zamówień, jak również zabezpieczyć je na przyszłość.» Teraz trzeba będzie znowu powoli przenieść organizację projektu do organizacji wewnętrznych.

Wsparciem będą służyć Thomas Graf oraz odpowiedzialni kierownicy ds. sprzedaży, panie i panowie, tworzący kluczowy zespół, z zewnętrznej firmy doradczej oraz z Zespołu Zakupu Towarów Niehandlowych Coop. Aby możliwe było wdrożenie projektu, w całym dziale sprzedaży zaangażowanych jest ponad 100 osób. • sh

«EPiC sam w sobie nie jest niczym nowym. Projekty, których celem jest wykorzystywanie potencjału oszczędności, nie należą do rzadkości», wyjaśnia Thomas Graf, «z całą pewnością jednak po raz pierwszy projekt tego rodzaju jest realizowany na tak wielką skalę.»

Od początku 2020 roku Graf odpowiada za ogólne kierowanie projektem EPiC obejmującym całą grupę.

Kiedy w 2019 roku wynik półroczny wypadł poniżej oczekiwań, kierownictwo

Bell Food Group w ramach środków nadzwyczajnych zarządziło zoptymalizowanie w dziale zakupów warunków dla dostawców. Zaoszczędzonych powinno zostać dziesięć milionów franków szwajcarskich. Dzięki EPiC (skrót ten oznacza *excellent procurement in cooperation*, czyli doskonałość zakupów w korporacji), stworzone zostały struktury służące dokonywaniu niezbędnych optymalizacji kosztów.

«W grupie towarów „materiały opakowaniowe”, gdzie wprowadzamy optymalizacje, w momencie przystąpienia do projektu w całej grupie współpracowaliśmy ze 150 dostawcami. Łącznie odpowiadało to rocznemu

W 2020 roku EPiC przyczynił się w istotnym stopniu do poprawy wyniku.

Opera: projekt cząstkowy Holinden w Oensingen

PRZYSZŁOŚĆ NABIERA KSZTAŁTU

W Oensingen Bell Szwajcaria buduje trzy perspektywiczne zakłady przemysłowe. Magazyn mroźniczy, centrum krajalicze oraz platformę logistyczną Centro. Dzięki nim przedsiębiorstwo będzie wydajniejsze, skuteczniejsze i bardziej zrównoważone. Program inwestycyjny Opera nabrał tempa.

Nowe budynki są perspektywiczne dla Bell w Szwajcarii.

Jadąc autostradą A1, budynków na terenie Holinden w Oensingen (CH) nie da się przeoczyć. Będą sięgać do wysokości 30 metrów. Magazyn mroźniczy, Centro i centrum krajalicze (Slicer-Zentrum) są jednak nie tylko imponujące, lecz także perspektywiczne dla Bell w Szwajcarii. Dzięki nim przedsiębiorstwo będzie wydajniejsze i skuteczniejsze, a tym samym gotowe do stawienia czoła krajowej i międzynarodowej konkurencji. Przyczynią się one także do produkcji przyjaznej dla środowiska. Budynki są częścią programu inwestycyjnego Opera. W październiku projekt cząstkowy Holinden zatwierdziła rada zarządzająca. Magazyn mroźniczy jest już w budowie. W roku 2024 powinny być ukończone wszystkie budynki. Zaprezentujemy tu najważniejsze treści projektu.



CENTRO

MAGAZYN MROŹNICZY

CENTRUM KRAJALNICZE

PARKING WIELOPIĘTROWY



Za pośrednictwem kamery internetowej mogą Państwo teraz śledzić postępy w budowie magazynu mroźniczego. W tym celu za pomocą smartfonu należy zeskanować kod QR.



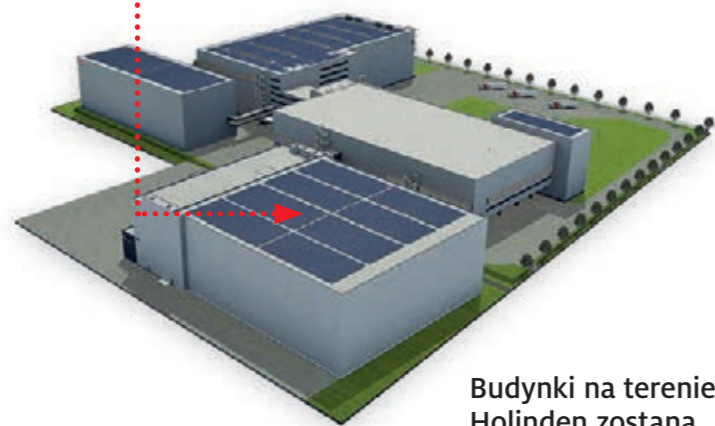
Magazyn mroźniczy powinien mieć wysokość niemal 30 metrów.

MAGAZYN MROŹNICZY

Projekt budowlany: w Oensingen powstaje największa komora mroźnicza Bell Food Group. Znajdzie się tu miejsce na 35 000 palet. Magazyn mroźniczy jest w budowie od kwietnia 2020 roku.

Korzyści: dzięki magazynowi Bell Szwajcaria może skupić wszystkie komory mroźnicze w Oensingen w jednym miejscu. Magazyn zastąpi dwa zakłady Frigo w Bazylei oraz inne magazyny zewnętrzne.

Dla środowiska: ten najnowocześniejszy magazyn jest zdecydowanie bardziej przyjazny dla środowiska. Powoduje zmniejszenie emisji CO₂ o połowę w porównaniu do dotychczasowych komór mroźniczych.



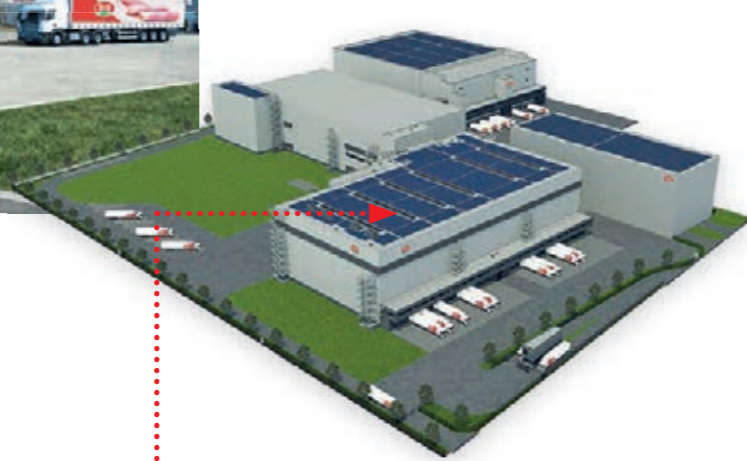
Budynki na terenie Holinden zostaną wyposażone w najnowocześniejszą technologię.

CENTRO

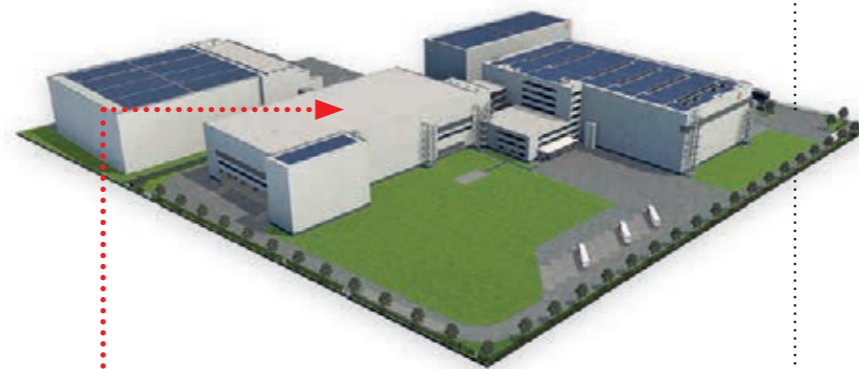
Projekt budowlany: Centro stanie się w przyszłości centrum logistycznym Bell Schweiz AG. Wszystkie artykuły (z wyjątkiem owoców morza) z dwunastu zakładów produkcyjnych Bell Szwajcaria będą w przyszłości przywożone do Centro, będą tu tymczasowo składowane, komisjonowane i stąd dostarczane do klientów.

Korzyści: Centro umożliwi dostarczanie towarów w krótkim terminie. Znacznie skrócony zostanie tak zwany rytm dostaw. W przyszłości na przykład filia klienta hurtowego będzie mogła zamawiać towary do godziny 15.00 i otrzyma je już najpóźniej o 7.00 następnego dnia.

Dla środowiska: dzięki dostawom krótkoterminowym filia może z większą precyzją oszacować, ile potrzebuje towaru. Dzięki temu marnowane będą mniejsze ilości jedzenia, ponieważ następnego dnia spisane na straty będą mniejsze ilości towaru.



Projekt cząstkowy Holinden oznacza skuteczność, wydajność i trwałość.



CENTRUM KRAJALNICZE

Projekt budowlany: nowe centrum będzie w przyszłości plasterkować centralnie dla Bell Schweiz Charcuterie. Zakłady będą dostarczać produkty do centrum, gdzie zostaną pokrojone na plasterki w krótkim czasie lub na konkretny termin. W budynku możliwe będzie umieszczenie ośmiu linii.

Korzyści: centrum krajaliczne dysponuje nowoczesną technologią pomieszczeń czystych. Dzięki temu na produkty dostanie się jeszcze mniej mikroorganizmów, co wpłynie na znaczące wydłużenie ich przydatności do spożycia. To z kolei spowoduje, że wyraźnie mniej produktów będzie musiało zostać spisanych na straty.

Dla środowiska: dłuższa trwałość zmniejszy ilość marnowanego jedzenia.



Inne budynki:
Parking wielopoziomowy i Centrum Techniczne

Na terenie Holinden powstanie ponadto parking wielopoziomowy oraz Centrum Techniczne. Parking zastąpi miejsce dla samochodów przy Dünnerstrasse (ustąpi ono miejsca planowanej rozbudowie ubojni wołowej). Centrum Techniczne pomieści centrale techniczne, warsztat, szatnie, stołówkę i biura.



Parking wielopiętrowy

Analiza danych i robotyka

Budynki na terenie Holinden zostaną wyposażone w najnowocześniejszą technologię. Platforma będzie gromadzić dane operacyjne i przetwarzać je centralnie. Dzięki temu na przykład poszczególne procesy (plasterkowanie, pakowanie i komisjonowanie) będą mogły zostać lepiej skoordynowane. Dzięki robotyce monotonna praca fizyczna będzie zostanie konsekwentnie zautomatyzowana. Roboty będą na przykład zestawiać gotowe do sprzedaży produkty w opakowania przeznaczone do wysyłki. Analiza danych i automatyzacja wymagają zatrudnienia dodatkowych pracowników posiadających specyficzne kwalifikacje i umiejętności. Korzystanie z nowych technologii oznacza także produkowanie w sposób oszczędzający zasoby. Nowoczesne instalacje na terenie Holinden potrzebują na przykład mniej energii, ciepło odpadowe jest wykorzystywane jako źródło energii i stosowane są naturalne czynniki chłodnicze. Nowoczesna technika symbolizuje zatem to, dla czego projekt cząstkowy Holinden oznacza całość: skuteczność, wydajność i trwałość. • ts

Serdecznie witamy



Z Pulyka do Sütag

Od 1 listopada 2020 roku spółka Süddeutsche Truthahn AG (Sütag) w niemieckim Ampfing oficjalnie wzbogaciła się o 370 pracowników. Serdecznie witamy w Bell Food Group!

W związku ze zmianą ustawy, która od 2021 roku nie dopuszcza już umów o dzieło w niemieckim sektorze mięsny, od dnia 1 listopada 2020 roku pracownicy przeszli od partnera Pulyka GmbH do Sütag w Ampfing. Pracownicy i pracownicy są w przeważającej części zatrudnieni w ubojni oraz przy porcjowaniu mięsa. • sh

Ankieta satysfakcji pracowników Bell Food Group

Wasza opinia się liczy!

W czerwcu 2021 roku czeka nas kolejna ankieta satysfakcji pracowników całej Bell Food Group.

Do Waszej opinii, drodzy Pracownicy, przywiązujemy nie tylko ogromną wagę, lecz także się nią kierujemy. Dzięki informacjom zwrotnym możemy rozpoznawać istniejące możliwości poprawy i wypracowywać rozwiązania.

Dlatego w czerwcu tego roku chcemy ponownie przeprowadzić ankietę satysfakcji pracowników, po raz pierwszy także wśród koleżanek i kolegów z Hügli. Odpowiednio wcześniej otrzymają oni niezbędne informacje od swoich przełożonych i działów kadrowych. Cieszymy się na Wasz udział, ponieważ liczymy się z Waszą opinią, która jest dla nas ważna. • sh



Jan Schemmer otrzymał nagrodę promocyjną

Wzór dla młodych talentów

Za swoją pomyślną karierę od rzeźnika do kierownika działu zarządzania produktem i rozwoju w Bell Szwajcaria Jan Schemmer otrzymał tegoroczną «Nagrodę promocyjną sektora mięsnego».

Jan Schemmer wiele już osiągnął w ciągu 32 lat swojego życia. Od rzeźnika przez mistrza i technika przetwórstwa mięsnego po MBA w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem dzisiejszy kierownik działu zarządzania produktem i rozwoju w Bell Szwajcaria w ubiegłych latach rozwijał się dalej, zarówno zawodowo, jak i jako specjalista. Za ten niezwykły rozwój otrzymał tegoroczną «Nagrodę promocyjną sektora mięsnego».

«Bardzo się cieszę z tego wyróżnienia i mam nadzieję, że w ten sposób będę mógł motywować młodych ludzi do podjęcia decyzji o nauce w tej branży», mówi Jan Schemmer. «Wszystko, czego do tego potrzeba, to zainteresowanie i motywacja oraz pasja do surowca, jakim jest mięso. W ten sposób, jak pokazuje mój przykład, można otrzymać solidny fundament dla wielu dróg zawodowych.»

W przeszłości nagrodę przyznawano utalentowanym osobom

z klasycznych rzeźni. Aby pokazać, że ten status zawodowy promują także zakłady przemysłowe, w tym roku o nagrodę ubiegał się pracownik firmy Bell. «Mam nadzieję, że dzięki temu będę mógł zachwycić młodych ludzi szczególnie karierą w naszej grupie przedsiębiorstw i w przyszłości znów łatwiej będziemy znajdować dobrych pracowników na nasze wymagające stanowiska w obszarach związanych z produkcją», oświadcza.

«Nagroda promocyjna przemysłu mięsnego» jest przyznawana przez specjalistyczne media branży mięsnej dfv Mediengruppe «allgemeine fleischer zeitung» (afz) oraz «Fleischwirtschaft». W profesjonalnym jury zasiadają najwięksi znawcy branży ze świata nauki, przemysłu i mediów. Wyróżniony został także Alfred Remmele Conde, który przyjechał z Gwatemali do Niemiec, specjalnie żeby uczcić się tu na rzeźnika. • mr

Osoby uczące się w Hilcona rozdały 1000 paczek świątecznych

Dobrze widzieć można tylko sercem

Uczący się w Hilcona w Szwajcarii w ciągu dwóch dni zapakowali i rozwieźli z niezwykłym zaangażowaniem 1000 paczek rodzinom dotkniętym przez los.

Uczniowie Hilcona w Schaan w grudniu ubiegłego roku wpadli na świetny pomysł, odpowiedni na święta: najpiękniejsze, co można podarować, to czas. Dlatego, korzystając ze wsparcia działów Hilcona, z wielkim oddaniem zorganizowali jedyny w swoim rodzaju «Most Solidarności» między dwoma szwajcarskimi zakładami Hilcona, w Schaan i w Orbe: 1000 paczek świątecznych pełnych produktów «Besserer» miało trafić do rodzin dotkniętych przez los w Orbe.

«Wiele słyszeliśmy o potrzebujących pomocy rodzinach w okolicach gminy Orbe. Często brakuje tam pieniędzy nawet na żywność», mówi praktykanci, «to wyjątkowo trudne. Dlatego szczególnie ważne jest to, aby szukać nowych możliwości niesienia pomocy. Dla nas natychmiast stało się jasne, że powinniśmy ruszyć z pomocą, i chętnie pomagamy. Tym lepiej oczywiście, jeśli jest taki pożyteczny cel i możemy zapewnić trochę słońca w życiu wielu rodzin.»

Günter Grabher, koordynator ds. kształcenia zawodowego w Hilcona, jest dumny ze swoich podopiecznych: «Od pomysłu do wspólnego zapakowania 1000 paczek – to było niezwykle poruszające i intensywne doświadczenie. Ten nastrój trudno było wyrazić słowami. Dlatego jestem wdzięczny za to ogromne zaangażowanie naszych uczniów» • Markus Amann, Communications Manager w Hilcona w Schaan



Dwa samochody ciężarowe na wodór dla Bell Food Group

Mobilność bez emisji CO₂

W Szwajcarii i w Liechtensteinie od niedawna dwa najnowocześniejsze samochody ciężarowe na wodór jeżdżą dla Bell Food Group. To transport towarów powodujący zero emisji!



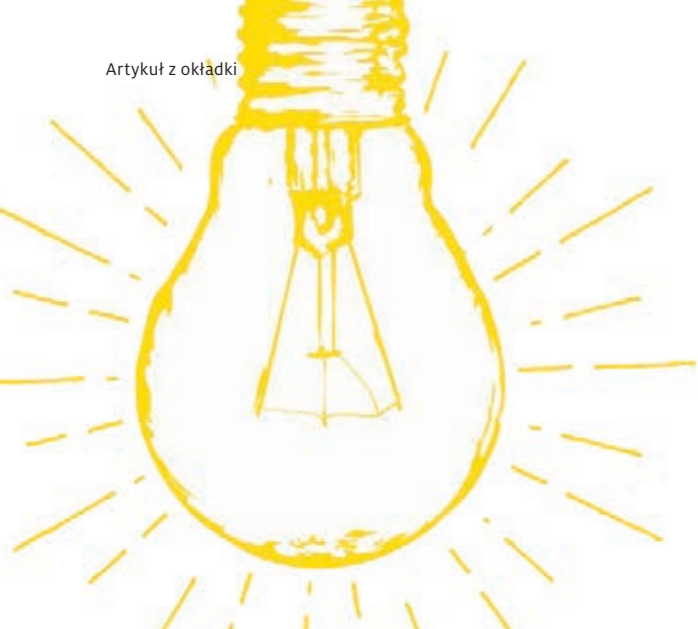
Jazda niemal bezgłośnie. Słychać jedynie syk, gdy te ważące tonę kolosy ruszają z miejsca. Nie da się usłyszeć głębokiego brzęczenia silnika Diesla. Zamiast tego jedynie cichy szmer, przypominający szum słupów wysokiego napięcia.

Tak, to o nich mowa: nowe pojazdy użytkowe wodorowe i elektryczne. Obaj szwajcarscy partnerzy logistyczni, Chr. Cavegn AG i F. Murpf AG stawiają na zrównoważoną mobilność bez emisji CO₂. Tym samym dwa spośród łącznie pięćdziesięciu pojazdów, które wyprodukował koreański producent samochodów Hyundai, jeżdżą dla Bell Food Group.

Wodór do samochodów ciężarowych wytwarzany będzie za po-

mocą prądu z odnawialnych źródeł energii. Wodór reaguje w ogniwie paliwowym samochodzie ciężarowego z tlenem z powietrza z otoczenia i znów uwalnia energię w postaci prądu elektrycznego. Towarzyszy temu powstawanie pary wodnej, która z kolei może się uwolnić. Ten obieg zamknięty powoduje, że napęd jest CO₂-neutralny. Dzięki temu nowy samochód ciężarowy zaoszczędza do 80 ton emisji CO₂ rocznie.

Jeden z nowych pojazdów jest ponadto wyposażony w branding Bell Food Group. W ten sposób podkreślamy dążenie grupy do zrównoważonej produkcji i logistyki świeżej żywności. • sh



W Bell Food Group dobre pomysły mają długą tradycję

Całkiem bystre umysły

W Bell, Eisberg, Hilcona czy w Hügli – wszędzie w Bell Food Group na początku byli ludzie mający dobre pomysły i pionierskiego ducha. Ów potencjał innowacyjny towarzyszył w całej historii – i towarzyszy do dziś – wszystkim oddziałom należącym do grupy. Często chodzi o niewielkie, bardzo skuteczne zmiany.

Jeśli udamy się w podróż w czasie do początków Bell Food Group, wszędzie natrafimy na zaradnych ludzi, którzy nie bali się wypróbować czegoś nowego.

W ten sposób praojcowie grupy Bell wykorzystali postęp techniczny, który przyniosła ze sobą industrializacja, i w 1907 roku otworzyli w Bazylei niezwykle nowoczesny jak na tamte czasy zakład mięsno-wędliniarski.

Na industrializacji skorzystał także założyciel Hilcona Toni Hilti i w 1935 roku, kiedy to żywność w puszkach nie była jeszcze w Europie rozpowszechniona, rozpoczął produkcję konserw warzywnych. Z biegiem czasu Hilcona stała się jedynym producentem warzyw w puszkach w Szwajcarii i Liechtensteinie – ze stałym wzrostem sprzedaży. W czasach pandemii puszka, z rekordowymi 29 milionami sprzeda-

Warzywa w puszcze świętowały w czasach pandemii swój powrót.

nych konserw tylko w ubiegłym roku, świętowała wielki powrót. Dzięki prawdziwej innowacyjności produktu, Hügli położyła podwaliny pod swój sukces jako specjalista branży Convenience: również w 1935 roku na rynek trafił «Brodox», który był pierwszą produkowaną na skalę przemysłową kostką bulionową. Dopełnieniem tego innowacyjnego grona jest Eisberg. Przedsiębiorstwo jest uznawane za pioniera sałaty w woreczkach, która w Szwajcarii po raz pierwszy pojawiła się w 1972 roku. Kiedy w latach 90. firma Eisberg wprowadziła swoje praktyczne mieszanki sałat w woreczkach w Europie Wschodniej, wpłynęło to nawet na zwyczaje żywieniowe ludzi w tym regionie, którzy dotychczas raczej odrzucali sałaty.

Na industrializacji skorzystał także założyciel Hilcona Toni Hilti i w 1935 roku, kiedy to żywność w puszkach nie była jeszcze w Europie rozpowszechniona, rozpoczął produkcję konserw warzywnych. Z biegiem czasu Hilcona stała się jedynym producentem warzyw w puszkach w Szwajcarii i Liechtensteinie – ze stałym wzrostem sprzedaży. W czasach pandemii puszka, z rekordowymi 29 milionami sprzeda-

nych konserw tylko w ubiegłym roku, świętowała wielki powrót. Dzięki prawdziwej innowacyjności produktu, Hügli położyła podwaliny pod swój sukces jako specjalista branży Convenience: również w 1935 roku na rynek trafił «Brodox», który był pierwszą produkowaną na skalę przemysłową kostką bulionową. Dopełnieniem tego innowacyjnego grona jest Eisberg. Przedsiębiorstwo jest uznawane za pioniera sałaty w woreczkach, która w Szwajcarii po raz pierwszy pojawiła się w 1972 roku. Kiedy w latach 90. firma Eisberg wprowadziła swoje praktyczne mieszanki sałat w woreczkach w Europie Wschodniej, wpłynęło to nawet na zwyczaje żywieniowe ludzi w tym regionie, którzy dotychczas raczej odrzucali sałaty.

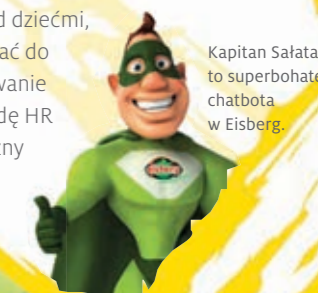
Bell Food Group nie byłyby jednak tym, czym jest dziś, gdyby poprzestała na pierwszych dobrych pomysłach. Duch innowacyjności do

Bell Food Group nie byłyby jednak tym, czym jest dziś, gdyby poprzestała na pierwszych dobrych pomysłach. Duch innowacyjności do

PRODUITS

Eisberg:
nagroda HR za komunikację
wewnętrzną przez chatbota

W komunikacji z pracownikami Eisberg na Węgrzech od czerwca 2019 roku stawia na chatbota – najnowszą technologię w dziedzinie HR. Chatbot, który otrzymał nazwę «Sali Kapitány», czyli Kapitan Sałata, w ciągu kilku sekund dostarcza pracownikom za pośrednictwem ich smartfonów wszystkie najważniejsze informacje. Perspektywiczna inwestycja, jak się okazało po wybuchu pandemii koronawirusa. Dzięki niej pracownicy są zawsze na bieżąco informowani o wszelkich wprowadzanych środkach ochrony przed zakażeniami. Eisberg wykorzystuje ponadto to narzędzie także na przykład po to, aby się dowiedzieć, gdzie u pracowników istnieją problemy z opieką nad dziećmi, by móc w optymalnym stopniu dostosować do nich grafik. Za to niezwykle zaangażowanie przedsiębiorstwo otrzymało nagrodę HR «Odpowiedzialny i empatyczny pracodawca».



Kapitan Sałata to superbohater chatbota w Eisberg.

Bell Niemcy:
projekt pilotażowy
rozpylane przekładki

Bell Niemcy testuje aktualnie innowacyjny proces, aby zrezygnować z przekładek z tworzywa sztucznego lub papieru woskowanego, na przykład w przypadku specjalów z szynki Serrano. Zamiast tego w trakcie plasterkowania na pojedyncze plastry rozpylona zostaje cieniueterka warstwa oleju roślinnego jakości bio. «Pomysł ten powstał, ponieważ usłyszeliśmy o jednym producencie z północnej Europy, który testuje tę procedurę w przypadku swoich produktów samoobsługowych», opowiada Stephan Holst, kierownik działu Marketingu i Komunikacji w Bell Niemcy. Już pierwsze testy były obiecujące. Jeśli technologia ta sprawdziłaby się, rocznie można by zaoszczędzić w Bell Niemcy 200 ton przekładek.

HÜGLI NÄHRMITTEL-A.G. ARBON

Hilcona «Smart Cuisine»: moduł rozrywkowy

Wspólny projekt «Smart Cuisine» («Inteligentna Kuchnia») firmy Hilcona oraz hoteli i restauracji Transgourmet to modułowe rozwiązanie dla bufetów, bankietów oraz sektora a'la carte. Klienci mają możliwość wyboru, czy potrzebują pojedynczych komponentów czy całego pakietu. Asortyment obejmuje tu wszystkie trzy filary Hilcona: makarony, vege i ryby. «Naszym celem jest to, aby dzięki «Smart Cuisine» zrozumieć potrzeby gastronomów jako całości i sukcesywnie rozwijać skrojone na miarę pomysły i rozwiązania», wyjaśnia Oliver Rose z serwisu Hilcona Food. Kompleksowy dodatkowy serwis, od konfiguratora bufetu po udostępnienie personelu, również należy do «inteligentnej» oferty.

Hilcona: dania gotowane na parze dla sektora opieki

Jako pierwszy partner Hilcona Klinika Lüdenschaid od początku roku oferuje swoim pacjentom gotowe porcje obiadowe, wyprodukowane nową opatentowaną metodą gotowania na parze. Tej nieinwazyjnej metodzie przygotowania zawdzięczamy chrupiącą, kruchą konsystencję warzyw zawierających wiele witamin i substancji odżywczych. Dodatkowa korzyść dla kliniki: niemal jak w restauracji serwującej a'la carte każdy pacjent może sam wybrać rano spośród blisko 40 posiłków swoje danie, uwzględniając indywidualną dietę i wymagania żywieniowe.

Historia sukcesu Hilcona rozpoczęła się od warzyw w puszcze.



dziś towarzyszy działalności i oddziałom grupy. Zmiany nie zawsze muszą być równocześnie rewolucyjne. Także niewielkie ulepszenia wywołają cenne impulsy.

Zgodnie ze słownikiem Duden o innowacji w dziedzinie gospodarki mówi się wtedy, gdy nowatorskie, zaawansowane rozwiązanie danego problemu zostaje zrealizowane. W przedsiębiorstwie sektora spożywczego przedmiotem zainteresowania są w tym przypadku przede wszystkim nowe produkty, które oferują na przykład nowe doznania smakowe, ułatwiają życie lub przekonują dzięki szczególnemu składowi.

W tym miejscu należy wspomnieć między innymi o historycznej kiełbasce «Bell-Würstli» czy świeżym makaronie, który w 1984 roku Hilcona jako pierwsze przedsiębiorstwo w Szwajcarii i Liechtensteinie produkowało na skalę przemysłową.

Jednak także w niedawnej przeszłości nie brakuje przykładów innowacyjnych pomysłów na produkty. Obszar, w którym aż roi się od innowatorów, dotyczy alternatyw dla tradycyjnego mięsa.

Podczas gdy Hilcona Taste Factory, ze swoim projektem «The Green Mountain», jest jedną z dużych szwajcarskich sił napędzających innowacyjność w dziedzinie alternatyw dla mięsa na bazie roślinnej, Bell Food Group wspiera swoją inwestycją w niderlandzki start-up Mosa Meat komercyjną produkcję wołowiny hodowanej.

Obszarem dla twórców produktów jest obszar alternatyw dla mięsa.

Kolejnym obszarem, w którym dzięki automatyzacji i cyfryzacji w Bell Food Group aktualnie wiele się zmienia, jest produkcja.

Wszystko to, co umożliwiają aktualne technologie, jest doskonale widoczne w nowszych zakładach. I tak na przykład mieszalnia Hügli w Radolfzell oraz zakład Convenience firmy Eisberg w Marchtrenk, uchodzą za najnowocześniejszego przedstawiciela tej branży w całej Europie.

Egzoszkielety pomagają pracownikom na przykład przy dźwiganiu ciężkich pojemników.

Postęp nie omija jednak także istniejących już od dawna zakładów. Stosowane są liczne innowacyjne technologie – od supernowoczesnego robota pobierającego aż po uszczelnienie ultradźwiękowe do zgrzewania opakowań.

Jako odpowiedzialne przedsiębiorstwo Bell Food Group troszczy się jednak nie tylko o wdrażanie nowych pomysłów w swojej działalności kluczowej. Czyni wszystko, co tylko możliwe, także na rzecz poprawy ich trwałości.

Neutralny energetycznie kurnik Bell Szwajcaria wyznacza nowe standardy.

Prekursorem w dziedzinie odzysku energii jest na przykład Eisberg: już od 1999 roku zakład produkcyjny w Dällikon prowadzi wytwórnię biogazu, w której odpady resztkowe z przetwarzania sałat są zamieniane w energię. Całkiem nowy jest natomiast perspektywiczny projekt pilotażowy Bell Szwajcaria: neutralny energetycznie kurnik od ostatniego lata wyznacza nowe standardy w zrównoważonej hodowli drobiu.

Obojętne, czy dobry pomysł powstaje quasi mimochodem czy w trakcie pracochłonnego procesu, zawsze stoją za nim ludzie, którzy poszukują czegoś nowego lub coś dobrego chcą uczynić jeszcze lepszym. Do tego w Bell Food Group wezwani są wszyscy pracownicy.

Dlatego włączenie zatrudnionych osób jest między innymi także centralną częścią programu «TopX», za pomocą którego od ostatniej jesieni Bell Food Group identyfikuje możliwości poprawy procesów. Bo kto lepiej zna linie produkcyjne z całą ich specyfiką niż ludzie, którzy każdego dnia je obsługują?

Z dobrymi pomysłami – i nie zawsze musi to być od razu przełomowa innowacja – każdy w Bell Food Group może przyczynić się do podtrzymywania ducha innowacyjności. Kto wie, do jakich wspaniałych osiągnięć będą wracać przyszłe pokolenia, udając się w podróż do naszych czasów? • mr

Bell Szwajcaria: aplikacja degustacyjna wspiera rozwój produktów

Jako przykład tego, jak dzięki cyfryzacji można zoptymalizować procesy w Bell Food Group, dostawca usług informatycznych novaCapta opracował dla działu rozwoju produktów w Bell w Szwajcarii innowacyjną aplikację degustacyjną. Zamiast, jak dotychczas, na papierze projektanci produktów dokonują teraz oceny artykułu w aplikacji na smartfonie. Procedura multiple choice zapewnia dobrą porównywalność danych. Managerowie ds. produktu dysponują własną wersją aplikacji Power App, która oferuje im dodatkowe funkcje. Dzięki aplikacji możliwe było między innymi skrócenie czasu podejmowania decyzji oraz zwiększenie przejrzystości względem dostawców i klientów B2B. Kolejna korzyść: mniejsze zużycie papieru oznacza również bardziej zrównoważony rozwój.



Bell Szwajcaria: egzoszkielety pomagają w noszeniu

Egzoszkielety, które zdają się dodawać ludziom supermocy, większość z nas zna jedynie z filmów science fiction. Pracownicy działu komisjonowania w Bazylei mogą doświadczyć tego teraz na własnej skórze. Dział produkcji zakupił do przetestowania dwie takie robotyczne pomoce przy dźwiganiu. Oprócz wspierania pleców i rąk, egzoszkielety są wyposażone w uchwyt nad głową, do którego mogą zostać zamontowane różne moduły, na przykład do podnoszenia i chwytania.

Pracownicy z Bell Food Group na temat «Dobrych Pomysłów»

Hej, jak by to było ...?

Dobre pomysły nie zawsze muszą wymyślać koło od nowa, aby powodować dobre zmiany. Każdy, nawet najprostszy pomysł, ma taki potencjał, że może stać się decydującym momentem zwrotnym. Pracownicy z Bell Food Group opowiadają, jak oni albo ich zespoły dzięki dobrym pomysłom zapewnili zmiany w najróżniejszych obszarach. • sh

«Jako pierwsza jednostka, dział IT w Bell Szwajcaria zastąpił przed kilkoma laty listę obecności rozwiązaniem SharePointOnline. Zapomniane stemple, absencje i dodatkowe zadania nie są już uzupełniane czy wpisywane ręcznie, lecz są wnioskowane i zatwierdzane w programie SharePoint-Workflow. Wspiera on depapieryzację i zapobiega gubieniu kartek. Rozwiązanie to udało nam się wprowadzić także w kilku kolejnych oddziałach. Aktualnie pracujemy dodatkowo nad zautomatyzowanym rozwiązaniem, za pomocą którego bot wpisuje wnioskowane czasy do narzędzia rejestracji czasu pracy E3.»



Nora Hertzschuch
Head of IT Administration & Information w Bell w Bazyle

Oliver Rose
Krajowy Manager ds. koncepcji i sprzedaży w dziale Foodservice w Hilcona w Schaan



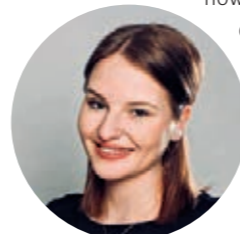
«W celu zapoznania z koncepcją modułowatą SmartCuisine, oferującą większą elastyczność i minimalizującą straty żywności także w przypadku zmiennej liczby gości, zdecydowałem się na to, aby (potencjalnych) klientów «uwieść» ruchomymi obrazami w formie jednodominutowych filmików wideo. Wideo zachwyliło ostatecznie nie tylko osoby zainteresowane z zewnątrz, lecz również z wewnątrz firmy. Aby wykorzystać ten sukces, kolejnym krokiem będzie stworzenie możliwości zamawiania przez klientów próbnych pakietów wstępnie zdefiniowanych składników i przygotowywanie z nich potraw wspólne z nami w trakcie kursu gotowania na żywo.»

Daniel Oblak
Category Manager w Hügli w Steinach



«Dzięki naszym produktom oferujemy rozwiązania, które wspierają naszych klientów jakościowo w codziennym funkcjonowaniu w kuchni. «Skoncentrowany bulion o lekko galaretowatej konsystencji był naszym kolejnym krokiem w procesie wzbogacania wymagającej kuchni naszych czasów. Koncentrat bulionu, zawierający do 73% podstawowych, wartościowych składników, to prawdziwe wsparcie dla smaku, w porównaniu z tradycyjnymi produktami. Bulion jest uczciwą alternatywą do stosowania w klasycznej kuchni à la carte, kuchni otwartej czy stołówce zakładowej, odznaczających się wysokimi wymaganiami jakościowymi.»

«Część mojej pracy polega na nieustannym ulepszaniu naszych produktów i procesów poprzez towarzyszenie przy wprowadzaniu systemu CSB (*uwaga redakcji: system bieżącego gospodarowania towarami, planowania zasobów oraz monitorowania dla branży spożywczej*). Zwłaszcza w zakresie produkcji jest to duża szansa na podniesienie jakości na wyższy poziom. Ważne jest dla mnie, aby w podróży tej towarzyszyli mi moi koledzy. Rozwianie obaw kolegów – przed nowym oraz przed kwestiami technicznymi było pierwszym krokiem w dobrym kierunku. Moim celem jest to, aby wszystkie przeszkody pokonywać razem z zespołem. Każdego dnia pragnę znajdować rozwiązania dla nowych wyzwań i mieć otwarte ucho.»



Julia Gerauer
Pracownik działu produkcji w Süddeutsche Truthahn AG w Ampfing

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



«Byliśmy częścią ekscytującego projektu dotyczącego pakowania – pierwszej prawdziwej współpracy między Sylvain&CO i Eisberg. Ten kompleksowy, jedyny w swoim rodzaju projekt trwał kilka tygodni i wymagał wielu uzgodnień między dwoma firmami. Konsultowaliśmy się również w kwestiach technicznych z różnymi działami, a w szczególności z działami zakupu i rozwoju opakowań. Dzięki temu projektowi nie tylko ugruntowaliśmy wspólne zrozumienie potrzeb rynkowych, lecz również położyliśmy podwaliny pod przyszłą współpracę pomiędzy Eisberg i Sylvain&CO.»



Rhea Pantelis
Key Account Manager Retail w Eisberg w Dällikon

Daniel Plüss
Asystent kierownika Działu Świeżego Mięsa w Bell w Oensingen



«Dla projektu Frontmtec Phase 0 konieczne było zdefiniowanie i określenie nowych kryteriów. Celem projektu jest zautomatyzowanie całego procesu zarządzania magazynem od ubojni po dział rozbioru, aby pracownicy musieli podejmować mniej decyzji manualnie. W wyniku mojej wewnętrznej zmiany stanowiska we wrześniu na Asystenta kierownika Działu Świeżego Mięsa, gdzie częściowo jestem odpowiedzialny także za koordynację zakładu, zostałem włączony do projektu Frontmtec Phase 0. Na moim nowym stanowisku mogę wspierać wszystkie działy uczestniczące w realizacji i modyfikacjach projektu oraz szkolić pracowników.»

Bardziej zrównoważone opakowania dzięki ograniczeniu plastiku

Mniej znaczy więcej

Plastikowe opakowania są nieodzowne w przypadku wielu artykułów spożywczych. Przedłużają ich trwałość i gwarantują ich bezpieczeństwo. Jednocześnie stale rosnąca ilość odpadów plastikowych powoduje ogromne szkody w środowisku. Dzięki sprytnym rozwiązaniom w różnych obszarach Bell Food Group stawia czoła temu problemowi.

Redukcja odpadów opakowaniowych jest obecnie szeroko dyskutowaną kwestią. Tworzywa sztuczne owiane są już złą sławą, ponieważ bardzo powoli się rozkładają. Dlatego też bardzo pożądane są alternatywy, na przykład z papieru lub naturalnych włókien, które z łatwością da się wykorzystać w różnych rodzajach produktów.

W przypadku artykułów spożywczych często sytuacja wygląda jednak inaczej: w tym przypadku na pierwsze miejsce wysuwa się ochrona produktów przed szkodliwymi czynnikami, takimi jak zarazki, powietrze czy światło, co pozwala zagwarantować trwałość i bezpieczeństwo artykułów spożywczych, a także możliwie jak najlepiej zapobiegać utracie aromatu i witamin. Takie właściwości często można znaleźć tylko w plastikowych opakowaniach.

W przypadku artykułów spożywczych ochrona produktu jest na pierwszym miejscu.

Jednocześnie opakowanie musi zapewniać, że produkt przetrwa wszystkie etapy od zakładu produkcyjnego aż do klienta końcowego w nienaruszonym stanie. Ponadto niewielka waga materiału pomaga producentom utrzymywać koszty transportu na niskim poziomie.

Plastikowe opakowania są zatem nieodzowne w przypadku wielu artykułów spożywczych. Jednak można je wykorzystać w efektyw-

niejszy sposób, co Bell Food Group udowadnia na wielu przykładach. Ważnym polem działania jest przy tym ograniczanie łącznej potrzebnej ilości plastiku.

«W celu ograniczenia tworzyw sztucznych w opakowaniach zdefiniowaliśmy jednoznaczne cele dla wszystkich dywizji», wyjaśnia Samuel Widmer, kierownik projektu zrównoważonego rozwoju w Bell Food Group. «W zależności od wielkości i asortymentu dywizji potencjał oszczędności wynosi od 20 do 1500 ton do 2023 roku».

W ten sposób możliwa jest zmiana opakowań w ten sposób, że potrzebne będą mniejsze ilości plastiku. Bell Niemcy już kilka lat temu wynalazła inteligentne rozwiązanie w postaci składanych opakowań, które teraz zostanie wdrożone również dla nowego asortymentu szynek od Bell w Szwajcarii.

Dzięki płaskim, powtórnie zamykanym składanym opakowaniom Bell Niemcy oszczędza ponad 329 ton plastiku rocznie w porównaniu do pierwotnej wersji opakowań.

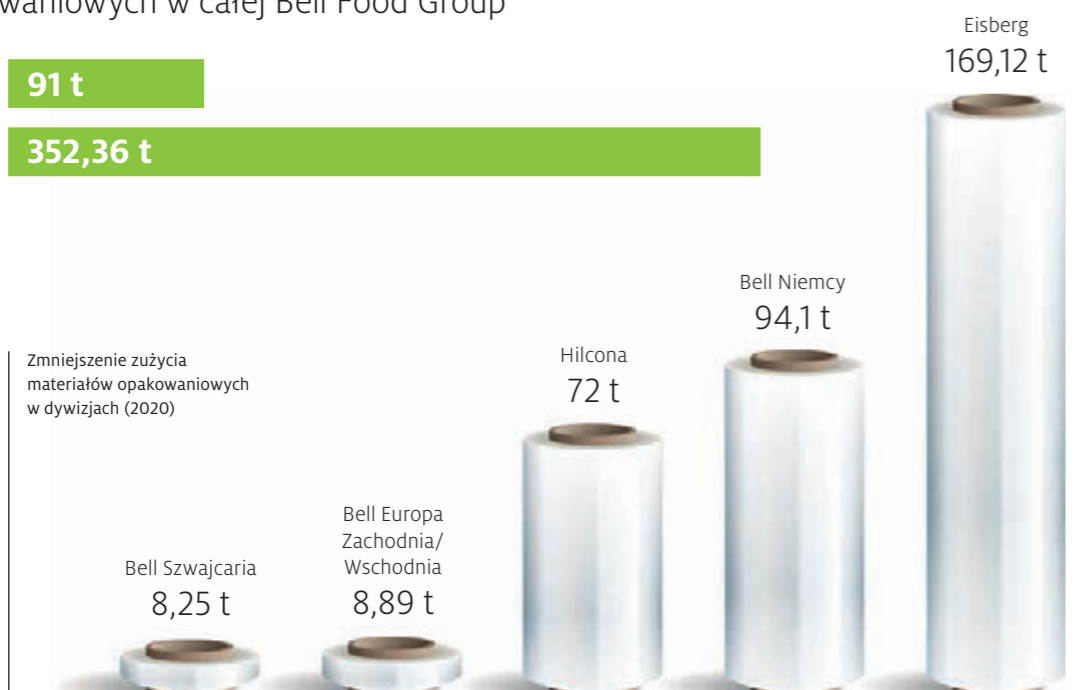
Ponadto od początku roku w przypadku pierwszych produktów dokonano przejścia na opakowania jednomateriałowe tak, by w ramach niemieckiego systemu recyklingu do ponownego wykorzystania nadawało się do 93 procent opakowania. Dzięki temu, że zdołano uzyskać jeszcze cieńszą folię, Bell Niemcy redukuje swoje zużycie plastiku dodatkowo o około 38 ton.



Odkąd Hügli pakuje liczne produkty dla gastronomii w pojemniki gastronomiczne wielokrotnego użytku, udało się zaoszczędzić ponad 300 000 wiader jednorazowego użytku, które przedtem były wykorzystywane na przykład do zup i sosów.

Zmniejszenie zużycia materiałów opakowaniowych w całej Bell Food Group

2019 91 t
2020 352,36 t



Zmniejszenie zużycia materiałów opakowaniowych w dywizjach (2020)



Dla nowych gotowych sałatek «Naturaplan» Hilcona świadomie wybrała miski z kartonu. Podczas gdy udział plastiku w «miskach cateringowych» wykorzystywanych do tej pory dla takich produktów wynosi 92,6 procent, w przypadku wdrożonej wersji jest on na poziomie zaledwie 12,7 procent.

Rośnie również udział plastiku pochodzącego z recyklingu

Kolejny przykład można znaleźć w Bell Szwajcaria w Oensingen. Tutaj niedawno zainstalowano nowe urządzenie do pakowania świeżego mięsa. Dzięki niemu zużycie plastiku znacząco obniża się w porównaniu do dotychczasowego tradycyjnego wariantu. Kartonową część opakowania ze wszystkimi informacjami o produkcie można przy tym z łatwością podać recyklingowi oddzielnie od plastiku. Podobna metoda już od dawna z powodzeniem stosowana jest przez Bell Niemcy w przypadku steków marki «Gourmet naturel».

Również Eisberg pracuje nad ograniczeniem plastiku. Tutaj między innymi zmniejszone zostały miski na «Elefanten Bowls» tak, że na opakowanie zużywane jest ponad 20 gramów mniej PET. I to pomimo tego, że miski mają teraz jeszcze więcej zawartości niż wcześniej.

Jednocześnie obszary działalności i dywizje wdrażają oczywiście również wymagania ustawowe dotyczące ograniczania tworzyw sztucznych. I tak na przykład zakaz UE dotyczący plastikowych sztućców jednorazowych, który obowiązuje od 2021 roku, doprowadził już wcześniej do usunięcia tak zwanego «łyżkowidelca» – połączenia widelca i łyżki – ze wszystkich gotowych potraw produkowanych



W przypadku «kurczaka w folii do pieczenia» Bell Szwajcaria zastąpiła dotychczasowe połączenie piankowej miski, torebki do pieczenia i dodatkowej torebki foliowej przyjazną środowisku tekturową miską i folią do piekarnika. Dzięki temu udało się ograniczyć zużycie tworzyw sztucznych w tym produkcie o 39 procent.



W Eisberg obecnie już około jednej trzeciej plastikowych misek w 90 procentach jest produkowanych z «rPET». Przy produkcji tego tworzywa sztucznego z recyklingu pomijane jest kilka energochłonnych kroków, co zmniejsza emisję CO₂.

dla Coop przez Hilcona, Eisberg oraz Sylvain & CO. Sama Hilcona ogranicza dzięki temu około trzech ton plastiku rocznie.

Bardziej przyjazne dla środowiska alternatywy materiałowe, które można łatwiej poddać recyklingowi, również przyczyniają się do ograniczenia tworzyw sztucznych. I tak niektóre obszary Bell Food Group wprowadzają już miski i opakowania zewnętrzne oparte na papierze zamiast wariantów z plastiku.

Recykling jest również drugą ważną kwestią pozwalającą osiągnąć bardziej zrównoważony rozwój. W tym przypadku chodzi zarówno o to, by wyrzucone opakowania można było jak najlepiej ponownie wykorzystać, jak również o to, by wykorzystywać odzyskane materiały.

«Ogromną rolę w tworzeniu nowych opakowań z wyrzuconego plastiku odgrywa zarówno materiał wyjściowy, jak również skrupulatne oddzielanie materiałów», wyjaśnia Samuel Widmer. «Dlatego im lepiej zostaną od siebie oddzielone poszczególne komponenty, tym lepiej powodzi się recykling».

W związku z tym Bell Food Group opowiada się za tym, by opakowania były tworzone z mniejszej liczby różnych materiałów i by na



przykład folie, miski i kartonowe banderole dały się od siebie z łatwością oddzielać.

Udział plastiku odzyskanego z recyklingu również rośnie w przypadku opakowań w grupie przedsiębiorstw. Tak na przykład miski na sałatki i musli w Hilcona i Eisberg powstają obecnie w dużej części z tak zwanego materiału «rPET». Jest to tworzywo sztuczne, które jest pozyskiwane z zebranych zużytych butelek PET.

W kwestii ponownego wykorzystywania materiałów Hügli wybrało prawie optymalny sposób: już od lat eksperci ds. żywności konwencie pakują liczne produkty dla gastronomii w pojemniki gastronomiczne. Takie pojemniki używane na całym świecie mogą być ponownie wykorzystane przez gastronomów już po pierwszym zużyciu – z czego chętnie korzystają.

Ciągle prowadzone są również prace nad innowacyjnymi rozwiązaniami. I tak w Eisberg trwają prace nad miskami do sałatek z włókien, a Sylvain & CO testuje wykorzystanie opakowań z produktów ubocznych z produkcji cukru trzcinowego. • mr

Karton i plastik można oddzielnie poddawać recyklingowi.

Jubileusze

LOOK! gratuluje jubilatow świętującym w okresie od marca do maja 2021 ROKU

Bell Szwajcaria

20 lat pracy

Olivier Fraquelli, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Thierry Guillod, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Thilagaratnam Kanagaratnam, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Monika Meier, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Zell (*dodano*)
Arul Barathi Yoganathan, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Zell (*dodano*)
Wolfgang Schuler, 1 marca, Geiser AG, Schlieren
Amin Bentoumi, 11 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Fabienne Blachier, 18 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Jean-Francois Rohmer, 18 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Ghislain Agbessi, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Martial Daudry, 31 marca, Bell Szwajcaria, Cheseaux
Eric Haffner, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Philippe Wicky, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Albert Wiesler, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Puvaneswaran Sellappah, 1 kwietnia, Bell Szwajcaria, Zell
Stéphane Ballet, 8 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Maria De Sousa Quaresma Longa, 9 kwietnia, Bell Szwajcaria, Oensingen
Werner Schnider, 15 kwietnia, Bell Szwajcaria, Zell
Divo Pascal Schmitt, 16 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Syzana Hasani, 18 kwietnia, Bell Szwajcaria, Zell
Kalaiarasy Vigneswaran, 18 kwietnia, Bell Szwajcaria, Zell
Frédéric Frontera, 30 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Jeevan Kandiah, 30 kwietnia, Bell Szwajcaria, Zell
William Maache, 30 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Gilles Rietsch, 30 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Cedric Schlosser, 30 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Alexandrina Rodrigues Silva, 6 maja, Bell Szwajcaria, Oensingen
Satkunadevi Rajendra, 28 maja, Bell Szwajcaria, Zell

25 lat pracy

Marc Pierre Betscha, 29 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Michel Lerch, 29 lutego, Bell Szwajcaria, Oensingen (*dodano*)
Andre Tschirhart, 3 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Mathieu Doppler, 5 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Arsim Halitaj, 13 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Christophe Bertrand, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Sylvain Gayon, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Kabemba Kabongo, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Decantinho Nombasi, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
René Schwab, 1 maja, Bell Szwajcaria, Oensingen
Ali Mehdi, 19 maja, Bell Szwajcaria, Zell

30 lat pracy

Pascale Muller, 28 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Suthakaran Kathiravel, 1 kwietnia, Geiser AG, Schlieren
Urs Tresch, 21 kwietnia, Bell Szwajcaria, Oensingen
Savo Palackovic, 9 maja, Bell Szwajcaria, Oensingen
Urs Scheidegger, 12 maja, Bell Szwajcaria, Oensingen

35 lat pracy

Thierry Litschig, 10 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Patrice Dontenville, 31 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
Cornelia Schaub, 13 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Francois Vidale, 4 maja, Bell Szwajcaria, Bazylea

40 lat pracy

Beat Meier, 20 kwietnia, Bell Szwajcaria, Oensingen
Daniel Strub, 20 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea
Silvio Strub, 20 kwietnia, Bell Szwajcaria, Oensingen

45 lat pracy

Esther Christ, 19 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea

Emerytura

Jean-Claude Hoang, 27 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Axel Wisser, 27 lutego, Bell Szwajcaria, Bazylea (*dodano*)
Shehize Bajrami, 30 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen
Régine Hoferlin, 30 maja, Bell Szwajcaria, Bazylea

Wcześniejsza emerytura

Thomas Morgenthaler, 30 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen
Urs Scheidegger, 30 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen
Gilbert Pahud, 29 kwietnia, Bell Szwajcaria, Cheseaux
Stefano Marzano, 29 kwietnia, Bell Szwajcaria, Bazylea

Bell International

20 lat pracy

Céline Boyer, 1 marca, Bell Francja, Teilhède
Gabriele Krammer, 1 marca, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Guilherme Martins, 1 marca, Bell Francja, Teilhède
Josef Baier, 13 marca, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Sadat Shaqiri, 6 kwietnia, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Anne Fabre, 26 kwietnia, Bell Francja, Teilhède
Bahrige Agushi, 2 maja, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Rémi Gerin, 2 maja, Bell Francja, Teilhède

25 lat pracy

Maria Brand, 18 marca, Bell Niemcy, Harkebrügge
Agnes Gerdes, 18 marca, Bell Niemcy, Harkebrügge
Andrzej Kostecki, 31 marca, Bell Polska, Niepołomice
Martine Blanchard, 9 kwietnia, Bell Francja, St. Symphorien
Kazimiera Kutek, 14 kwietnia, Bell Polska, Niepołomice
Stefan Fugel, 15 kwietnia, Bell Niemcy, Harkebrügge
Helga Horn, 6 maja, Bell Niemcy, Harkebrügge
Martin, Wieborg, 16 maja, Bell Niemcy, Harkebrügge

30 lat pracy

Jens Haken, 8 kwietnia, Bell Niemcy, Harkebrügge

Emerytura

Anatolij Tschaban, 28 lutego, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*dodano*)

Odeszli

Pascal Demolliens, 20 lutego, Bell Francja, Salaison Polette

Convenience

20 lat pracy

Thomas Kofler, 1 marca, Hügli Austria, Hard
Ralf-Peter Niedzwiedz, 1 marca, Hügli, Radolfzell
Guenter Schett, 1 marca, Hilcona AG, Schaan
Nobert Schreiner, 1 marca, Hügli, Steinach
Harald Schunerits, 1 marca, Hügli Austria, Hard
Steffen Pusch, 5 marca, Hügli, Radolfzell
Burhan Dikilitas, 12 marca, Hilcona AG, Schaan
Andreas Geiser, 12 marca, Hügli, Radolfzell
Bahrige Avduli, 26 marca, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Saban Abdiji, 1 kwietnia, Eisberg AG, Villigen
Alfredo Jose Dias Macieira, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Gabriele Erne, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Michael Falter, 1 kwietnia, Hügli, Radolfzell
Rudolf Fleisch, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Thomas Schropfer, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Carlos Almeida da Rocha, 2 kwietnia, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent
Alexander Schnitzer, 2 kwietnia, Hügli, Radolfzell
Bernadette Mouget Gaume, 9 kwietnia, Sylvain & Co SA, Essert-sous-Champvent
Domingo Danis Romero, 22 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Hermann Danner, 1 maja, Inter-Planing, Langenhalsach
Peter Krätz, 1 maja, Hügli, Radolfzell
Nexhmije Kryeziu, 1 maja, Eisberg AG, Dällikon
Neven Prsa, 1 maja, Hilcona AG, Schaan
Sevgi Sahin, 1 maja, Eisberg AG, Dällikon

25 lat pracy

Acacio de Jesus Cortinhas Alves, 1 marca, Eisberg AG, Dällikon
Luis Goncalves, 1 marca, Hilcona AG, Schaan
Hannelore Homburger, 4 marca, Hügli, Radolfzell
Julieta Dos Santos Pereira, 11 marca, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Tsering Rongpotsang, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Nicole Bousedira-Block, 9 kwietnia, Hügli, Radolfzell
Cemil Yildiz, 15 kwietnia, Hilcona AG, Schaan
Maria Da Silva Azevedo Ferreira, 1 maja, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Arno Matz, 1 maja, Hügli, Steinach
Yejamogan Ahumukam, 2 maja, Eisberg AG, Dällikon
André Julmi, 6 maja, Eisberg AG, Dällikon
Andrea Siemann, 13 maja, Hügli Austria, Hard
Maria Filomena Saraiva Pinto, 27 maja, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Jürgen Hundt, 28 maja, Hügli, Radolfzell

Aktualne oferty pracy są dostępne na stronie: bellfoodgroup.com/karriere

30 lat pracy**Enrico Meier**, 1 marca, Hilcona AG, Schaan**Mustafa Dere**, 4 marca, Hügli, Radolfzell**Cornelia Löhle**, 4 marca, Hügli, Radolfzell**Ines Ilic**, 7 marca, Hügli, Radolfzell**Kemal Keskin**, 13 marca, Hügli, Radolfzell**Vera Gümüs**, 1 kwietnia, Hügli, Radolfzell**Obdulia Vidal Santos**, 1 kwietnia, Hilcona AG, Schaan**Paulo Oliveira Ferreira**, 1 maja, Hilcona AG, Schaan**Sivanesan Kasipillai**, 23 maja, Eisberg AG, Dällikon**35 lat pracy****Irmgard Bauer**, 3 marca, Inter-Planing, Langenhalsach**Norbert Lipp**, 1 maja, Hilcona AG, Schaan**Emerytura****Norbert Karasek**, 30 listopada, Hügli Austria, Hard (*dodano*)**Richard Trithaler**, 31 stycznia, Hügli, Radolfzell (*dodano*)**Viktor Glasner**, 28 lutego, Hügli, Radolfzell (*dodano*)**Lynne Chew**, 1 marca, Hügli, Redditch**Paul Price**, 19 marca, Hügli, Redditch**José De Matos Veiga**, 31 marca, Eisberg AG, Dällikon**Ramon Quintans Santos**, 31 marca, Hilcona AG, Schaan**Sonja Stillhard**, 31 marca, Eisberg AG, Villigen**Gjergj Noshi**, 30 kwietnia, Eisberg AG, Dällikon**Manuela Rauter**, 30 kwietnia, Hügli Austria, Hard**Sinnarasa Kathirgamu**, 30 maja, Eisberg AG, Dällikon**Raimund Marchler**, 31 maja, Hilcona AG, Schaan**Karl Romankiewicz**, 31 maja, Hügli, Radolfzell**Wcześniejsza emerytura****Bruno Jud**, 31 marca, Hilcona AG, Schaan**Vinka Gasic**, 30 maja, Bell Szwajcaria, Zell**Josef Lustenberer**, 31 maja, Hilcona Gourmet SA, Orbe**Dauner Johannes**, 31 maja, Hügli, Steinach**Odeszli****Atanas Gjorgiev**, 22 lutego, Hilcona Gourmet SA, Orbe

PYTANIE KONKURSOWE

Innowacje dla Twojego domu

Nie tylko my w Bell Food Group mamy dobre pomysły, ma je także bardzo wiele innych osób. Niektóre z tych świetnych pomysłów pomagają nam dziś w utrzymaniu porządku w domu. Inteligentny robot sprzątający? Elegancki robot kuchenny? Sprytny system nawadniania ogrodu? Wybór jest ogromny – a przy odrobinie szczęścia Ty także stajesz się wkrótce posiadaczem jednej z tych pomocy domowych!

Pytanie konkursowe:

Co oznacza skrót «EPiC»?

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

Nagrody

Do wyboru 1 × nowy sprzęt gospodarstwa domowego o wartości 400,00 euro.

10 × bon o wartości 30,00 euro na zakupy w lokalnym supermarkecie.

Termin nadsyłania rozwiązań to 12 lipca 2021 roku

Wysyłając rozwiązanie na adres look@bellfoodgroup.com, podaj swoje nazwisko, (ostatnie) miejsce pracy oraz pracodawcę.

Zwycięzców wylosujemy spośród nadesłanych prawidłowych odpowiedzi. Odpowiedzi nadesłane wielokrotnie przez jedną osobę nie zostaną uwzględnione w losowaniu.

Zwycięzcy zostaną poinformowani o wygranej osobiście. W sprawie losowania nie będziemy prowadzić korespondencji ani udzielać informacji telefonicznych.



Od klasyki do kreatywności

Bell Food Group zaprasza do stołu

Podczas przerwy obiadowej w parku, podczas kolacji na balkonie i w weekend z koszykiem piknikowym na łonie natury.

Wszystko to jest teraz znowu możliwe przy rosnących temperaturach. W odpowiedzi na to twórcy produktów

Bell Food Group wraz ze swoimi różnorodnymi nowościami dbają o dodatkową porcję kulinarnej radości z nadchodzącej wiosny. • mr



Bell Niemcy: szynki dla sportowców

Poza regularnymi treningami do budowy mięśni ciało potrzebuje również odpowiedniej diety. Dzięki wysokiej zawartości białka i maksymalnie 3 procentom tłuszczu nowe szynki Sportler Schinken od Abraham wspierają aktywne osoby w dążeniu do realizacji ich celów. Łagodnie wędzone plasterki już w ubiegłym roku zaliczyły swój udany debiut. Od marca Bell Niemcy uzupełnia swoją ofertę o kostki i paski mięsne z szynki dla sportowców.



Bell Polska: trzy klasyki w nowej formie

Polscy klienci, którzy chętnie kupują wędliny w postaci świeżo krojonych plastrów na stanowisku mięsnym, od niedawna mają do wyboru trzy nowe produkty Bell. Ostatnią nowością jest chuda wędzona połędwica łosiowa, która weszła do sprzedaży pod koniec ubiegłego roku. Przedtem Bell wprowadziła do asortymentu sprzedawanego przy ladzie dwa kolejne tradycyjne specjały w postaci klasycznej szynki gotowanej oraz wywodzącego się z Litwy «kindziuka».

Bell Szwajcaria: cordon bleu na cztery różne sposoby

Kto chciałby się skusić na coś topionego, powinien wypatrywać w szwajcarskiej ofercie nowych cordon bleu od Bell. Ubiegłej jesieni najpierw pojawił się wariant «dzikie grzyby», a na początku roku dołączył do niego wariant «chili». Pod koniec marca marka dołączyła do nich również wariant «feta i oliwki», a w połowie maja linię uzupełni wariant «pomidory i bazyli». Warto szybko się w nie zaopatrzyć: poza wariantem cordon bleu «Appenzeller» ze standardowego asortymentu nowe faszerowane kotlety wieprzowe i drobiowe będą dostępne jako «limitowana edycja» tylko przez krótki czas.



Hilcona: gastronomia dba o kreatywne dania makaronowe

Klienci Hilcona z branży gastronomicznej w kwestii makaronów mogą zaoferować swoim gościom wiele nowych pomysłów. Obejmują one trzy modne innowacje «Ravioli Ginger Lentil», «Ravioli Integrale» oraz «Bio Ravioli Oriental». Wszystkie trzy rodzaje są faszerowane roślinami strączkowymi i wspierają świadome odżywianie. Tym samym mogą poszczycić się nowe pełnoziarniste biomakarony fusilli. Dzięki temu, że są bogate w błonnik pokarmowy, idealnie nadają się na zbilansowany obiad na stołówce szkolnej. Poza tym Hilcona pomyślała również



o gościach, którzy chcą zrezygnować z produktów z mąki pszennej: aby pomimo tego mogli oni rozkoszować się w swojej ulubionej restauracji potrawami z makaronu, w asortymencie dla gastronomii znajduje się teraz makaron rigatoni z mąki kukurydzianej i ciecierz-

cy. Ponadto Hilcona dba o dodatkowe inspiracje w postaci różnorodnych przepisów, które towarzyszą wprowadzeniu nowości.



Eisberg Szwajcaria: mieszanka warzywna do potraw wegetariańskich

Krótszy czas gotowania, a mimo tego ochota na świeże składniki? Nowe mieszanki warzywno «Ratatouille Mix» oraz «Curry Mix» od Eisberg zaspokajają obie potrzeby na raz. Chrupkie warzywa są już pokrojone i gotowe do gotowania, a także podane odpowiednio w kartonowej misce. Idealna baza na przykład do smacznych dań wegetariańskich lub wegańskich.



Eisberg Węgry: arabska wegańska miska sałat

Od marca Eisberg Węgry obwieszcza nadejście wiosny dzięki swojej sałatce atrakcyjnej z Bliskiego Wschodu. Poza kulkami falafel, humusem i olejem sezamowym miska zawiera również wiele chrupiących bomb witaminowych, takich jak sałata lodowa, marchewka i cykorja. Wystarczy otworzyć i od razu rozkoszować się przy stole zdrowym obiadem o arabskim aromacie.



Eisberg Szwajcaria: wiosenne Buddha Bowls

Na początek ciepłej pory roku Eisberg zachęca szwajcarskich klientów trzema nowymi Buddha Bowls do odżywiania się w trochę lżejszy sposób. Warianty «sałatka pastrami», «grillowane warzywa z fetą» oraz «Karma Protein Power» będą dostępne od końca kwietnia w Coop. Idealne na szybki lunch – bez względu na to, czy jesz go w biurze, czy też podczas pracy w domu.



Eisberg Austria: smaki Azji w kraju alpejskim

Na początku lutego Eisberg przyniesie powiew Azji do Austrii dzięki dwóm nowym daniom gotowym do podgrzania. Eksperti ds. żywności convenience razem ze znaną austriacką gwiazdą kuchni Didi Maierem opracowali koreańskie danie «bulgogi» z ryżem i mięsem wołowym oraz pochodzące z Azji «pad thai» z makaronem ryżowym i tofu. Oba warianty można podgrzać w mgnieniu oka w mikrofalówce lub na patelni.

Eisberg i Hügli Austria: udana współpraca z sałatką ziemniaczaną

Czas potrzebny gastronomom na przygotowanie klasycznej sałatki ziemniaczanej może skrócić się już od zaraz. A to dlatego, że Eisberg oferuje teraz sałatkę ziemniaczaną premium według tradycyjnej austriackiej receptury. Jedną z jej dobrych właściwości jest, że jest połączona tylko przy użyciu skrobi ziemniaczanej i radzi sobie bez ryboflawiny jako barwnika. Nowością jest również współpraca z Hügli w obszarze sprzedaży. W ten sposób klienci z branży gastronomicznej mogą teraz zamawiać jednocześnie nie tylko sałatkę ziemniaczaną, lecz także wiele innych produktów Eisberg od spółki siostrzanej.



Hügli: sprytne potrawy w torebce

W obecny styl życia idealnie wpisują się nowe dania typu convenience w praktycznych stojących torbach od Hügli. Sałatki «Bio-Express-Salate» można spożywać bezpośrednio, a potrawy «Bio-Express-Gerichte» oraz «Express-Risotto» podgrzewa się w mgnieniu oka. Trzy kategorie, które Hügli obecnie oferuje w sprzedaży jako produkty marki własnej, mają kilka smacznych wariantów.



Hügli: skoncentrowany smak

Mięsna baza do sosu i bulion jak świeżo po przygotowaniu – czy to do zupy, czy dla aromatu, pięć nowych koncentratów z asortymentu premium od Hügli znajdzie różnorodne zastosowanie w profesjonalnej kuchni. Przykładowo bulion drobiowy oraz bulion wołowy zawierają więcej niż 60 procent bulionu kostnego i gwarantują klientom autentyczne doznania smakowe.



Hügli: nowości dla specjalistycznego handlu produktami «bio»

Na początku roku rodzina potraw «Löffelzeit» od «Eden – My Veggie Paradise» rozrosła się o cztery pyszne nowe warianty dań jednogarnkowych «sozczewica», «ziemniaki», «warzywa» oraz «groch». Jednocześnie Hügli wprowadziła zupy do podgrzewania teraz również w opakowaniach z pojedynczą porcją. Ponadto również «Soki Eden» od najstarszej wegetariańskiej marki na świecie od niedawna mają nowy świeży wygląd.

Hügli: przysmak Lotti's dla fanów szparagów

Dzięki sosowi holenderskiemu marki Hügli «Lotti's Hofküche» sklepy z produktami rolnymi, sklepy mięsne i inni sprzedawcy mogą teraz ponownie udoskonalić swoim klientom sezon szparagowy. Sos, do produkcji którego nie są stosowane ani substancje konserwujące, ani wzmacniacze smaku, ani też barwniki, można podgrzać po prostu w garnku lub mikrofalówce, świetnie nadaje się też do zapiekania.



Cztery klasyczne surowe szynki jako nowa linia w Bell w Szwajcarii

RECEPTA NA TĘSKNOTĘ ZA PODRÓŻOWANIEM

Wszystkich tych, którzy już zbyt długo nie podróżują, Bell Szwajcaria zabiera teraz przynajmniej w krótką podróż kulinarną. Cztery tradycyjne surowe szynki z Niemiec, Francji, Hiszpanii i Włoch nadają się przy tym nie tylko jako pyszny dodatek na kanapki, ale – jak pokazuje LOOK! – również do kreatywnych przepisów. • *mr*

Teraz również w Bell w Szwajcarii: szynki w praktycznym składanym opakowaniu

Nowy kwartet szynki od Bell po raz pierwszy dostępny w sprytnym składanym opakowaniu. Jest lekkie, z możliwością ponownego zamknięcia, a także niezwykle zrównoważone. Dzięki oszczędniejszemu wykorzystaniu materiałów w porównaniu do tradycyjnych opakowań możliwe jest ograniczenie zużycia tworzyw sztucznych o połowę.

Koncepcja ta sprawdza się wśród niemieckich klientów już od 2008 roku. Od tego czasu w obliczu rosnących statystyk sprzedaży, które osiągnęły aktualnie poziom około 60 milionów opakowań rocznie, składane opakowania wykazują ciągłą tendencję wzrostową. Teraz dzięki współpracy pracowników Bell z obu krajów w Szwajcarii otwarty został kolejny rozdział tej historii sukcesu.

Risotto ze szparagów z szynką szwarcwaldzką



Składniki dla 2 osób

- 500 g zielonych szparagów (pokrojone na kawałki o długości ok. 4 cm)
- 1 cebula (pokrojona w kostkę)
- 100 g szynki szwarcwaldzkiej
- 20 g masła
- 200 g ryżu do risotto
- 650 ml bulionu warzywnego
- 1 opakowanie sosu holenderskiego
- 30 g parmezanu (startego)

Przygotowanie: Masło roztopić na patelni, a następnie poddusić w nim cebulę, później ryż na risotto. Dodać około 100 ml bulionu i gotować na średnim ogniu, mieszając. Pozostały bulion dolewać małymi porcjami i ponownie zagotować. Po 10 minutach dodać kawałki szparagów i gotować przez kolejne 10 minut, aż do ugotowania ryżu. Na koniec pokroić szynkę w paski i delikatnie wymieszać. Podgrzać sos holenderski w garnku, dodać parmezan i podać z risotto.

Szynka szwarcwaldzka

Słynny specjal z surowej szynki z południa Niemiec jest ręcznie solony, wędzony na zimno nad drewnem jodłowym ze Schwarzwaldu i doskonale dojrzały. Posiada oznaczenie UE «chronione oznaczenie geograficzne».

Galette z Jambon d’Auvergne, serem kozim i gruszkami

Składniki dla 2 osób

- 1 opakowanie kruchego ciasta
- 1 gruszka (obrana i pokrojona w cienkie paski)
- 100 g Crème fraîche
- 1 ser kozí
- 1 opakowanie Jambon d’Auvergne
- Sól i pieprz

Przygotowanie: Kruche ciasto rozłożyć na blasze wyłożonej papierem do pieczenia. Rozsmarować na nim Crème fraîche i zostawić szeroki pasek przy brzegu. Następnie wyłożyć na ciasto gruszkę i szynkę, na to rozsypaną ser kozí i doprawić solą i pieprzem. Na koniec zawinąć brzeg kruchego ciasta i piec galette w temperaturze ok. 180°C przez 30 minut.

Jambon d’Auvergne

Ten specjal z szynki z Owernii jest suszony powietrzem u stóp wulkanu przez co najmniej osiem miesięcy, co nadaje mu jego typowy aromat.



Wieprzowe medaliony z Prosciutto Crudo i szalwią



Składniki dla 2 osób

- 6 medalionów wieprzowych
- 6 plasterków Prosciutto Crudo
- 1 pęczek szalwii
- 30 g zimnego masła
- 75 ml wytrawnego białego wina
- Sól i pieprz
- Wykałaczki

Przygotowanie: Wieprzowe medaliony przyprawić pieprzem. Plastry szynki złożyć wzdłuż i zawinąć po dwa listki szalwii na medalion. Przymocować przy pomocy wykałaczek. Medaliony smażyć na odrobinie oliwy z oliwek z obu stron przez 4–5 minut każdy. Zdjąć z patelni i utrzymać temperaturę. Pozostałości po smażeniu zalać białym winem i mocno zagotować. Zdjąć patelnię z kuchenki i ostrożnie dodawać masło w kawałkach. Otrzymany sos mięsny również dolać do sosu i doprawić solą i pieprzem. Medaliony podawać z sosem.

Prosciutto Crudo

Długie dojrzewanie przez jedenaście miesięcy, produkcja według tradycyjnej receptury oraz kombinacja soli, powietrza i słońca nadają tej szynce jej lekko słodkawy smak.

Sałátka z szynką Serrano i karmelizowanymi brzoskwiniami



Składniki dla 2 osób

- 1–2 brzoskwinie (umyte i pokrojone na plastry)
- 1 opakowanie szynki Serrano
- 200 g zielonej sałaty (umytej i poszarpanej na drobne kawałki)
- 1 garść pomidorków koktajlowych (przekrojonych na pół)
- 20 g cukru
- 20 g masła
- Odrobina oliwy z oliwek
- Krem balsamiczny
- Sól i pieprz

Przygotowanie: Sałatę położyć pośrodku talerza i dookoła rozłożyć pomidory. Roztopić masło na patelni i skarmelizować w nim cukier aż do osiągnięcia jasnobrązowego koloru. Dodać do tego brzoskwinie i krótko podsmażyć po obu stronach. Następnie rozłożyć brzoskwinie i szynkę Serrano na sałacie i wszystko doprawić solą i pieprzem. Na koniec skropić sałatkę oliwą z oliwek i kremem balsamicznym.

Szynka Serrano

Szynka Serrano suszona powietrzem w obszarze pasma górskiego Sierra w Hiszpanii i dojrzewająca przez co najmniej 16 miesięcy reprezentuje najwyższą klasę jakości «Gran Reserva» i przyciąga swoim pełnym aromatem i typowymi lekko orzechowymi nutami. Posiada oznaczenie UE «gwarantowana tradycyjna specjalność».

Odrobina ziółarstwa

Każdy smak można znaleźć w ziołach

Ma być na słodko, ostro, a może lepiej kwaskowato? Specjalista Gebhard Längle z Hügli przedstawia zioła dla każdego podniebienia. Bazylia, pietruszka czy rozmaryn są bowiem często kropką nad i w daniach.

W ten sposób zioła uwalniają cały swój aromat.

Kto używa do gotowania świeżych ziół powinien zwracać uwagę na dwa aspekty.

1. Odpowiednie rozdrobnienie: do krojenia używaj ostrego noża. W ten sposób zioła zachowują swój aromat. Przy rozgniataniu tracą one olejki eteryczne.

2. Odpowiednia temperatura: wiele ziół nie lubi gorąca. Na przykład nie należy zbyt długo podgrzewać bazylii i czosnku niedźwiedziego. Z kolei tymianek można śmiało od początku wrzucać do garnka. Innych ziół, takich jak koper czy szczypiorek, w ogóle nie powinno się gotować.



Gebhard Längle,
Doradca kulinarny
w Hügli Steinach

Jeśli chodzi o zioła, Gebhard Längle wpada w zachwyt. Wcześniej był szefem kuchni, a obecnie jako Doradca kulinarny w Hügli ma wkład w kształtowanie asortymentu ziół. Razem z Hügli dalej pisze historię ziół, która rozpoczęła się w obszarze Jeziora Bodeńskiego już w IX wieku. Wówczas na wyspie Reichenau w przyklasztornym ogrodzie kwitły szałwia, koper, trybula, kmin, kolendra i wiele innych ziół. Wyspa leży w linii prostej pomiędzy zakładami Hügli w Steinach (SG) i Radolfzell (DE), gdzie zioła są pakowane. Dla LOOK! Gebhard Längle dzieli się swoimi poradami i sztuczkami na temat sześciu ulubionych ziół. • **rs**



Dla branży gastronomicznej Hügli ma w ofercie prawdziwy «ziołowy ogród».

Pietruszka

Pietruszka ma w sobie wszystko. Jest aromatyczna, lekko ostra i ogólnie podkręca smak. Pasuje do ziemniaków, potraw duszonych i jednogarnkowych. Pietruszka jest w Niemczech ziołem kuchennym numer 1, ale nie można sobie bez niej wyobrazić również kuchni śródziemnomorskiej. Kto chce przyciągać spojrzenia, ten robi olej z pietruszki. W tym celu pietruszkę należy usmażyć w tłuszczu, dodać do oliwy z oliwek z pierwszego tłoczenia (lub wysokiej jakości oleju rzepakowego) i delikatnie wymieszać. W ten sposób otrzymuje się olej o nasyconym zielonym kolorze, którym można przybrać na przykład wiosenną sałatkę. Świetnie nadaje się również do sosów sałatkowych.



Rozmaryn

Rozmaryn ma lekko gorzki, żywiczny i dominujący smak. Pasuje do mięsa (w szczególności jagnięciny), ryb, sałatek, zup i grzybów. Z rozmarynu można przyrządzić smaczne masło ziołowe. W tym celu należy drobno posiekać rozmaryn i dusić razem z cebulą. Następnie utrzeć masło (na przykład ubić trzepaczką) i wszystko wymieszać. Na rozmarynowym maśle można przypiec mięso i grzyby – można również klasycznie podać do nich masło.



Tymianek

Mały, ale jary. Drobne eliptyczne listki tymianku są niezwykle aromatyczne, lekko ostre i troszeczkę gorzkie. Tymianek idealnie pasuje do czosnku, oliwek, śródziemnomorskich warzyw, obfitych potraw duszonych i roślin strączkowych. Smak tymianku nie jest dominujący, raczej dopełniający. Ukrytym skarbem jest tymianek cytrynowy, który posiada żółtawe liście i cytrusowy posmak. Ponadto jest on delikatniejszy niż jego tradycyjna odmiana. Ze względu na to, że tymianek jest dość twardy, należy go drobno siekać.



Szczaw

Szczaw jest cierpki i orzeźwiający w smaku. Nadaje się do ostrej sałatki z jadalnych dzikich ziół albo może zostać użyty w zupie. Szczaw jest uwielbiany w kuchni francuskiej. Dzięki swojemu cierpkiemu smakowi stanowi on dobrą alternatywę dla cytryny lub octu, na przykład w sosie sałatkowym.

Czosnek niedźwiedzi

Kiedy rośnie, wraca wiosną. Czosnek niedźwiedzi ma ostry smak podobny do czosnku. Dodając olej, orzeszki piniowe i parmezan, można przygotować pesto z czosnku niedźwiedziego. Uwielbiana jest również zupa z czosnku niedźwiedziego. Ponadto czosnek niedźwiedzi świetnie nadaje się do zacierki czy omlętów. Wystarczy przygotować purée z czosnku niedźwiedziego i oleju, a potem dodać do ciasta. Poza tym: jeśli czosnek jest dla kogoś zbyt intensywny, może spróbować czosnku niedźwiedziego, ponieważ to zioło ma odrobinę delikatniejszy smak.



Bazylia

Ten klasyk kuchni włoskiej ma lekko ostry, świeży i słodko-pikantny smak. Jego azjatycki krewny, bazylia tajska, jest trochę ostrzejsza. Sałatka Caprese czy bruschetta, sos pomidorowy czy pesto: do nich bazylia pasuje właściwie zawsze. Jednak bazylia pasuje również wyśmienicie do ryb oraz jasnego mięsa. Tworzy harmonię również ze słodkimi smakami. Spróbuj na przykład truskawek z bazylią i czarnym pieprzem.



Makaron Hilcona «Produktem roku 2021»

Wyróżniony oryginał

Autentyczny wygląd, delikatny makaron oraz kremowe i aromatyczne nadzienie – ta wyborna mieszanka przyniosła «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» od Hilcona odznaczenie «Produkt roku 2021». W ramach branżowego odznaczenia, które wiodące czasopismo specjalistyczne «Lebensmittel Praxis» przyznaje co roku, specjał ten został zwycięzcą wśród makaronów w kategorii «Chilled Food».

Według ankiety przeprowadzonej wśród konsumentów przez «Lebensmittel Praxis» pierożki ravioli z pysznym nadzieniem ze szpinaku i sera ricotta z mleka bawolego są szczególnie przekonujące, jeśli chodzi o jakość i wiarygodność. Do tego dokładnie trafiają w upodobania smakowe konsumentów uczestniczących w ankiecie.

«Przyjmujemy to wyróżnienie z ogromną radością», powiedział Markus Amann, kierownik ds. komunikacji firmowej Hilcona. «Szczególnie dumni jesteśmy z tego, że nasze «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» osiągnęły ponadprzeciętne wyniki testu we wszystkich obszarach uwzględnionych w ankiecie i zostały najlepiej ocenionym produktem z makaronu.»

«Lebensmittel Praxis» należy do najważniejszych czasopism branżowych w Niemczech. Poprzez nagrodę «Produkt roku» od ponad 20 lat bada opinię konsumentów na temat produktów z ponad 40 grup towarów. Zdobywcami nagród są również regularnie produkty z Bell Food Group, przyciągające wzrok niemieckich klientów charakterystyczną etykietą na opakowaniu.

Jednakże makaronowy specjał od Hilcona zasługuje na uwagę nie tylko ze względu na renomowane wyróżnienie.

Cała seria, która wcześniej nosiła nazwę «Pasta Tradizionale», w ramach odnowienia wizerunku marki w 2021 roku pod hasłem «Oryginalne receptury z obietnicą czegoś lepszego» otrzymała nową nazwę i nowy wygląd.

Teraz asortyment przemianowany na «Hilcona Originale» odzwierciedla jeszcze lepiej niż kiedykolwiek znaczenie frazy «jak ręcznie robione», a tym samym obietnicę jakości firmy z Liechtensteinu. Do tego nie mniej przyczynia się zmieniony wygląd opakowania, który obecnie przed-

stawia między innymi wyraźniejsze logo marki, rysunki świeżych składników oraz wygląd papieru pakowego.

Poza «Ravioli Ricotta di Bufala e Spinaci» do cieszącej się popularnością gamy produktów należą również «Ravioli Carne al Vino Rosso», «Tortelli Pesto Basilico» oraz «Tortelloni Prosciutto Crudo e 4 Formaggi». Gama tych produktów przekonała do siebie uczestników ankiety «Produkt roku» nie tylko ostatnimi czasy. Zdaniem instytutu badań rynkowych AC Nielsen przy sprzedaży związanej wśród klientów tej kategorii na poziomie 27 procent oraz nowych kupujących na poziomie 6,5 procent może ona odnotować równieznaczący wzrost obrotów. • mr

Ravioli przekonują szczególnie swoją jakością i wiarygodnością.

