

# LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

03 2021



**Leading in Food**

**BELL  
FOOD  
GROUP**





## Rezumat

### Din companie

- 4 Performanțe înalte obținute împreună**  
Bell și Hilcona își apără rezultatele de top din cadrul studiului «Best Recruiters»
- 7 Deveniți acționar al Bell Food Group**  
Acțiuni atribuite angajaților
- Monca la Bell Food Group
- 8 Ne mândrim cu ei**  
Ucenicii Bell Food Group
- Articol de prima pagină
- 12 Leading in Food**  
Exelența Bell Food Group

### Oamenii fac diferența

- 18 Singura constantă este schimbarea**  
Angajații Bell Food Group dezbat tema «Schimbărilor»
- Lumea noastră culinară
- 20 Răcoritor varietate**  
De la caltaboș la orez cu lapte
- 24 Experiențe gustative delicioase obținute prin gătire la flacără joasă**  
Gătire sous-vide în vid
- 26 Așa arată un câștigător**  
Final grandios în cadrul Bell Burger Challenge 2021

### Aniversări

- 28 Aniversări**  
LOOK! celebrează aniversările din perioada septembrie – noiembrie 2021

### Competiție

- 31 Câștigați un coș cadou de la Bell Food Group**  
Imagine de căutare
- Durabilitate și inovație
- 32 «Fiecare angajat trebuie să simtă că este parte a echipei de sustenabilitate»**  
Un interviu cu Christoph Schatzmann și Marco Märsmann

### Asta da calitate!

- 36 Numărul de retururi este redus cu mai mult de jumătate**  
Îmbunătățiti calitatea cu TopX

LOOK! Vă puteți abona și online și puteți citi și descărca revista la adresa [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com)

**Caseta tehnică** Revista pentru angajații companiei Bell Food Group, 4 ediții anuale, nr. 3/2021, octombrie 2021, numărul 27.  
Editor: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Elveția. Adresa: Bell Schweiz AG, echipa redacțională LOOK!, căsuța poștală 2356, 4002 Basel, Elveția.  
Tel. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com). Echipa redacțională: Sara Heiniger (sh), coordonare, Fabian Vetsch (fv).  
Asistență redacțională: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Design: obllgrafik, Olten, Elveția. Prelucrarea imaginilor: Proacteam AG, Allschwil, Elveția.  
Tipar: Werner Druck & Medien AG, Basel, Elveția. Tipărit pe hârtie FSC.

## Noi modelăm viitorul

### Dragi angajați,

În urmă cu patru ani am avut plăcerea de a vă prezenta aici compania Bell Food Group. Redenumirea fostului grup Bell în Bell Food Group marchează un pas important în dezvoltarea companiei noastre.

Cu noul nume al grupului am creat nu numai un brand umbrelă care reunește toate companiile din grup într-o unitate puternică, ci și o nouă identitate în care toate unitățile de afaceri și diviziile se pot regăsi în mod egal. Am definit astfel cursul pentru viitorul companiei noastre.

După ce primele evoluții din 2017 au fost în principal de natură vizuală, pe lângă ajustarea structurii organizaționale în numeroase puncte – avem în vedere o nouă dezvoltare a logo-ului corporativ sau la elaborare unui nou concept pentru site-ul nostru corporativ – între timp am umplut în mod vizibil Grupul Bell Food cu tot mai multă viață și am impulsivat armonizarea dintre companiile individuale. Această evoluție mă face extrem de mândru.

De-a lungul timpului, Bell Food Group a devenit o mare familie. Fie că este vorba de «rude apropiate» sau «rude îndepărtate», în cele din urmă, ceea ce ne unește

### O mare familie a luat naștere din Bell Food Group.

este istoria comună și valorile pe care le trăim în fiecare zi, indiferent cât de diferiți ar fi membrii individuali ai familiei. În cazul Bell Food Group, aceste elemente sunt reprezentate de atracția față de savoare, disponibilitatea de asumare a răspunderii și energia de a aborda lucrurile și de a modela viitorul.

La fel ca în orice familie bună, ne confruntăm din când în când și cu provocări, pe care le putem depăși doar dacă fiecare membru își aduce contribuția. Pandemia de Coronavirus este cea mai bună dovadă în acest sens.

Pentru această contribuție personală, la bine și la rău, aș dori să vă mulțumesc, dragi colegi. Fără deschiderea, angajamentul și disponibilitatea dumneavoastră de a vă ajuta reciproc, Bell Food Group nu ar fi ajuns unde este astăzi într-un timp atât de scurt.

Cu bucurie, competență și simț al responsabilității, dorim să devenim una dintre cele mai bune companii din sectorul alimentar din Europa. Din acest motiv, vă încurajez în continuare să dați dovadă de spirit de inițiativă, să contribuiți cu idei și să vă asumați răspunderea. Pentru că numai cu punctele dumneavoastră forte individuale și cu valorile trăite în comun reușim să dăm tot ce avem mai bun pentru clienții noștri și să fabricăm produse de cea mai înaltă calitate.

Sunt convins: Împreună ne vom atinge obiectivele și vom face ca Bell Food Group să fie și mai tangibil, atât pe plan intern, cât și extern.

Lorenz Wyss  
Președintele Consiliului de administrație al Grupului



Bell și Hilcona își apără rezultatele de top din cadrul studiului «Best Recruiters»

## Performanțe înalte obținute împreună

În cadrul studiului «Best Recruiters», Bell Elveția și Hilcona au obținut locurile unu și doi în categoria industriei alimentare, la fel ca anul trecut. Cu o singură diferență: Bell a reușit anul acesta să depășească câștigătorul de anul trecut, Hilcona. În cadrul interviului, responsabilele de proiect HR Catherine Baumann și Andrea Hefti ne spun ce înseamnă această distincție pentru ele și ce este necesar pentru a rămâne pe primele locuri.

Succes dublu pentru Bell Food Group în cadrul studiului «Best Recruiters» 2020/21. La fel ca anul trecut, Bell Elveția și Hilcona au obținut primele două locuri în categoria industriei alimentare din cadrul unui studiu comparativ la nivel național. După ce a obținut locul doi anul trecut, în ediția actuală Bell a reușit să ajungă pentru prima dată pe prima poziție. Hilcona a obținut locul doi. În raport cu cele 403 companii din Elveția și

Liechtenstein care au luat parte la studiu, Bell se află pe poziția 16, Hilcona se află pe poziția 46.

După cum se știe, este dificil să ajungi pe primele poziții. Însă este cu atât mai dificil să aperi aceste poziții și să continui să le ocupi, așa cum a făcut Hilcona timp de ani întregi. Încă de la prima participare la studiul «Best Recruiters» în 2016, compania a ocupat întotdeauna prima sau a doua poziție în categoria industriei alimentare. Până acum trei ani, Bell se afla în partea inferioară a clasamentului, însă, în urma unei ascensiuni rapide, a ajuns într-un timp surprinzător de scurt pe prima poziție.

Aceasta nu este o coincidență. Atât Bell, cât și Hilcona au analizat cu atenție rezultatele studiului și și-au îmbunătățit continuu procesele de recrutare a personalului. În cadrul strategiei HR a Bell Food Group au fost stabilite standarde înalte de recrutare, care se reflectă în succesul obținut.

În calitate de responsabile de proiect pentru studiul «Best Recruiters» în cadrul Bell și Hilcona, Catherine Baumann și Andrea Hefti au contribuit semnificativ alături de echipele lor la obținerea acestui succes deosebit. În cadrul interviului, ambii profesioniști în domeniul recrutării personalului vorbesc despre îmbunătățirea procesului de recrutare în companiile lor și ce semnificație a avut rezultatul obținut la nivel interior și exterior.



Andrea Hefti (stânga) și Catherine Baumann sunt responsabilele de proiect pentru studiul «Best Recruiters» în cadrul Bell și Hilcona.

**În primul rând, felicitări pentru o nouă victorie dublă. Care a fost factorul decisiv care a permis repetarea victoriei duble de anul trecut de către Hilcona și Bell?** Andrea Hefti: Noi ne-am concentrat pe menținerea unei calități înalte a serviciilor. Am reușit să progresăm mulțumită feedback-ului. De asemenea, în 2019 am început o transformare intensivă și ne-am folosit de sinergiile din cadrul Bell Food Group. O îmbunătățire semnificativă a fost obținută cu ajutorul noului sistem HR «Candidat 3».

Catherine Baumann: Și noi am făcut avansuri semnificative în ceea ce privește viteza și calitatea feedback-ului către candidați. Candidații se așteaptă la acest lucru în ziua de astăzi, ceea ce reprezintă pentru noi o mare provocare, pentru că nu avem aceleași resurse la dispoziție ca alte companii mult mai mari. Un alt factor cheie pentru ocuparea unei poziții bune a fost reprezentat, cu siguranță, de pagina pentru cariere. În urma feedback-ului obținut în anii trecuți din partea Best Recruiters am realizat diverse modificări și am putut să obținem multe puncte în această categorie.

**Ce a schimbat în mod concret pagina pentru cariere?** CB: Am structurat informațiile în mod specific grupurilor țintă și am îmbunătățit uzabilitatea, făcând astfel navigarea mai simplă

și mai rapidă. Acest lucru a ușurat în mod semnificativ procesul de angajare. De asemenea, am integrat formularul pentru candidați direct în anunțurile pentru locuri de muncă, am îmbunătățit procesul de integrare cu rubrica «Primii pași în cadrul companiei noastre» și am adăugat link-uri rapide, pentru a permite candidaților să acceseze rapid informații detaliate privind companiile.

**Care este situația în cazul vostru, Andrea?** AH: Pagina noastră pentru cariere nu poate fi mutată încă, din diferite motive, ceea ce a afectat evaluarea noastră. Avem o pagină de internet bună, la fel ca înainte, însă nu este la fel de detaliată ca cea de pe pagina web comună a Bell Food Group. Am identificat însă acest dezavantaj și dorim să începem modificarea acesteia cât mai curând posibil.

**«Ne bucurăm de faptul că ocupăm o poziție superioară de ani întregi.»**

**Care este părerea dumneavoastră personală cu privire la rezultatul bun obținut?** AH: Ne bucurăm de faptul că ocupăm o poziție superioară de ani întregi, atât în Liechtenstein, unde există foarte multe companii de calitate într-un spațiu mic, cât și în Elveția, în categoria industriei alimentare. Sunt puțin mândră de faptul că am reușit în mod constant să depășim



companii cu bugete mult mai mari și cu mai mulți angajați.

CB: În scurt timp am avansat foarte mult, un lucru cu adevărat extraordinar, însă care implică provocări mari și foarte multă muncă. Însă acest ultim pas înainte este dificil, pentru că implică multe detalii.

**În ciuda poziției bune obținute, există în continuare potențial de îmbunătățire?** AH: În domeniul rețelelor de socializare nu suntem încă la nivelul celor mai bune companii. Și după cum am menționat, dezvoltarea paginii web este unul dintre scopurile noastre. De asemenea, dezvoltăm gestionarea relațiilor cu persoanele talentate, prin urmare dialogul cu persoanele talentate de la nivel intern și extern, respectiv cu potențialele talente. Dorim să rămâne în contact cu foștii angajați și ucenici sau cu candidații buni care nu pot fi luați în considerare pentru o altă poziție. Timpul până la ocuparea unei poziții libere este scurtat în mod semnificativ și economisim multe resurse valoroase.

CB: Cu siguranță, dorim să ne păstrăm poziția superioară, însă implementarea măsurilor suplimentare necesită resurse. Gestionarea relațiilor cu persoanele talentate este un subiect de interes și pentru noi. Pentru noi este foarte important ca pagina noastră web să rămână într-o stare bună și să ofere informații interesante și de actualitate pentru subiectele relevante. Dorim, de asemenea, să oferim mai multe conținut video. Lucrăm deja cu testimoniale video, însă dorim să extindem gama de conținut video în următorii ani. De asemenea, este important să ne extindem prezența în domeniul rețelelor sociale.

**Ce părere aveți despre semnificația studiului «Best Recruiters»?** CB: În general, am o părere foarte bună despre studiu. Recrutarea este una dintre competențele noastre de bază și este un instrument esențial pentru marketing-ul angajatorului. Rezultatele studiului ne arată că trebuie să rămânem concentrați și nu ne putem complăce cu rezultatele obținute până



#### Studiul «Best Recruiters»

Studiul «Best Recruiters» analizează calitatea procesului de recrutare a personalului pentru companiile din întregul spațiu DACH și a devenit în cei opt ani trecuți de la prima ediție cel mai mare și mai important clasament din acest domeniu. În Elveția și Liechtenstein, pentru ediția din 2020/21, au fost testate primele 403 companii ca cifră de afaceri și număr de angajați.

acum. Un mic punct negativ este reprezentat de concentrarea exclusivă pe spațiul vorbitor de limbă germană, fapt care face ca studiul să aibă o semnificație extrem de mică pentru spațiul vorbitor de limbă franceză

AH: Consider că este o reprezentare bună și relevantă a situației din regiunea DACH. Studiul este un instrument bun pentru compararea cu companiile concurente și poate fi folosit asemeni unei verificări de management al calității de către noi, la nivel intern. Desigur, studiul este concentrat în principal pe recrutarea online; târgurile și alte instrumente de recrutare nu sunt luate în considerare.

**Rezultatele pozitive obținute în ultimii ani au avut efecte semnificative asupra căutării de noi talente?** CB: Best Recruiters este relativ cunoscut și rezultatele bune au avut, cu siguranță, un efect pozitiv asupra potențialilor angajați, care au folosit pagina web pentru a se informa cu privire la companiile noastre.

AH: Studiul «Best Recruiters» este cel mai mare studiu de recrutare a personalului din spațiul vorbitor de limbă germană. Prin urmare, consider că rezultatul a avut un efect pozitiv. Din acest motiv, comunicăm acest rezultat pozitiv și persoanelor din afara companiei. Însă nu trebuie să uităm că, atunci când vine vorba de căutarea de noi talente, calitatea procesului de recrutare a personalului nu este singurul factor important. • fv

20%  
reducere

Perioada de  
cumpărare  
1 până la 30  
noiembrie

1 până la 100  
acțiuni

Cumpărare de acțiuni și  
Informații suplimentare

myshares.bellfoodgroup.com

Acțiuni atribuite angajaților

## Deveniți acționar al Bell Food Group

Între 1 și 30 noiembrie 2021 puteți achiziționa acțiuni ale Bell Food Group AG în condiții avantajoase. Accesați Portalul de acțiuni la adresa [www.myshares.bellfoodgroup.com](http://www.myshares.bellfoodgroup.com).

Și anul acesta, între 1 și 30 noiembrie, puteți achiziționa acțiuni Bell Food Group AG la un preț avantajos (acțiuni atribuite angajaților), participând astfel în mod direct la activitatea societății.

Angajații Bell Food Group pot cumpăra maxim o sută de acțiuni atribuite angajaților în termenul limită de subscriere. Acțiunile atribuite angajaților vor fi emise cu o reducere de 20 de procente și cu termen limitat, de patru ani.

#### La adresa [www.myshares.bellfoodgroup.com](http://www.myshares.bellfoodgroup.com) vă oferim:

- acces la Portalul de acțiuni al Bell Food Group, de unde puteți achiziționa acțiuni;
- informații complete cu privire la planul de achiziționare a acțiunilor de către salariați desfășurat în acest an;
- de la 1 noiembrie, prețul de cumpărare per acțiune atribuită angajaților.

Pentru subscrierea acțiunilor atribuite angajaților se aplică Regulamentul de achiziționare a acțiunilor de către salariați. • fv



Pentru mai multe informații  
luați legătura cu:

Etienne Petitjean  
Biroul de acțiuni Bell Food Group  
+41 58 326 2020  
[share.registry@bellfoodgroup.com](mailto:share.registry@bellfoodgroup.com)



**Cedric Bechler**

Comerciant EFZ  
Bell, Basel (CH)



**Cyrill Graf**

Inginer EFZ  
Bell, Basel (CH)



**Yasin Can Ipek**

Specialist în industria cărnii EFZ  
Bell, Basel (CH)



**Sascha Reiniger**

(ambii)  
Informatician în domeniul  
dezvoltării de aplicații EFZ  
Bell, Basel (CH)

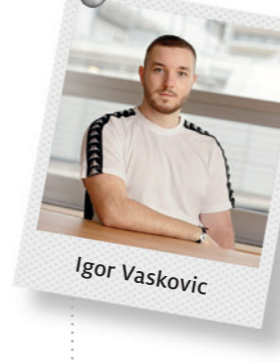


**Lars Schaller**



**Jascha Schwyzer**

Specialist în industria cărnii EFZ  
Bell, Basel (CH)



**Igor Vaskovic**

Asistent de birou EBA  
Bell, Basel (CH)



**Kevin Zbinden**

Asistent specialist  
în industria cărnii EBA  
Bell, Basel (CH)



**Lennard Wichmann**

Specialist în electronică  
pentru tehnica de exploatare  
Bell, Harkebrügge (DE)

Felicităm acești 37 de noi tineri angajați pentru încheierea cu succes a formării profesionale.



**Abdulsalam Mohamed**

Asistent specialist în  
industria cărnii EBA  
Bell, Oensingen (CH)



**Amanuel Mulubrhan**

Asistent specialist în  
industria cărnii EBA  
Bell, Oensingen (CH)



**Alen Kozarac**

Mecanic în domeniul  
producției EFZ  
Bell, Zell (CH)



**Visar Bajrami**

Comerciant EFZ  
Eisberg, Dällikon (CH)



**Ivan Kolev**

Specialist în logistică EFZ  
Hilcona, Landquart (CH)



**Dilara Ludwig**

Tehnician în industria  
alimentară EFZ  
Hilcona, Landquart (CH)



**Michael Raduc**

Tehnician în industria  
alimentară EFZ  
Hilcona, Landquart (CH)



**Noah De Marco**

Comerciant EFZ  
Hilcona, Schaan (LI)



**Laurin Ehrenzeller**

Comerciant EFZ  
Hilcona, Schaan (LI)

Ucenicii Bell Food Group

# NE MÂNDRIM CU EI

Acești tineri au motive să fie mândri de ei înșiși! În luna august, 61 de ucenici au început formarea profesională în cadrul Bell Food Group. Astfel, au făcut primii pași în lumea profesională și au preluat ștafeta de la 37 de noi angajați tineri care și-au încheiat cu brio ucenia sau studiile în vară. Mulți dintre absolvenți au decis să rămână în continuare în cadrul Bell Food Group. LOOK! prezintă 98 de tineri și îi felicită din adâncul inimii.

Le urmărim bun venit acestor 61 de ucenici noi în cadrul Bell Food Group.

Bell, Basel (CH)

**Sarah Marie Aregger** specialist în automată EFZ

**Fabian Bee** dublă specializare informatica  
de gestiune / știința datelor

**Yusuf Yaren Daskin** mecanic în domeniul producției EFZ

**Eliana Fernandez Duran** asistent specialist în industria cărnii EBA

**José González** informatician în domeniul dezvoltării de aplicații EFZ

**Lilian Keil** dublă specializare știința economiei

întreprinderilor / gestionarea personalului

**Toprak Kizilyatak** tehnician în industria alimentară EFZ

**Fabiano Meili** informatician în domeniul dezvoltării platformelor EFZ

**Butrint Nazifi** comerciant EFZ

**Igor Vaskovic** comerciant EFZ

**Denis Yavuz** Fachmann specialist în întreținerea clădirilor

și a spațiilor adiacente din cadrul întreprinderii EFZ

**Kevin Zbinden** specialist în industria cărnii EFZ

Bell, Oensingen (CH)

**Dawit Bereket** specialist în logistică EBA

**Benoit Brüderli** practicant în industria alimentară EBA

**Aron Debesay** asistent specialist în industria cărnii EBA

**Arthur Friedrich** specialist în industria cărnii EFZ

**Selim Gjocaj** specialist în logistică EFZ

**Muhamad Muhamad** mecanic în domeniul producției EFZ

**Amanuel Mulubrhan** mecanic în domeniul producției EFZ

**Alen Mumdzic** specialist în industria cărnii EFZ

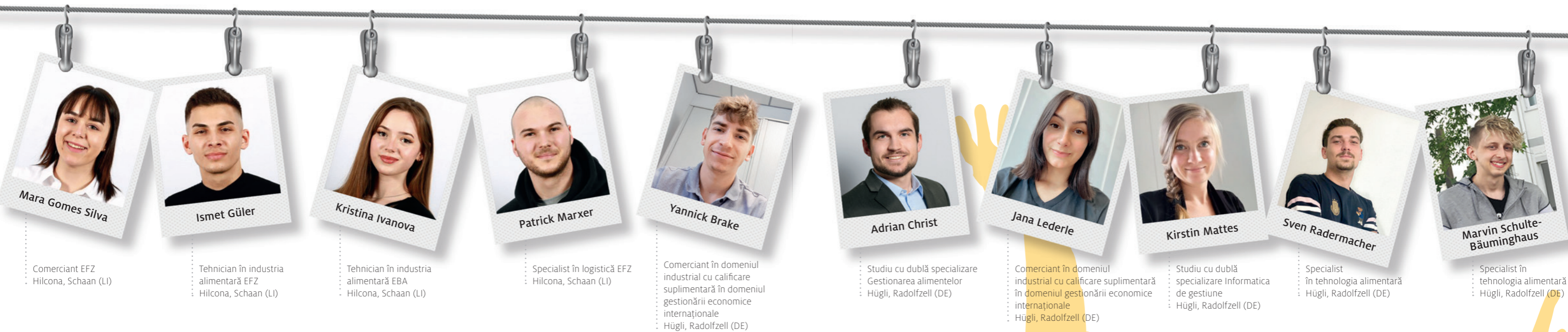
**Sara Nassar** tehnician în industria alimentară EFZ

**Dominic Rettenmund** tehnician în industria alimentară EFZ

**Hadish Teumzgi** asistent specialist în industria cărnii EBA

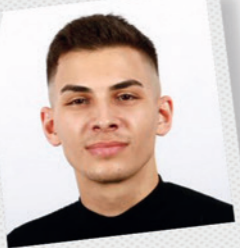
**Firouz Yousefi** asistent specialist în industria cărnii EBA





**Mara Gomes Silva**

Comerciant EFZ  
Hilcona, Schaan (LI)



**Ismet Güler**

Tehnician în industria alimentară EFZ  
Hilcona, Schaan (LI)



**Kristina Ivanova**

Tehnician în industria alimentară EBA  
Hilcona, Schaan (LI)



**Patrick Marxer**

Specialist în logistică EFZ  
Hilcona, Schaan (LI)



**Yannick Brake**

Comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Adrian Christ**

Studiu cu dublă specializare  
Gestionarea alimentelor  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Jana Lederle**

Comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Kirstin Mattes**

Studiu cu dublă specializare  
Informatica de gestiune  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Sven Radermacher**

Specialist în tehnologia alimentară  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Marvin Schulte-Bäuminghaus**

Specialist în tehnologia alimentară  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Lisa Stark**

Comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Mareike Stump**

Studiu cu dublă specializare  
Gestionarea alimentelor  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Theresa Zirell**

Specialist în domeniul tehnologiei alimentare  
Hügli, Radolfzell (DE)



**Asmitha Canagathas**

Practicant în industria alimentară EBA  
Hügli, St. Gallen (CH)



**Leon Aliev**

Comerciant EFZ  
Hügli, Steinach (CH)



**Sascha Burren**

Specialist în logistică EFZ  
Hügli, Steinach (CH)



**Alketa Sadiki**

Comerciant EFZ  
Hügli, Steinach (CH)



**Michael Schär**

Tehnician în industria alimentară EFZ  
Hügli, Steinach (CH)



**Marc Sutter**

Practicant în industria alimentară EBA  
Hügli, Steinach (CH)

Bell, Edewecht (DE)  
**Vanessa Bley** specialist în domeniul tehnologiei alimentare

Bell, Harkebrügge (DE)  
**Brúnó Obornyák** specialist în electronică pentru tehnica de exploatare  
**Tobias Straub** operator de utilaje și sisteme, specializat în tehnologia alimentară

Bell, Seevetal (DE)  
**Cinja-Nadina Janssen** dublă specializare (știința economiei întreprinderilor) / comerciant în domeniul industrial  
**Maximilian Pietrass** dublă specializare (știința economiei întreprinderilor) / comerciant în domeniul industrial

Bell, Zell (CH)  
**Alessio Arieta** bucătar EFZ  
**Anne-Alena Junker** tehnician în industria alimentară EFZ  
**Damian Vesic** operator de sisteme EFZ

Eisberg, Dällikon (CH)  
**Diego Bruno** tehnician în industria alimentară EFZ  
**Sara Tomic** comerciant EFZ

Hilcona, Landquart (CH)  
**Daniel Andemeskel** tehnologie alimentară EBA  
**Agon Bajrami** specialist în logistică EFZ  
**Justin Gottleuber** tehnician în industria alimentară EBA

Hilcona, Schaan (LI)  
**Aleyna Atmaca** tehnician în industria alimentară EBA  
**Eduardo Cardoso** specialist în logistică EFZ  
**Jan Hagmann** tehnician în industria alimentară EFZ  
**Jennifer Külling** comerciant EFZ  
**Gian Kunz** comerciant EFZ  
**Fabiana Matias Pinto** comerciant EFZ  
**Florin Nold** inginer în domeniul automatizării EFZ  
**Juan Riveiro** operator de sisteme EFZ  
**Jonas Schwarz** tehnician în industria alimentară EFZ  
**Denys Tarasenko** operator de sisteme EFZ

Hügli, Radolfzell (DE)  
**Dennis Foos**, specialist în domeniul logisticii depozitării  
**Alexander Götting** tehnician mecatronist  
**Nina Heidemann** studiu cu dublă specializare știința economiei întreprinderilor/industrie  
**Julia Kirn** comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Judith Künz** comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Leo Meindl** tehnician mecatronist  
**Camelia Paraschiva** studiu cu dublă specializare știința economiei întreprinderilor/industrie  
**Sinah Sprissler** comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale  
**Vanessa Wildschütz** comerciant în domeniul industrial cu calificare suplimentară în domeniul gestionării economice internaționale

Hügli, St. Gallen (CH)  
**Bleron Hebibi** specialist în logistică EFZ  
**Alex Miranda Machado** practicant în industria alimentară EBA

Hügli, Steinach (CH)  
**Fabrice Betschart** comerciant EFZ  
**Jetmir Muratoski** specialist în logistică EFZ  
**Meltem Önel** comerciant EFZ  
**Ruben Barros Pereira** practicant în industria alimentară EBA  
**Silvan Schawald** tehnician în industria alimentară EFZ  
**Florian Thomi** specialist în logistică EFZ





Excelența Bell Food Group

# Leading in Food

*Scurt și la obiect: «Leading in Food» rezumă valorile aflate la baza Bell Food Group. Însă ce se află în spatele acestei expresii? În acest interviu, Davide Elia și Endrik Dallmann abordează mai detaliat semnificația acestor aspecte pentru Bell Food Group în calitate de marcă de întreprindere și angajator. • sh*

**BELL  
FOOD  
GROUP**



#### Următoarea etapă logică

Bell Food Group a fost înființat oficial la data de 11 martie 2017. Redenumirea grupului Bell de la acea vreme în Bell Food Group a reprezentat o recunoaștere a evoluției întreprinderii – de la un producător tradițional din Elveția de produse din carne la unul dintre principalii specialiști în domeniul produselor din carne și de tip convenience la nivel european. O consecință logică a strategiei de dezvoltare din anii precedenți și o etapă importantă pentru crearea unei identități comune în cadrul grupului.

Prin modificarea denumirii juridice, grupul a dobândit, oficial, un nou nume, devenind, pentru prima oară, un cadru în care se pot regăsi în egală măsură toate sectoarele de activitate și diviziile Bell Food Group.

#### Interconectare puternică

De la momentul respectiv, Bell Food Group a continuat să se dezvolte – devenind pas cu pas o structură mai unită. Acest aspect este demonstrat nu doar de inițiativele de la nivelul grupului, precum TopX, sau de proiectele precum EPIC; această dezvoltare este vizibilă, în

special, și în ajustările structurale. Reprezentanța Eisberg din Marchtrenk (AT), de exemplu, nu produce doar pentru marca Eisberg, ci și pentru Bell, Hilcona și Hügli. Departamentele esențiale, precum cele de HR și IT, s-au organizat la nivelul grupului și construiesc structuri responsabile pentru diverse țări și unități operaționale. Și în cadrul interacțiunii zilnice, discuțiile precum «Spune-mi, voi cum faceți asta?» nu mai reprezintă o raritate.

Dacă ne consolidăm eforturile, învățăm unii de la alții și ne ajutăm reciproc, suntem mai puternici. Acest aspect nu mai este valabil

**Un cadru în care se pot regăsi toți.**



doar în cadrul întreprinderilor individuale, ci și, tot mai frecvent, pentru grup în ansamblul său.

#### Distribuire clară a rolurilor

Această interconectare se va dezvolta și în viitor. În acest scop, este necesară, pe de o parte, o înțelegere comună a obiectivului pe care dorim să îl atingem și a destinației acestei călătorii. La fel de importantă este însă și o distribuie clară a rolurilor în cadrul grupului. În cadrul unei revizuirii a strategiei Bell Food Group, aceste întrebări au fost din nou aprofundate.

Pe lângă optimizarea portofoliului de piață existent al Bell Food Group, în cadrul acestei revizuirii, s-a pus accentul pe două aspecte: pe de o parte, consolidarea poziționării și, astfel, a identității mărcii-umbrelă Bell Food Group, așa-numita Corporate Brand, precum și completarea viziunii «Împreună pentru atingerea celor mai înalte performanțe» cu o expresie concretă a nucleului mărcii, iar pe de altă parte, dezvoltarea unei mărci de angajator, așa-numita Employer Brand, pe baza strategiei HR a Bell Food Group.



**NUCLEUL MĂRCII**  
Leading in Food

Prin entuziasm, competență și simțul responsabilității, dorim să devenim una dintre cele mai bune companii din sectorul alimentar din Europa. Un obiectiv mare, căruia ne dedicăm cu toții zi de zi. Iar pentru aceasta, ne orientăm după valori și principii comune.

**MISIUNILE NOASTRE**

Valorile companiei noastre



**Punem preț pe  
savoare**

Calitate superioară începând din 1869
Impresionarea clienților
Partener de încredere



**Contribuim la construirea  
viitorului**

Abordarea provocărilor
Îmbunătățire permanentă
Contribuție activă la construirea viitorului



**Punem preț pe  
responsabilitate**

Gândim și acționăm sustenabil
Încercăm să devenim mai buni în fiecare zi
Oferim un bun exemplu de urmat

Descoperiți mai multe informații despre viziunea, perspectivele și misiunile Bell Food Group:  
[bellfoodgroup.com/leading](http://bellfoodgroup.com/leading)

## «Asemănările au putut fi identificate cu ușurință, întrucât existau deja foarte mulți factori comuni.»

*Bell Food Group a fost înființat și prezentat angajaților în 2017. Care sunt schimbările față de acea perioadă?* În anul 2017 am creat, prin Bell Food Group, o marcă-umbrelă, pentru a oferi diverselor întreprinderi și divizii un cadru comun. La momentul respectiv, a fost important pentru înțelegerea acestui demers atât la nivel intern, cât și extern, faptul că înregistram o creștere rapidă. În prezent am creat bazele și am construit cadrul necesar în acest scop. Din punctul de vedere al unui inginer, acest lucru poate părea ciudat, însă pentru mărcile de întreprinderi nu este nimic neobișnuit în faptul că o organizație trebuie mai întâi să își găsească identitatea. Oamenii – în speță colegii noștri – care își desfășoară activitatea în acest cadru, dau viață viziunii noastre.

*Ce înseamnă această «viață», concret?* Am pornit de la strategia corporativă definită. Dorim să fim una dintre cele mai bune companii din sectorul alimentar din Europa, cu bucurie, competență și simț de răspundere. Am sintetizat aceste aspecte în nucleul «Leading in Food». În nenumărate conversații și analize, am constatat că, în ciuda numeroaselor locații și a istoriei diferite a companiilor, împărtășim un număr uimitor de valori comune. Suntem asemenea unei familii numeroase, în care coexistă adesea caractere diferite, dar toți rămân împreună. Punctele comune puteau fi identificate rapid, practic toate erau deja prezente acolo. Trebuia doar să le concretizăm sub formă de misiuni.

*Dacă tot am făcut referire la misiuni: În 2017, au fost prezentate misiunile «calitate», «savoare» și «sustenabilitate». Acestea au fost înlocuite ulterior?* În ultimii ani, a devenit clar ce ne distinge ca grup la nivelul pieței. Nu a trebuit să reinventăm roata, ci doar să reformulăm termenii oarecum generici sub formă de expresii clare. «Suntem pasionați de savoare» semnifică cea mai înaltă calitate și competențe larg diversificate. «Modelăm viitorul» evidențiază energia cu care abordăm și dezvoltăm lucrurile. În cele din urmă, «Promovăm responsabilitatea», care subliniază angajamentul nostru de a trăi în ar-



Davide Elia,  
Directorul departamentului  
Corporate Marketing &  
Communication

Davide Elia a ocupat diverse funcții la sediul central al companiei Bell începând cu 1997. În prezent, este responsabil pentru marketing și comunicare corporativă. În ultimii ani, a putut urmări îndeaproape creșterea Bell Food Group și s-a familiarizat cu diferitele companii din cadrul grupului. Îi place să își petreacă timpul liber cu familia, cu fiica și cu fiii săi gemeni, precum și să călătorească și să citească.

monie cu mediul înconjurător. Este important pentru mine să subliniez că aceste misiuni nu sunt impuse, ci corespund cu ceea ce suntem și cu ceea ce facem.

*Ce înseamnă acest lucru pentru angajați în viitor? Ce se va schimba?* Practic, vor exista câteva schimbări pentru angajați. Pentru angajați, accentul va fi pus în continuare pe mărcile locale. Cu toate acestea, sentimentul de apartenență la grup va fi mai vizibil în viitor. Cultura locală dovedită și identificarea confirmată vor fi completate de oportunitățile unei comunități puternice.



## «Noi combinăm punctele forte respective.»

**Endrik Dallmann, de ce are nevoie o companie de un brand de angajator? Mărcile concentrează emoții, valori, credibilitate. Un brand de angajator – sau, în altă exprimare, un Employer Brand – ar trebui să facă și acest lucru. La ce fel de cultură mă pot aștepta, ce valori sunt considerate importante în cadrul companiei și sunt puse în practică?**



Endrik Dallmann,  
Manager de divizie

Endrik Dallmann (53 de ani) lucrează la Hügli din 1994, cel mai recent ca membru al conducerii diviziei. Economistul specializat în domeniul întreprinderilor a gestionat o mare varietate de proiecte operaționale ale Hügli și a fost responsabil pentru managementul resurselor umane în cadrul Bell Food Group începând cu luna martie 2021. El preferă să își petreacă timpul liber cu soția sa, cele trei fiice și cei doi câini Flat-Coated Retriever, de preferință pe o plajă din Sankt Peter-Ording. Când nu dispune de o posibilitate în acest sens, îi place să se plimbe cu bicicleta, să coacă sau să gătească.

**Ce reprezintă Bell Food Group ca angajator? În ciuda dimensiunii sale, Bell Food Group este o companie cu o mare diversitate, ierarhii plate, procese decizionale rapide și, înainte de toate, cu o mare pasiune. Oamenii care lucrează pentru Bell Food Group sunt strâns legați de companie, la fel cum compania este strâns legată de oamenii săi. Dorim să fim alături de toți angajații, să promovăm gândirea antreprenorială și să apreciem contribuția fiecărui individ la performanța noastră globală.**

**Deci, va exista acum doar Bell Food Group la nivel de resurse umane? Ce rol va juca grupul în acest context?** Nu, mărcile angajatorilor locali vor rămâne în prim-plan. De-a lungul deceniilor, au obținut o recunoaștere și o apreciere regională remarcabile. Pe viitor, însă, vom accentua mai mult afilierea la Bell Food Group. Prin urmare, combinăm punctele forte respective – importanța regională a mărcii angajatorului, combinată cu avantajele pe care le oferă un grup mare de companii.

Spre deosebire de o companie locală de dimensiuni medii, de exemplu, Bell Food Group poate oferi un nivel diferit de formare profesională, oportunități de dezvoltare în cadrul grupului, siguranța locului de muncă și cooperare internațională.

**După ce am privit spre viitor, să examinăm și situația actuală: Cum vedeți Bell Food Group în prezent?** Eu mă aflu pe acest drum de la începutul anului 2018, când Bell Food Group a achiziționat grupul Hügli. Personal, cred că într-o perioadă atât de scurtă de timp s-a creat o mare familie. Disponibilitatea de a manifesta o atitudine deschisă, de a avea încredere și de a testa modalități de cooperare, de a perfecționa lucrurile bune și, de asemenea, de a accepta eșecurile și de a învăța din ele este foarte ridicată, din punctul meu de vedere.

**Unde identificați cele mai mari provocări în viitorul apropiat?** Cu toții avem «zone de con-



### BRANDUL DE ANGAJATOR Omul se află în centrul atenției

La Bell Food Group, omul se află în centrul atenției. Cu abilitățile sale individuale, cu nevoile proprii, precum și cu obiectivele noastre comune. Ne dorim ca angajaților noștri să le facă plăcere să vină la serviciu și să poată contribui la succesul nostru comun. Oferim un mediu de lucru deschis și uman, caracterizat prin recunoaștere.

fort» individuale. În prezent, trăim într-o lume a muncii aflată în schimbare rapidă. Această situație ne obligă să ieșim de fiecare dată din zonele de confort. Unii mai devreme, alții mai târziu.

Iar în acest context putem interveni noi, în calitate de departament de resurse umane: Deținem calitatea de parteneri în raport cu clienții noștri. Atât pentru managerii de linie, dar mai ales pentru toți angajații.

Însoțirea și susținerea oamenilor din cadrul companiei, abordarea deschisă a temerilor și a anxietăților, precum și identificarea permanentă de noi oportunități și căi de progres reprezintă cea mai mare provocare – noi, oamenii, facem diferența.

**Suntem în mod constant obligați să ne părăsim zonele de confort.**

Angajații Bell Food Group dezbat tema «Schimbărilor»

# SINGURA CONSTANTĂ ESTE SCHIMBAREA

«Nimic nu este la fel de constant ca schimbarea», spunea Heraclit din Efes în jurul anului 500 înainte de Hristos. Până în prezent, acest lucru s-a dovedit a fi corect. Schimbările sunt parte din viața de zi cu zi; atât economia, cât și lumea profesională sunt în continuă schimbare. Schimbările pot fi majore sau doar superficiale, însă cu siguranță ne vom confrunta cu ele. Angajații Bell Food Group povestesc cum fac față schimbărilor în domeniul lor profesional.



**Ricardo Hutter**

Category Cluster Leader Trading Goods  
în cadrul Hügli din Steinach

«Motivația mea în cadrul departamentului de achiziții al grupului Hügli este transformarea provocărilor în noi oportunități pentru întreprinderea noastră și pentru mine. În calitate de furnizor de servicii competent, mi se cere să mă concentrez pe clienții noștri interni și externi. Reușesc să fac acest lucru în majoritatea cazurilor, însă nu întotdeauna. Pentru mine este relevant să se reflecte cunoștințele și o cultură sănătoasă de feedback, pentru ca noi, în calitate de organizație, să avem de asemenea curajul de a păși pe noi căi inovatoare.

De asemenea, schimbările pot crea confuzii. De aceea, îmi doresc o comunicare cât mai transparentă și mai deschisă cu puțință cu angajatorul meu. De exemplu, în cadrul noului grup de achiziții, pot participa în mod activ la strategii și pot ajuta la crearea narativei alături de restul echipei.»



**Selina Lorenz**

Manager de proiect pentru Corporate Business Development  
în cadrul Hilcona, în Schaan

«În calitate de manager de proiect pentru Hilcona Business Development, mă întâlnesc foarte des cu «schimbările» în context profesional. Personal, eu sunt deschisă la schimbări. Din punctul meu de vedere, inițial acestea nu sunt nici pozitive, nici negative: Contează cum reacționăm la ele. Atunci când mă confrunt cu o schimbare, îmi pun întotdeauna întrebarea, ce înseamnă această schimbare pentru noi și cum o putem transforma într-o oportunitate.

De aceea, mi se pare util să fim conștienți că fiecare schimbare aduce cu sine un anumit grad de nesiguranță, pentru că nu este încă clar ce efecte va avea. Prin urmare, în cazul schimbărilor avem nevoie de curajul de ne implica în ciuda nesiguranței și de a obține ce e mai bun în urma schimbărilor. Îmi doresc ca noi, ca întreprindere, să avem în continuare acest curaj.»



**Ramon Lingg**

Director al depozitului de materii prime și provizii  
în cadrul Geiser din Schlieren

«Eu, personal, sunt deschis la schimbări. Le văd întotdeauna ca pe o provocare. Când vine vorba de anumite schimbări trebuie mai întâi să mă gândesc bine pentru a-mi planifica abordarea. Pentru altele, este posibil chiar să le fi așteptat. În acest caz încerc să abordez situația într-un mod neutru, să o observ și, evident, să reacționez la ea.

În cazul schimbărilor, este foarte importantă comunicarea transparentă cu angajații.

Îmi place să știu că mă pot adresa superiorilor mei oricând, atunci când am o problemă sau când ceva îmi este neclar.

Și nu trebuie să uităm niciodată: în cazul unui succes obținut prin intermediul unei schimbări, un angajat se bucură de laudă și apreciere.»



**Sven Friedli**

Directorul al Shared Service Center IT/CIO  
în cadrul Bell Food Group din Basel

«Singura constantă este schimbarea. Trăim într-o perioadă în care totul se mișcă foarte repede și care este marcată de schimbări. Digitalizarea ne-a oferit multe oportunități de care putem profita – însă prezintă și obstacole care trebuie depășite. Fără IT, în prezent, Bell Food Group nu ar putea ambala salată, livra pizza sau tranșa vaci. De asemenea, în fiecare zi întâmpinăm noi posibilități și cerințe care necesită schimbarea sistemelor și proceselor noastre IT. Pentru a stăpâni aceste aspecte complexe și pentru a asigura stabilitatea necesară a întreprinderii, este extrem de important să controlăm aceste schimbări în mod activ.

Din punctul meu de vedere, există trei factori de succes esențiali: Pe de o parte trebuie să înțelegem cerințele din domeniul nostru de activitate, pentru a putea continua dezvoltarea constructivă a sistemelor noastre. Pe de altă parte trebuie să indicăm în mod clar care sunt scopurile noastre și unde vrem să ajungem, pentru ca echipele noastre să poate lua deciziile corecte în această lume în continuă mișcare.

Și în ultimul rând, însă la fel de important: Trebuie să lucrăm împreună și să ne susținem reciproc. Indiferent de delimitările dintre organizații. Așa cum spun eu mereu: «People, not systems, make the difference!»



**Gergely Tóth**

Membru al departamentului de achiziții  
în cadrul Eisberg din Gyál

«În calitate de responsabil cu verificarea calității, am învățat principiile de bază ale relațiilor comerciale și aduc această experiență cu mine în domeniul achizițiilor. Ocupația noastră este marcată de schimbări constante. Trebuie să reacționăm în fiecare zi rapid și în mod corespunzător la aceste schimbări, de exemplu la dificultățile provocate de schimbările condițiilor meteorologice și problemele privind materiile prime aferente – factori care afectează toți angajații. În măsura în care este posibil, încerc să tratez aceste schimbări prin comunicare directă și corespunzătoare și o reacție rapidă la problemele întâmpinate.

Întreprinderea noastră reacționează în mod flexibil la schimbări și, în calitate de angajat, pot să conțez pe încrederea și susținerea superiorilor mei.»

De la caltaboș la orez cu lapte

# RĂCORITOR varietate

Indiferent dacă este vorba de mese calde sau gustări reci, de preparate dulci ori suculente, de mese cu un timp de pregătire îndelungat ori de preparate rapide pentru birou – cu noutățile de la Bell Food Group, vă bucurați și în această toamnă de un gust desăvârșit în orice situație.

Dezvoltatorii de produse s-au gândit atât la cei care consumă cu plăcere carne, cât și la cei care preferă o alimentație vegetariană ori vegană. • *mr*

### Bell Germania:

*Jambon provenit de la animale crescute în mod sustenabil*

Se înregistrează o creștere a cererii de produse din carne provenită de la animale crescute în mod sustenabil. Prin urmare, și noul «Jambon afumat provenit de la animale crescute în adăposturi deschise» de la Abraham s-a bucurat de popularitate încă de la primele săptămâni de la lansarea și începerea comercializării acesteia la teighele. În cadrul acestui concept de sustenabilitate, porcii sunt crescuți în grajduri care oferă, printre altele, aer proaspăt, mai multă lumină pe timpul zilei și mai mult spațiu. Clienții sunt informați cu privire la această metodă de sustenabilitate și la celelalte avantaje oferite de noile produse prin anunțurile de pe panoul de prezentare pentru teigheaua la care se comercializează produse din carne.



### Bell Germania:

*Două sortimente de jambon cu etichetă de produse organice*

Sortimentul bio de la Abraham pentru raftul de autoservire s-a îmbogățit cu două specialități noi, «cubulețe de jambon» și «jambon de țară». Ambalajele atractive, cu aspect de hârtie kraft, pun în valoare măiestria cu care sunt produse noutățile cu etichetă de produse organice. Pe eticheta acestora, care garantează o calitate premium a specialităților, sunt prezentați și producătorii.



### Eisberg Elveția:

*Salate cu ingrediente tomnatice*

Salatele nu sunt potrivite numai pe timpul verii, ne demonstrează Eisberg Elveția datorită noutăților lunii septembrie. Specialitățile precum «Süsskartoffel & Feta» (Cartofi dulci și feta), «Kürbis, Quinoa & Süsskartoffel» (Dovleac, quinoa și cartofi dulci) și «Falafel & Kürbis» (Falafel și dovleac) sunt potrivite pentru toate persoanele interesate de o alimentație conștientă. De asemenea, două din cele trei preparate sunt adecvate și pentru vegani.



### Eisberg Austria:

*Chifle pentru persoanele care consumă cu plăcere caltaboș*

Unele persoane își încep ziua cu un mic-dejun consistent. Alții așteaptă să se bucure de o gustare sățioasă în pauza de prânz. Noua chiflă cu cârnați albi și muștar de la Eisberg Austria vă încântă papilele gustative, indiferent de masa la care o savurați. Chifla rotundă cu bucăți suculente de caltaboș, care face parte din gama de sandwich-uri, va fi disponibilă în teighelele de produse la pachet din Austria începând cu sfârșitul lunii septembrie.



### Bell Polonia:

*Specialitate tradițională poloneză*

«Specialitățile uscate, în stil polonez, preparate după o rețetă tradițională» de la Bell poartă acum sigiliul «Specialitate tradițională garantată». Astfel, Ministerul Agriculturii din Polonia confirmă colegilor că ingredientele și procesele de producție îndeplinesc toate criteriile necesare pentru certificarea cu logo-ul UE galben-albastru. Cârnatul sărat și puternic afumat, cu o aromă delicată de usturoi, este deja o delicată apreciată pe întreg teritoriul Poloniei.



### Bell Franța:

*Un nou sortiment în ambalaj pliabil*

De scurt timp, Bell impresionează și clienții din Franța cu mezeluri fine, în ambalaje practice și sustenabile. Noul sortiment conține câteva specialități francezești și internaționale, de exemplu «Jambon sec de Savoie», «Prosciutto Crudo» sau «Jambon Serrano». Deoarece acest tip de ambalaj este încă nou pentru consumatorii din Franța, pictogramele prezintă modul simplu de manipulare a acestuia. Un design premium al ambalajelor accentuează calitatea produselor.



### Eisberg Austria: Bastonașe de pui crocante

Datorită noii instalații de producție, Eisberg Austria a dezvoltat și mai mult oferta de produse Convenience. Din aceasta fac parte și noile «Bastonașe de pui acoperite cu fulgi de porumb». Consumate ca atare ori, pentru un preparat rafinat, împreună cu chili ori brânză, bastonașele congelate sunt pregătite în câteva minute la tigaie ori în cuptor.



### Hilcona: Un aspect nou și extinderea gamei de produse bio

Acum, este ușor să identificați pastele preferate de la Hilcona. Asta datorită noilor coduri de culoare practice, introduse în Liechtenstein la relansarea ambalajelor pentru «Pasta Classica», «Pasta Bio» și «Minis». În plus, imaginile clare oferă clienților, precum timpul de preparare dintr-o singură privire informații importante. Cu «Bio Tortelloni Pomodoro e Mozzarella» și «Bio-Spätzle», Hilcona și-a extins gama cu două noutăți cu etichetă de produse organice pentru toți iubitorii de paste.



### Cutie pentru degustarea produselor din industria alimentară

Producătorii de gustări din toată Europa se bucură în această vară de un pachet de probă cu specialități din industria alimentară oferite de Hügli. Cutia pentru degustarea produselor, de culoare neagră, cu un aspect elegant, conține două tipuri de condimente pentru preparatele dumneavoastră și două pungi cu diferite chipsuri condimentate care pot fi degustate pe loc.

Acestea sunt oferite în cadrul campaniei «Amplified Heat», în română «Un gust picant intens». O tendință actuală în ceea ce privește condimentele pentru gustări, care combină gustul picant cu cel proaspăt și condimentat și cu aroma de fum. În cadrul acestei campanii, experții din industria alimentară au conceput zece condimente noi pentru gustări, de exemplu «Trinidad Scorpion Chili meets Lime», «Mustard Habanero Fusion» sau «Mozambique Piri Piri Chicken».

Pachetul a fost completat cu o broșură în care se prezintă nu doar noile sortimente, ci și întreaga gamă de servicii oferite de Hügli pentru producătorii de gustări.



### Scor maxim pentru pastele Spätzle de la Hilcona



Primind calificativul «foarte bine», «Spätzli Minis» de la Hilcona au avut o evaluare foarte bună ca urmare a testului pastelor Spätzle realizat de Öko-Test. Pentru ediția din mai, s-au analizat 20 de produse din paste Spätzle de la diferiți producători. Pe lângă Hilcona, un singur participant a obținut scorul maxim.

Experților le-a plăcut nu doar gustul delicios și culoarea galben-aurie atractivă, ci și faptul că ouăle pentru pastele Spätzle au provenit de la găini crescute în aer liber.

Sortimentele de paste Hilcona în format mini, din care fac parte și «Gnocchini» și «Tortellini», sunt, printre altele, foarte îndrăgite de micii gurmanzi, deoarece se potrivesc perfect în lingurițele acestora. În plus, datorită faptului că pot fi preparate rapid la tigaie, reprezintă un ingredient practic pentru o masă delicioasă în familie.



### Hügli: Paste și orez cu lapte instant

Două categorii noi din gama «Preparate expres» de la Hügli asigură o varietate și mai mare, pentru un gust delicios într-un timp scurt. Cu «Pastele expres» disponibile în cinci variante noi, vă bucurați de un colțisor din Italia în propria farfurie. Pasionații de dulciuri au încă un motiv de bucurie datorită noii game «Orez cu lapte expres». Ambele sortimente disponibile în comerț ca produse cu marca distribuitorului se pot încălzi în cuptorul cu microunde ori într-o oală în doar câteva minute.

### Hügli: Crème Pâtisserie pentru un efect de Wow

Cu noua gamă Crème Pâtisserie de la Voageley, clienții serviciilor gastronomice oferite de Hügli pot realiza deserturi de efect cu efort redus. Se amestecă pur și simplu pudra rece cu apă și, după gust, se adaugă ingrediente precum frișcă bătută, pulpă de fructe sau pastă de nuci. Cu puțină creativitate, obțineți de la prăjitura clasică Napoleon la briose moderne, pentru o surpriză dulce preparată în bucătăria proprie.



### Hügli: Fulgii mici, efect impresionant

Indiferent dacă se folosesc pentru a înlocui parmezanul ori pentru a da un gust foarte aromat preparatelor, noii fulgi de drojdie de la granoVita sunt extrem de versatili și, datorită ingredientelor de calitate, contribuie la o alimentație conștientă. «Fulgii de drojdie rafinați de la VitalPlus» sunt bogăți în vitamine și minerale. Cu «Fulgii de drojdie VeganPlus B12», gama Hügli se extinde cu prima variantă îmbunătățită cu vitamina B12 de pe piață. Completarea ideală; previne deficitul de B12 în cazul alimentației vegane.



### Rebranding pentru Cher-Mignon

Cher-Mignon oferă de peste o sută de ani mezeluri fine tradiționale din regiunea Valais. Specialitățile inconfundabile ale fabricii de dimensiuni mici din Cher-Mignon, aflată la o altitudine de 1200 de metri și care face parte din Bell Food Group din 2016, sunt realizate din cele mai bune ingrediente, după metode și rețete tradiționale. Acestea includ, de exemplu, sărarea manuală, cu grijă, a jambonului și uscare la aer proaspăt de munte.

Deși aceste mezeluri fine regionale sunt îndrăgite în întreaga țară, marca tradițională a fost renumită până acum în special în România, Elveția franceză. Acum, lucrurile s-au schimbat: După rebranding, începând cu luna septembrie, produsele best-seller precum «Carne uscată din regiunea Valais» sau «Jambon crud din regiunea Valais» sunt disponibile în comerț pe întreg teritoriul Elveției, sub denumirea Cher-Mignon.



### Lumea condimentelor

În ceea ce privește condimentele potrivite pentru bucătăria gastronomică, clienții serviciilor gastronomice de la Hügli sunt pe mâini bune. Poziția puternică a specialiștilor diviziei Convenience în acest segment este demonstrată de noul concept complet de amestec de condimente.

În folderul Sales dezvoltat în acest scop, gastronomii găsesc tot ce trebuie să știe despre amestecurile de condimente de la Hügli. În folder se oferă o privire de ansamblu asupra numeroaselor condimente gata de utilizare pentru pește, carne sau legume, grupate în categorii. Desigur, nu lipsesc rețetele managerului departamentului Culinary Advisors, Philipp Glauser, expert în prepararea alimentelor la grătar, pentru o marinată de bază autentică.

De asemenea, clienții Hügli beneficiază, și în cazul amestecurilor de condimente, de un concept de ambalare inteligent, cu pungi care pot fi refolosite la achiziții ulterioare, în vederea reducerii deșeurilor.



Gătire sous-vid în vid

# EXPERIENȚE GUSTATIVE DELICIOASE OBȚINUTE PRIN GĂTIRE LA FLACĂRĂ JOASĂ

Aproape toate preparatele pot fi gătite în vid.

Datorită modului de gătire sous-vid cu succes garantat, care nu mai este de mult timp un secret în gastronomie, din ce în ce mai multe persoane încep să gătească în timpul liber.



Ce garantează că, din carne, pește și legume, obțineți cel mai bun preparat? Gătitul sous-vid este ideal nu numai datorită aerului fierbinte. O metodă îndrăgită și, până nu demult, predominantă în gastronomia profesională, care redefinește noțiunea de frăgezime. Alimentele sunt așezate în baie de apă în pungi de vid și aduse la punctul de fierbere dorit în mod precis, la o temperatură relativ scăzută și constantă. Datorită capacului etanș, sucul rămâne în alimente și conferă acestora o aromă intensă. Conținutul este gătit uniform, substanțele nutritive sănătoase precum vitaminele se păstrează mai bine comparativ cu alte metode. Obțineți o crustă perfectă a cărnii și arome delicioase ale preparatelor prăjite chiar înainte de servire, prin prăjirea la temperaturi foarte ridicate. Gastronomii au fost convinși de rezultatele excelente constante la prepararea cărnii, peștelui, legumelor și chiar a cremei de ciocolată; mai mult, a crescut numărul de persoane care au început să gătească de plăcere.

Pe lângă Ossobuco de vițel și Brasato din carne de vită, disponibile la vânzătorii cu amănuntul din cadrul Coop, Elveția, începând cu luna septembrie, Bell lansează și alte produse din carne clasice, obținute prin metoda sous-vid, însă care se adresează gastronomiei profesionale. Printre altele, carne de porc și curcan prăjită și carne de vițel fiartă. În Geiser AG din Schlieren, produsele sunt condimentate, marinate și gătite timp de 9-14 ore la temperaturi constante înainte de a ajunge în bucătăriile profesionale. Gastronomii beneficiază de un produs din carne cu gust intens, de calitate superioară, care poate fi îmbunătățit prin adăugarea propriilor produse și a unui sos, la alegere și poate fi încălzit și servit pe loc. În doar câteva minute, veți oferi musafirilor un preparat clasic delicios, cu amprenta personală a bucătarului-șef. «În gastronomie, sous-vid este de mult timp o metodă consacrată, în timp ce, în



**Gătitul sous-vid a pătruns încet, dar sigur în bucătăriile personale din Elveția.**

## O tentație delicioasă: Sous-vid la dumneavoastră acasă

De la scoicile Saint Jaques la Crème Brûlée – aproape orice preparat poate fi gătit în vid. Pe lângă temperatura de gătire constantă, secretul pentru un preparat de succes este echipamentul corespunzător. Aparatele și pungile de vid sunt indispensabile. Pentru gătit este potrivită o oală mare (minim 4,5 litri). Temperatura poate fi monitorizată cu un termometru pentru carne sau analogic. Cu un stick pentru gătit sous-vid sau un aparat de gătit electric, cu care puteți încălzi cu precizie apa, acest lucru este mai ușor. Cele mai noi modele pot fi comandate de pe smartphone prin aplicație.



gastronomia elvețiană, termenul nu se bucură încă de popularitate», declară Jan Schemmer, directorul Departamentului de Management al produselor/Dezvoltare în cadrul Bell Elveția. Datorită produselor deja menționate disponibile în domeniul retail, acest lucru se va schimba.

**Bucata de carne rămâne succulentă, cu o aromă intensă.**

Sous-Vide nu este în niciun caz o descoperire recentă, deși tendința conturată în ultimii ani ar putea lăsa această impresie. Gătitul în vid a câștigat popularitate și, treptat, a ajuns și în bucătăriile gurmanzilor curioși și dornici să experimenteze. «Știm că clienții noștri sunt îngrijorați de deteriorarea cărnii în timpul prăjirii ori pregătirii pe grătar, la prepararea meselor extrem de scumpe. Fiecare tigiă și fiecare grătar se comportă diferit; prin urmare, rezultatul este imprevizibil», afirmă Schemmer. Însă, dacă în timpul gătirii sous-vid se respectă timpii de gătit și tabelele de temperatură, cu acest mod de pregătire este garantat, fără mult efort, un rezultat delicios, similar celor asociate mai degrabă bucătăriilor unui restaurant gourmet. • ap

Final grandios în cadrul Bell Burger Challenge 2021

## Așa arată un câștigător

Cu al său «Surf & Turf Beefburger» Iris Ambühl a reușit să obțină primul loc în cadrul competiției Bell Burger Challenge din acest an. Bucătăreasa și specialistă în industria cărnii în vârstă de 26 de ani a început de scurt timp să lucreze pe cont propriu și impresionează clienții din Berner Oberland cu camionul său de mâncare «Gnuss-Truckli», oferindu-le burgeri neobișnuiți creați de ea. • *mr*

Rețeta câștigătoare a lui Iris Ambühl

### Burger-ul exotic «Surf & Turf Beefburger» cu biftec tartar cu creveți uriași, guacamole și «Hot Sour Cream»

#### Ingrediente pentru burger

200 g de carne de vită, tocată în bucăți mari  
1 chiflă brioche  
unt cu verdețuri  
1 piersică, tăiată în patru  
4 bucăți de șuncă afumată roșii feliate, frunze de salată  
1 crevetă uriaș  
2 linguri de ulei de măsline usturoi, tocat mărunt  
ghimbir, proaspăt ras  
suc de lămâie verde  
chili, tocat mărunt  
iarbă lămâioasă, tocată mărunt  
semințe de susan, negre  
4 linguri de Hot Sour Cream (a se vedea rețeta separată)

**Preparare:** Condimentați carnea cu sare și piper și formați o chiftea de un burger. Amestecați uleiul de măsline, usturoiul, ghimbirul, sucul de lămâie verde, chili, iarba lămâioasă și lăsați crevetele la marinat (preferabil tăiat în formă de fluture) timp de 20 de minute. Preparați chiftea de burger pe grătar, la căldură mare, pe ambele părți, aproximativ 4 minute și păstrați-o la cald. Preparați piersica și șunca afumată pe grătar, apoi înfășurați

bucățile de fruct în șuncă. Preparați crevetele pe grătar aproximativ 1 minut pe fiecare parte și păstrați-l la cald. Ungeți partea interioară a jumătăților de chiflă brioche cu unt cu verdețuri și rumeniți-le pe grătar. Apoi, adăugați 2 linguri de Hot Sour Cream pe jumătatea de chiflă inferioară și continuați cu chiftea de burger, bucățile de piersică cu șuncă afumată, frunzele de salată, felile de roșii și, în cele din urmă, 2 linguri de Hot Sour Cream. Fixați jumătatea superioară de chiflă cu o furculiță de fondue pe burger și decorați cu crevetele preparat la grătar.

#### Ingrediente pentru Hot Sour Cream

4 linguri de maioneză Hellmann  
8 linguri de smântână maturată  
diverse ierburi aromatice, tocate mărunt  
usturoi, tocat mărunt  
ghimbir, tocat mărunt  
suc și coajă de lămâie verde  
chili, tocat mărunt  
sare și piper

**Preparare:** Adăugați cantitatea dorită din fiecare ingredient și amestecați bine.

#### Ingrediente pentru biftec tartar cu creveți uriași

1 crevetă uriaș proaspăt  
ananas, tăiat în felii subțiri  
avocado și roșii, tăiate în cubulețe mici  
ulei de măsline  
suc de lămâie verde  
chili, tocat mărunt  
ghimbir, tocat mărunt  
semințe de susan, negre  
usturoi  
sare și piper  
coriandru, tocat mărunt

**Preparare:** Frigeți ananasul la grătar până când se formează un model pe aceasta. Amestecați cubulețele de avocado și roșii cu ulei de măsline, sare și piper pentru a obține un sos guacamole. Tocați mărunt crevetele uriaș și marinați-l cu ingredientele rămase. Pentru decorare, aranjați felile de ananas în formă de floare și folosiți o formă pentru a crea un turn din guacamole (stratul inferior) și biftec tartar cu creveți uriași (stratul superior). Decorați cu flori și serviți alături de burger.



## BELL BURGER CHALLENGE 2021

33 de bucătari și 7 bucătăreșe specializați în burgeri din 16 cantoane diferite s-au calificat în finala Bell Burger Challenge 2021 ținută în hala «Rapide» din Lokstadt în Winterthur. Aceștia au impresionat juriul de specialitate cu propriile lor creații și au primit multe aprecieri pe rețelele de socializare din partea fanilor sau au primit un wildcard din partea posturilor radio partenere. Ziua finală, 4 septembrie, a fost extrem de spectaculoasă, cu grătare sfârșind și burgeri cu multe niveluri. Podiumul a fost ocupat de câștigătoarea Iris Ambühl din Sigriswil și Marc Sarasin din Basel și Ronny Lietha din Chur pe locul doi și trei.



«Poate am câștigat pentru că am decis să fac un biftec tartar cu creveți uriași cu produsele din coșul oferit și să îl adaug la burger. Sunt singura care a avut această idee. Mă bucur foarte mult de victoria împotriva acestor competitori excelenți.»

Iris Ambühl, câștigătoare a Bell Burger Challenge 2021



# Aniversări

LOOK! celebrează aniversările din perioada septembrie – noiembrie 2021.

Bell Elveția

## 20 de ani de vechime

**Samir Amity**, 1 septembrie, Geiser, Schlieren  
**Joachim Grinan**, 1 septembrie, Bell, Basel  
**Halil Kenan**, 1 septembrie, Geiser, Schlieren  
**Mehmed Burzic**, 10 septembrie, Geiser, Schlieren  
**Karine Provin**, 17 septembrie, Bell, Basel  
**Koti Zola Samba**, 17 septembrie, Bell, Basel  
**Paul Fuhrmann**, 1 octombrie, Bell, Oensingen  
**Miroslav Fusuljevic**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Michèle Gross**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Christophe Klinzig**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Harouna M'Baye**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Christophe Meder**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Catherine Muller**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Maria Pereira Alves**, 1 octombrie, Bell, Cheseaux  
**Mamadou Lamine Sane**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Alain Schmitt**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Jeyarasa Soosaimuthu**, 1 octombrie, Geiser, Schlieren  
**Fisnik Sheholli**, 8 octombrie, Bell, Oensingen  
**Jelena Filipovic-Simic**, 10 octombrie, Bell, Oensingen  
**Jean-Pierre Bissel**, 15 octombrie, Bell, Basel  
**Dominik Elsasser**, 15 octombrie, Bell, Zell  
**Gregory Gaudry**, 15 octombrie, Bell, Basel  
**Danielle Girny**, 15 octombrie, Bell, Basel  
**Frédéric Klein**, 15 octombrie, Bell, Basel  
**Bayram Dogu**, 22 octombrie, Bell, Basel  
**Mus Gjidodaj**, 24 octombrie, Bell, Zell  
**Peter Hess**, 29 octombrie, Bell, Zell  
**Denis Jaworek**, 1 noiembrie, Bell, Basel  
**Philippe Roth**, 1 noiembrie, Bell, Basel  
**Prenk Rrasi**, 1 noiembrie, Geiser, Schlieren  
**Laurent Schott**, 1 noiembrie, Bell, Basel,  
**Frédéric Soder**, 1 noiembrie, Bell, Basel  
**Cédric Verpillot**, 1 noiembrie, Bell, Basel  
**Willy Patric Billaud**, 5 noiembrie, Bell, Basel  
**Sandrine Ott**, 12 noiembrie, Bell, Basel  
**File Kolaj**, 19 noiembrie, Bell, Zell

## 25 de ani de vechime

**Jacqueline Heimberg**, 1 septembrie, Geiser, Schlieren  
**Ulrich Süss**, 1 septembrie, Bell, Basel  
**Zoran Kostadinov**, 2 septembrie, Bell, Cheseaux  
**Josef Dähler**, 16 septembrie, Bell, Basel  
**Maria José Portela**, 17 septembrie, Bell, Cheseaux  
**Alexandra Abt-Hugo**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Stephan Wolf**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Rene Kühni**, 14 octombrie, Bell, Zell

## 30 de ani de vechime

**Vijayakumar Arumugam**, 1 septembrie, Bell, Zell  
**Laurent Roth**, 1 septembrie, Bell, Basel  
**Frederic Schalck**, 1 septembrie, Bell, Basel  
**Rene Böhl**, 9 septembrie, Bell, Basel  
**Ivo Martinovic**, 1 octombrie, Bell, Basel  
**Michel Okkes Kilinc**, 3 octombrie, Bell, Cheseaux  
**Katia Gebel**, 4 noiembrie, Bell, Basel  
**Thomas Hubacher**, 4 noiembrie, Geiser, Schlieren

## 35 de ani de vechime

**Bruno Richard**, 1 septembrie, Bell, Basel  
**Véronique Rapp**, 15 septembrie, Bell, Basel  
**Marie Berthe Hohler**, 13 octombrie, Bell, Basel  
**Anita Lucagrossi**, 15 octombrie, Bell, Basel  
**Hubert Goepfert**, 20 octombrie, Bell, Basel

## 40 de ani de vechime

**Mario Laino**, 22 noiembrie, Bell, Basel

## 45 de ani de vechime

**Philippe Martin-Burdet**, 1 septembrie, Bell, Cheseaux

## Pensionări

**Vinka Gasic**, 31 mai, Bell, Zell (*completare*)  
**Werner Schnider**, 31 iulie, Bell, Zell (*completare*)  
**Martine Bret**, 30 septembrie, Bell, Basel  
**Bruno Ruckstuhl**, 30 septembrie, Bell, Zell  
**Didier Reffet**, 31 octombrie, Bell, Basel

## Pensionări anticipate

**Maria Ferreira Rodrigues**, 30 septembrie, Cher-Mignon, Chermignon  
**Peter Kaiser**, 30 septembrie, Bell, Oensingen  
**Edith Ritter**, 31 octombrie, Bell, Basel  
**Rolf Grogg**, 30 noiembrie, Bell, Oensingen  
**Alain Schaeffer**, 30 noiembrie, Bell, Basel

## Deces

**Sheriff Bah**, 8 iulie, Bell, Zell

Bell International

## 20 de ani de vechime

**Stephan Holst**, 1 septembrie, Bell Germania, Seevetal  
**Madeleine Roger**, 3 septembrie, Bell Franța, Teilhède  
**Erich Thomas**, 3 septembrie, Bell Franța, Teilhède  
**Jerome Lanord**, 5 septembrie, Bell Franța, Teilhède  
**Severine Rivoire**, 9 septembrie, Bell Franța, Saint-Symphorien-sur-Coise  
**Régine Baton**, 10 septembrie, Bell Franța, Saint-Symphorien-sur-Coise  
**Jorge Frazao**, 10 septembrie, Bell Franța, Saint-Symphorien-sur-Coise  
**Myriam Mingorance**, 10 septembrie, Bell Franța, Teilhède  
**Stefan Dziadoń**, 30 septembrie, Bell Polonia, Niepołomice  
**Raphael Auriac**, 1 octombrie, Bell Franța, Teilhède  
**Izabela Zięba**, 4 noiembrie, Bell Polonia, Niepołomice  
**Regina Frerichs**, 19 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge  
**Kornelia Marks**, 19 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge  
**Martin Hager**, 30 noiembrie, Frisch Express, Pfaffstätt  
**Rafał Szafraniec**, 30 noiembrie, Bell Polonia, Niepołomice

## 25 de ani de vechime

**Daniela Vitzthum**, 13 iulie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt (*completare*)  
**Monika Seelhorst**, 2 septembrie, Bell Germania, Harkebrügge  
**Patrice Bonnier**, 16 septembrie, Bell Franța, Saint-Symphorien-sur-Coise  
**Krzysztof Więclaw**, 8 octombrie, Bell Polonia, Niepołomice  
**Roland Neeb**, 14 octombrie, Bell Germania, Edewecht  
**Kristiane Lüken**, 14 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

## 30 de ani de vechime

**Paulo Pires Amaro**, 1 septembrie, Bell Franța, Teilhède  
**Paul Eidenhammer**, 2 septembrie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Dagmar Groth**, 9 septembrie, Bell Germania, Edewecht  
**Simona Greve**, 12 septembrie, Bell Germania, Edewecht  
**Peter Schulz**, 1 noiembrie, Bell Germania, Seevetal  
**Sylvie Colliard Salah**, 18 noiembrie, Bell Franța, Aime

## 35 de ani de vechime

**Christoph Czombera**, 5 mai, Bell Germania, Edewecht (*completare*)

## Pensionări

**Joel Avignone**, 30 iunie, Bell Franța, Virieu-le-Grand (*completare*)

Oferte actuale de locuri  
de muncă găsiți la:  
[bellfoodgroup.com/karriere](https://bellfoodgroup.com/karriere)

## Convenience

**20 de ani de vechime**

**Eduard Borgart**, 1 septembrie, HFC, Bad Wünnenberg  
**Erika Lechmann**, 1 septembrie, Hügli, Steinach  
**Vladimir Kaus**, 3 septembrie, Inter-Planing, Langenhaslach  
**Gabriele Mayer**, 4 septembrie, Hügli, Radolfzell  
**Sime Barjasic**, 10 septembrie, Hügli, Radolfzell  
**Resmije Krasniqi**, 14 septembrie, Eisberg Schweiz, Villigen  
**Herbert Haug**, 1 octombrie, Hügli, Radolfzell  
**Andreas Kühnel**, 1 octombrie, Hügli, Radolfzell  
**Anette Strässle**, 1 octombrie, Hügli, Steinach  
**Wilhelm Bock**, 8 octombrie, Hügli, Radolfzell  
**Jaromír Halasz**, 16 octombrie, Hügli, Zásmuky  
**Aleš Havelka**, 16 octombrie, Hügli, Zásmuky  
**Věra Krupičková**, 19 noiembrie, Hügli, Zásmuky

**25 de ani de vechime**

**Bernhard Zahn**, 1 septembrie, Hügli, Radolfzell  
**Erich Raschke**, 2 septembrie, Inter-Planing, Langenhaslach  
**Alic Sadeta**, 9 septembrie, Hilcona Gourmet, Orbe  
**Adriano Antonio Santos Marques**, 30 septembrie, Eisberg Elveția, Dällikon  
**Thomas Sieren**, 1 octombrie, HFC, Bad Wünnenberg  
**Engin Yildiz**, 8 octombrie, Hilcona, Schaan  
**Paul Margadant**, 15 octombrie, Hilcona, Schaan  
**Harald Nardin**, 1 noiembrie, Hilcona, Schaan  
**Gerald Peisl**, 1 noiembrie, Hilcona, Schaan  
**Maria Virginia Pinto Rebelo**, 4 noiembrie, Eisberg Elveția, Dällikon  
**Veronika Block**, 10 septembrie, Hügli, Radolfzell

**30 de ani de vechime**

**Patrizia Di Silvestre**, 1 septembrie, Hilcona, Schaan  
**Jürgen Dreilich**, 2 septembrie, Inter-Planing, Langenhaslach  
**Bernardino Barros Ferras**, 6 septembrie, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent  
**Karin Berent**, 1 octombrie, Hügli, Radolfzell  
**Daniel Lüthi**, 1 octombrie, Hügli, Steinach  
**Bernadette Klammer**, 30 octombrie, Hilcona, Schaan  
**Yvette Bignens**, 31 octombrie, Hilcona Gourmet, Orbe

**35 de ani de vechime**

**Maria Alice Teixeira Pinto Ventura**, 2 septembrie, Eisberg Elveția, Dällikon  
**Maria Urban**, 10 septembrie, Hügli, Radolfzell

**Pensionări**

**Stanisław Jaszczyszyn**, 28 august, Eisberg Polonia, Legnica (*completare*)  
**Anja Stöckle**, 30 noiembrie, Hügli, Radolfzell  
**Kausaladevi Thirukeswaran**, 30 noiembrie, Eisberg Elveția, Dällikon

**Pensionări anticipate**

**Paul Margadant**, 31 octombrie, Hilcona, Schaan  
**Günter Schett**, 31 octombrie, Hilcona, Schaan

**Decese**

**Heinz Daetwyler**, 8 august, Hilcona, Schaan  
**Michael Ogriseck**, 8 august, Hügli, Radolfzell

# IMAGINE DE CĂUTARE

## Câștigați un coș cadou de la Bell Food Group

*Doriți să descoperiți elemente necunoscute și să cunoașteți produse care au fost lansate de curând pe piață? Nicio problemă! Coșul cadou de la Bell Food Group face posibil acest lucru! În coșul cadou vă așteaptă o gamă concentrată de delicii culinare din partea întregului grup.*

**Premii**

*1 coș cadou cu produse din întreaga gamă Bell Food Group în valoare de 400 EUR*

*10 vouchere de cumpărături în valoare de 30 EUR pentru un supermarket local*

**Data limită pentru transmitere este 15 ianuarie 2022**

Trimiteți soluția împreună cu menționarea numelui, a locului (anterior) de muncă și a angajatorului la [adresalook@bellfoodgroup.com](mailto:adresalook@bellfoodgroup.com).

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

Câștigătorul/câștigătoarea va fi anunțat/ă direct. Nu se va derula nicio corespondență cu privire la tombolă și nici nu vor fi oferite informații prin telefon.



Un interviu cu Christoph Schatzmann și Marco Märsmann

## «Fiecare angajat trebuie să simtă că este parte a echipei de sustenabilitate»

Sustenabilitatea este parte integrantă a misiunii Bell Food Group. În cadrul interviului cu «LOOK!», Christoph Schatzmann, manager de proiect în cadrul Bell Elveția, și Marco Märsmann, director al centrului de competență pentru managementul calității și sustenabilitate în cadrul Bell Food Group, analizează trecutul și viitorul întreprinderii. Cel mai important scop al lor: să se asigure că toată lumea se gândește la sustenabilitate. • *mr*

*Domnule Märsmann, cerințele privind activitatea sustenabilă pentru întreprinderi sunt din ce în ce mai mari. Care este situația în cadrul Bell Food Group în acest domeniu la momentul de*

*față?* Această temă a devenit din ce în ce mai importantă în anii recenti, iar cerințele noastre și ale celorlalți au devenit din ce în ce mai mari. În prezent avem deja o situație bună în mai multe domenii, însă dezvoltarea continuă. De aceea este important ca această temă să devină o parte integrantă a misiunii noastre și să fie abordat la cel mai înalt nivel de conducere, de către Lorenz Wyss, care să continue implementarea acestuia.

Marco Märsmann

Marco Märsmann a devenit la începutul anului director pentru managementul calității și sustenabilitate în cadrul Bell Elveția și director al centrului de competență pentru managementul calității și sustenabilitate al Bell Food Group. Între 2005 și 2012 acesta a lucrat în cadrul departamentului pentru fructe de mare și în 2015 a devenit director pentru managementul calității în cadrul Bell Elveția.

Christoph Schatzmann

Christoph Schatzmann a ocupat diferite funcții în cadrul Bell pe o perioadă de aproape 35 de ani, iar între 2015 și 2020 a condus departamentul pentru managementul calității și sustenabilitate. La începutul anului, ca parte dintr-un proces de pensionare treptată, acesta și-a redus sarcinile cu 50 de procente, însă este în continuare implicat în proiecte, în principal în domeniul sustenabilității.



Sustenabilitatea nu este un subiect neimportant. Prin urmare, este esențial să alocăm resursele necesare pentru aceasta. Pe scurt: În cadrul Bell Food Group ne confruntăm în fiecare zi cu această temă și suntem pregătiți să facem demersurile necesare pentru a obține un nivel superior de sustenabilitate.

*Domnule Schatzmann, ați fost responsabil cu sustenabilitatea în ultimii ani în cadrul Bell Food Group. Care a fost nivelul de dezvoltare în acest timp?* Cu șase ani în urmă, când am preluat poziția de director pentru managementul calității și sustenabilitate, exista doar o strategie rudimentară de sustenabilitate din anul 2013, care nu fusese implementată cu adevărat. În prezent

**«Cerințele privind sustenabilitatea sunt din ce în ce mai mari.»**

însă, tema a fost revitalizată. Una dintre primele mele sarcini a fost crearea unei noi strategii. Acest lucru a coincis cu o perioadă interesantă, în care Bell Food Group a crescut semnificativ și, datorită Hilcona și Hügli, au fost accesate segmente comerciale noi, care prezentau noi provocări. În același timp, devenea din ce în ce mai clar că va trebui să abordăm în mod activ această temă. Cu noua strategie de sustenabilitate, care a fost adoptată în 2017 de către consiliul de administrație, valorile și principiile stabilite au căpătat o semnificație mai mare, iar sustenabilitatea a căpătat o poziție proeminentă în întreprinderea noastră.

*Domnule Märsmann, ați mai avut tangențe cu tema sustenabilității înainte de a prelua poziția dumneavoastră actuală cu aproape un an în urmă? Am abordat în mod intensiv această temă*

pentru prima oară în 2007, în calitate de responsabil cu achiziția și vânzările de fructe de mare în cadrul Bell Elveția. Atunci a fost

**«Trebuie să acordăm și mai multă atenție angajamentului nostru.»**

înființat WWF Seafood Group, care asigură și în prezent aprovizionarea din surse sustenabile în Elveția. Coop este unul dintre membri fondatori, ceea ce înseamnă că am putut să participăm în mod activ la activitățile grupului înainte de accederea oficială la acesta în 2012. De exemplu, am motivat pescarii locali din Filipine să obțină certificarea conform standardului «Marine Stewardship Council», pe scurt MSC. În această perioadă, am învățat foarte multe despre ceea ce înseamnă sustenabilitatea. Mi s-a părut palpabil și că, în calitate de director al managementului calității în cadrul Bell Elveția din 2015, am putut începe dezvoltarea ultimei strategii de sustenabilitate. Acest lucru m-a pregătit pentru provocările cu care mă confrunt în prezent.

## Progrese în domeniul sustenabilității în cadrul Bell Food Group



**«Standardul GRI asigură  
posibilități de comparare  
și transparență.»**

**Domnule Schatzmann, care considerați că sunt cele mai mari provocări pentru Bell Food Group în domeniul sustenabilității?** În prezent, companiile client și clienții finali doresc să știe care sunt practicile întreprinderilor de la care achiziționează produse în domeniile

protecției climei, bunăstării animalelor sau reducerii cantității de deșeuri – pe scurt, ce măsuri privind sustenabilitatea iau.

Consider că trebuie să acordăm și mai multă atenție angajamentului nostru. De asemenea, ne putem atinge scopurile doar dacă dispunem de suficiente resurse financiare și de personal. Și al treilea punct important: Trebuie să fim în continuare atenți și pregătiți să reacționăm la noutățile din acest proces dinamic. Pentru că dezvoltările tehnice continuă să avanseze, există din ce în ce mai multe regulamente legislative, care devin tot mai stricte, iar cerințele clienților se schimbă.

**Domnule Märsmann, Bell Food Group a publicat în august al doilea raport privind sustenabilitatea. Cui i se adresează acest raport?** Publicăm raportul privind sustenabilitatea pentru toți cei care doresc să știe care este situația actuală în cadrul Bell Food Group. Facem acest lucru chiar

dacă suntem conștienți de faptul că situația noastră nu este perfectă la toate capitolele. Pentru noi este mult mai important să arătăm că suntem pe drumul cel bun și că ne asumăm răspunderea. În acest sens, am ales standardul «Global Reporting Initiative», pe scurt GRI. Acesta asigură cele mai bune posibilități de comparare și cel mai mare nivel de transparență posibil. Anul viitor vom prezenta pentru prima dată raportul independent de conferința pentru rezultate anuale, pentru a atrage mai multă atenție asupra angajamentului nostru.

**Domnule Schatzmann, cât de importanți sunt angajații Bell Food Group pentru implementarea strategiei de sustenabilitate?** Fiecare angajat trebuie să simtă că este parte din echipa de sustenabilitate. Pentru că toți își pot aduce contribuția. Fie că este vorba despre repararea unui robinet care picură de către un lucrător calificat sau îmbunătățirea reciclării produselor secundare – fiecare contribuție

contează. Pentru a crește gradul de conștientizare, vom oferi în curând un modul de E-Learning. Cursul, care este obligatoriu pentru toți membrii personalului, servește la sensibilizarea și motivarea angajaților. Acesta este o altă măsură importantă care ajută la integrarea acestei teme în viața noastră de zi cu zi.

**Domnule Märsmann, în acest moment lucrați la noua strategie de sustenabilitate a Bell Food Group, care va fi adoptată anul viitor. Care sunt cele mai importante noutăți?** În primul rând, am pornit într-o nouă direcție, pentru identificarea temelor importante. Strategiile anterioare au

fost dezvoltate dintr-o perspectivă internă, însă de această dată au fost implicate și părți interesate din afara întreprinderii. Acestea includ, printre altele, clienți,

investitori și organizații non-guvernamentale. La nivel intern, am format grupe de specialitate alcătuite din angajați ai diviziilor care se confruntă, printre altele, cu aspecte precum gazele de seră, bunăstarea animalelor sau deșeurile, pentru a identifica domeniile de acțiune. De asemenea, nu am luat în considerare doar acțiunile noastre, ci întregul lanț valoric, adică și furnizori și cultivatorii. Cu noua strategie, dorim să evidențiem din nou faptul că: Nu suntem un

«Follower». Din contră, suntem ambițioși și dorim să avem un rol de lider.

**Domnule Schatzmann, domnule Märsmann, sunteți ambii experți în domeniul sustenabilității. Cum vă afectează acest lucru viața personală?** Christoph Schatzmann: Evident că abordez această temă și în viața mea privată. De exemplu, verific alimentele pentru a determina dacă mai pot fi consumate după data de expirare. Uneori mă confrunt cu dileme – sau cel puțin așa le consider eu. De exemplu, atunci când este vorba despre o călătorie cu avionul pe care aș dori să o fac. În aceste cazuri încerc să găsesc o soluție pentru această dilemă, de exemplu fac o plată compensatorie.

Marco Märsmann: Și eu integrez această temă în viața de zi cu zi. Fac asta prin lucruri simple, precum folosirea zăului de cafea drept îngrășământ pentru roșiile noastre. Dar chiar și atunci când am achiziționat o casă nouă, respectarea standardelor de sustenabilitate a fost un criteriu important.

Îmbunătățiți calitatea cu TopX

# Numărul de retururi este redus cu mai mult de jumătate

În discuțiile zilnice din hala de producție a întreprinderilor Bell nu lipsește o temă: calitatea. Aceasta este un pilon central al procesului de îmbunătățire TopX. Și echipa din Oesingen care gestionează carnea proaspătă s-a ocupat intensiv de optimizarea calității, obținând astfel o reducere a ratei de retur cu mai mult de jumătate.



Până nu demult, în unitatea de producție din Oesingen, clienții returnau multe bucăți de carne proaspătă ambalată. În cadrul procesului de îmbunătățire, echipa condusă de Fabienne Loosli și Michael Saner au analizat situația în profunzime.

În acest sens, în Oesingen s-au colectat mai întâi date care să justifice reclamațiile. În scurt timp, a fost clar: Una din cele mai frecvente cauze de retur era aerul din ambalajele în vid. Prin urmare, am demarat proiectul specific «Aer».

«Am analizat săptămânal indicii relevanți și, astfel, am identificat problemele principale», afirmă Michael Saner, Director inginerie de proces în Oesingen. «Acestea includeau, printre altele, folii închise necorespunzător și manipularea uneori nedelicată a produsului finit ambalat.»

Pentru a îmbunătăți procesul, experții în materie de carne proaspătă au ajustat, printre altele, setările de bază ale instalației și au educat angajații cu privire la manipularea mai atentă a mărfurilor.

Rezultatul: Atât numărul de retururi, cât și efortul de departamentul de retururi au fost reduse cu mai mult de jumătate. «Acest lucru a dus și la o îmbunătățire a gradului de satisfacție al clienților noștri, conform spuselor angajaților din departamentul de vânzări», afirmă responsabilul de proiect Fabienne Loosli, care lucrează

în departamentul de management al calității. «Desigur, acest lucru ne motivează să facem mai mult și să reducem procentul de reclamații anual cu încă 5%.»

Însă TopX și managementul calității nu sunt în sinergie perfectă doar în Oesingen. Și în alte locații, în care procesul de îmbunătățire a început deja, optimizarea calității este un factor constant.

«Calitatea este o temă semnificativă pentru TopX-Board; prin urmare, este un subiect abordat în discuțiile zilnice din hala de producție», explică Alexander Duss, director al programului Top Excellence din cadrul Bell Food Group.

Sedințele scurte de departament servesc la informarea membrilor și stimularea îmbunătățirilor. În acest sens, toate informațiile necesare sunt prezentate consiliului în mod clar.

În coloana pentru calitate, există liste cu reclamații actuale ori este aleasă «Tema lunii privind calitatea», caz în care se caută o soluție pentru o anumită problemă. Astfel, în cadrul TopX, pe lângă aspecte privind siguranța ori indici de producție, întreprinderea se ocupă zilnic de îmbunătățirea calității. • *mr*



**TopX și managementul calității sunt în sinergie perfectă.**