

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

04 2021

**Vive la
différence!**

BELL
FOOD
GROUP





Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 De précieuses réponses**
Sondage des collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group

Travailler pour Bell Food Group

- 6 Des rapports de parenté**
Les familles sont les bienvenues chez Bell Food Group

Article de couverture

- 10 Vive la différence!**
La diversité est l'un des aspects faisant de plus en plus l'objet d'attention chez Bell Food Group

Nous faisons la différence

- 16 Lorsque des possibilités se transforment en objectifs concrets**
Les employé-e-s de Bell Food Group s'expriment sur le thème de TopX

Durabilité et innovation

- 18 Construit entièrement selon le principe de la durabilité**
Protection du climat dans les projets de construction

Notre monde de saveurs

- 20 Ovo, lacto, omnivore – hein, quoi?**
Petit lexique des habitudes alimentaires
- 24 Encore du savoureux pour clôturer l'année**
Des premières de produits pour la fin de l'année

Anniversaires de service

- 28 Anniversaires de service**
LOOK! félicite les employé-e-s fêtant leur anniversaire de travail des mois de décembre 2021 à février 2022.

Concours

- 31 Gagnez une corbeille gourmande de Bell Food Group**
La question du concours

Ainsi va la qualité

- 32 Tout un éventail de mesures**
Recherche de talents dans la formation professionnelle

Vous pouvez vous abonner à LOOK! en ligne, le lire ou le télécharger sur look.bellfoodgroup.com

Mentions obligatoires Magazine pour les collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group, 4 éditions par an, n° 4/2021, décembre 2021, 27^e année.
Éditeur: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse: Bell Suisse SA, rédaction Bell LOOK!, case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse.
Tél. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Équipe rédactionnelle: Sara Heiniger (sh), direction, Fabian Vetsch (fv).
Assistance à la rédaction: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Mise en page et composition: oblògrafik, Olten, Suisse. Traitement des images: Proacteam AG, Allschwil, Suisse.
Impression: Werner Druck & Medien AG, Bâle, Suisse. Imprimé sur papier FSC.

La diversité, un facteur de succès

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

C'est la diversité qui nous caractérise ainsi que nos unités et l'ensemble de Bell Food Group. Cette diversité est une plus-value – j'en suis persuadé. Lorsque j'ai intégré le groupe Bell en 2011, l'entreprise comptait 6 400 employé-e-s. Avec la forte croissance de Bell Food Group, la diversité des personnes, des cultures et des domaines d'activité s'est également accrue. C'est aussi ce que montrent les chiffres: Bell Food Group emploie actuellement 12 000 collaborateurs et collaboratrices de plus de 90 nationalités dans 15 pays.

Cette foison de différentes personnalités, parcours personnels et trésors d'expérience ne fait pas qu'enrichir notre vécu social, mais également notre travail quotidien. La diversité nourrit en permanence notre inspiration et nous invite à élargir notre mode de pensée. Une bonne équipe vit aujourd'hui des différentes capacités et des perspectives uniques de ses membres, qui sont pour elle une source d'amélioration.

Nous avons tous et toutes nos forces et faiblesses personnelles. Seul-e-s, nous ne sommes pas à aptes à répondre à toutes les exigences que nous rencontrons dans le quotidien de notre travail. Ensemble, nous avons par contre la capacité d'aborder tous les défis et de mettre en œuvre des solutions. La diversité n'est ainsi pas un simple slogan, mais un moteur important d'un travail performant et porteur de sens.

Je suis conscient, chères collaboratrices et chers collaborateurs, du fait que la diversité apporte également des défis. La façon dont nous nous rencontrons et agissons les uns avec les autres au quotidien est une base importante pour les maîtriser. Un environnement de travail ouvert et humain, marqué par l'estime, élimine les obstacles et nous aide à aller les uns vers les autres. C'est pourquoi l'être humain, avec ses capacités et ses besoins individuels, est une préoccupation centrale chez Bell Food Group.

Participer activement, s'attaquer aux choses et les faire bouger ne doivent pas rester un objectif théorique, mais faire l'objet d'une promotion active. Grâce à la diversité de nos capacités, nous allons ainsi toujours donner naissance à des nouveautés et encore améliorer ce qui est déjà bien. Nous posons ainsi dans la branche de nouveaux jalons – en tant qu'entreprise, équipe et individus.

Je souhaite donc, chères collaboratrices et chers collaborateurs, vous encourager à contribuer par vos idées, à prendre des initiatives et à assumer vos responsabilités. Comme c'est nous qui configurons l'avenir. Et, pour atteindre ensemble une position de tête, nous avons besoin de tous. La diversité est à cet égard un bénéfice pour tous. Je me réjouis de continuer de suivre cette voie l'année à venir ensemble avec vous.

Dans cet esprit, je vous souhaite, ainsi qu'à vos êtres chers, de merveilleuses fêtes, un bon passage à la nouvelle année, beaucoup de succès, de joie et surtout une bonne santé pour l'année 2022.

Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe

La diversité est un moteur important d'un travail performant et porteur de sens.

Sondage des collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group

De précieuses réponses

Les résultats du deuxième sondage de tou-te-s les collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group sont maintenant disponibles. Au niveau du groupe, les résultats coïncident dans une grande mesure aux résultats de l'année 2018. Les résultats font actuellement l'objet d'une analyse détaillée dans chacune des divisions afin d'élaborer des mesures individuelles.

Un résultat solide

Un sondage des collaboratrices et collaborateurs a été pour la deuxième fois réalisé en juin et juillet 2021 dans l'ensemble de Bell Food Group. Le personnel de la division Hügli a également été inclus cette année. La résonance du sondage a été un peu plus faible en comparaison à celle de l'année 2018. La raison en est éventuellement le type de la réalisation : c'est la première fois que la participation au sondage n'a été possible qu'en ligne.

« Il nous semble probable que le renoncement à une participation manuelle par écrit a représenté un obstacle pour certains membres du personnel », explique Endrik Dallmann, directeur des RH de Bell Food Group. « C'est

pourquoi nous allons examiner en détail comment procéder à l'avenir, vu qu'il est pour nous en fin de compte important de recevoir un retour d'autant de collaborateurs et collaboratrices que possible. »

Dans l'ensemble, Endrik Dallmann paraît satisfait du résultat : « Dans le contexte de la pandémie du coronavirus, nous nous étions attendus à de plus fortes divergences par rapport au sondage précédent. » Au niveau du groupe, les résultats coïncident dans une grande mesure aux résultats de l'année 2018 (voir le diagramme à droite).

Le potentiel se révèle dans les détails

Tenu compte du grand nombre d'évaluations individuelles, il est selon Endrik Dallmann normal que les divergences entre les évaluations ne soient pas notables dans la globalité. « Au total, les évaluations individuelles se compensent habituellement mutuellement », explique-t-il, « les résultats

sont plus éloquentes lorsqu'ils sont morcelés par unités individuelles. »

Les secteurs d'activité et divisions présenteront donc leurs résultats individuels avant la fin de l'année. En tout, plus de 309 évaluations de ce genre ont été réalisées et, au besoin, ces évaluations seront davantage morcelées.

« En conséquence, il se pourrait bien », ajoute Dallmann, « que les résultats individuels par secteur divergent fortement du résultat au niveau du groupe sur certaines questions. Mais c'est justement ces divergences qui révéleront où des changements sont nécessaires. »

Une question ouverte, de nombreuses réponses concrètes

Les réponses aux deux dernières questions ouvertes ont fourni de précieuses indications. La maîtrise de la crise fait par exemple partie des aspects qui ont été mis en lumière de façon particulièrement positive. La pandémie du coronavirus a montré que Bell Food Group reste un employeur sûr, même quand les temps sont difficiles.

Et cette impression se recouvre avec les chiffres de l'évaluation, selon Dallmann : « Nous avons cette année, en plus des questions habituelles, également inclus une question concernant la pandémie du coronavirus. Nombre de collaboratrices et collaborateurs sont de l'avis que nous avons de principe bien gouverné la situation au niveau de Bell Food Group. »

Le thème du développement personnel a par contre reçu une moins bonne évaluation. Ce domaine particulier a fortement souffert de la crise du coronavirus. De nombreux cours et formations n'ont pas pu avoir lieu en raison des mesures de protection.

« Sur le fond, nous pouvons affirmer », dit Dallmann pour résumer les réponses aux questions ouvertes, « que les collaborateurs et collaboratrices de Bell Food Group aiment leur métier et prennent du plaisir à leur travail. C'est en particulier l'atmosphère de travail dans les équipes et la cohésion collégiale à l'intérieur des équipes qui sont appréciées. Ce qui fait par contre l'objet de critiques est le flux d'informations : ceci concerne, par exemple, le fait que certains documents ne sont pas toujours disponibles dans les langues nécessaires. »

Il y aurait de plus un potentiel d'amélioration dans les processus. Ceux-ci sont perçus par les collaboratrices et collaborateurs comme trop rigides, davantage de flexibilité serait souhaitée. Dans le secteur administratif, le thème de la numérisation (travail sans papier) est fréquemment évoqué.

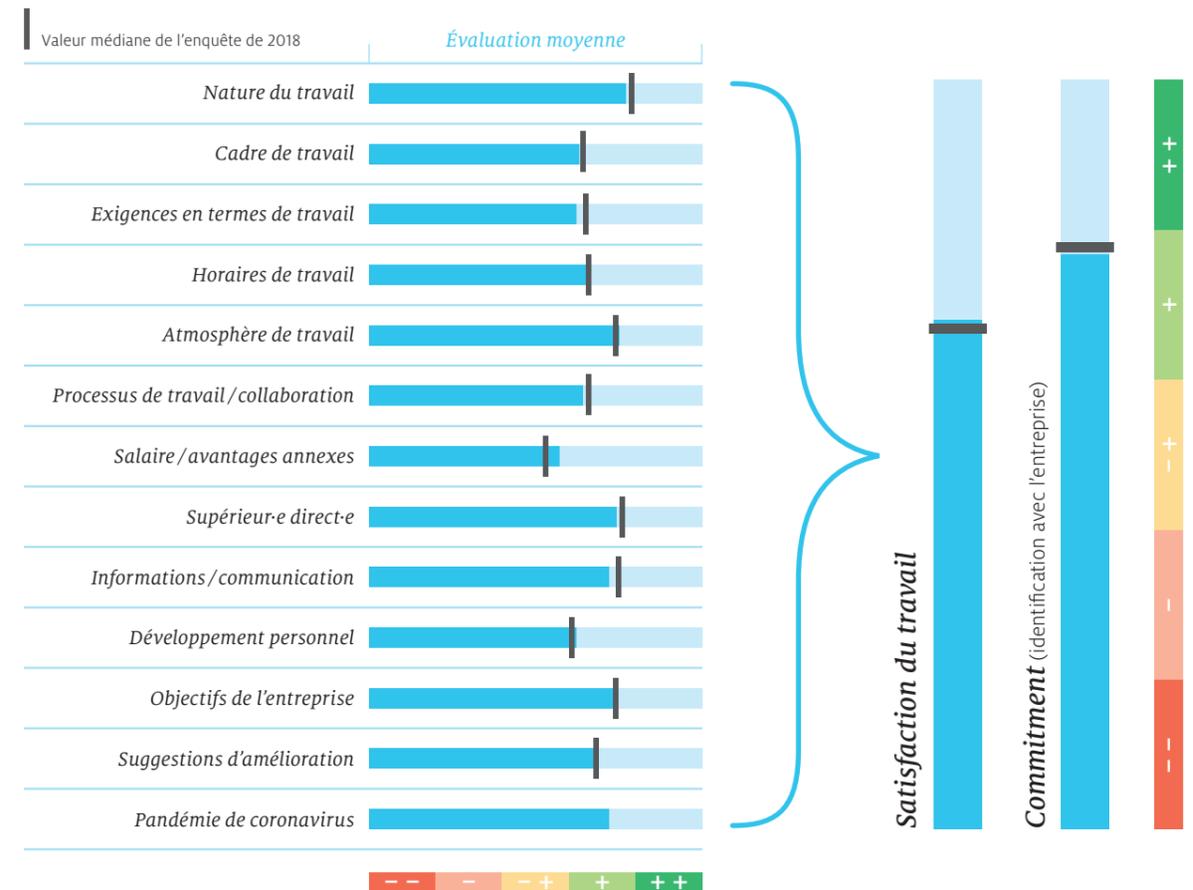
Que va-t-il se passer maintenant ?

L'étape suivante consistera à analyser de façon ciblée les résultats par unité et à définir des champs d'action. C'est sur la base de ces champs d'action que seront en fin de compte définies, en ultime étape, les mesures à prendre.

La majorité de ces mesures s'appliqueront au niveau des sites, voire des départements, comme ceci permettra d'en déployer les effets de façon ciblée.

« Lors du processus de définition des objectifs, le deuxième objectif pour 2022 sera déduit des résultats du sondage des collaborateurs et collaboratrices », explique Endrik Dallmann. « Une grande partie des responsables de la gestion élaborera en conséquence trois mesures propres sur la base des résultats du sondage lors de l'année à venir. Nous ancrerons ainsi plus fortement les perspectives acquises du sondage dans le quotidien de l'entreprise pour atteindre une mesurabilité encore améliorée. » • sh

Résultat par thème



Les familles sont les bienvenues chez Bell Food Group

Des rapports de parenté

Que ce soit en Roumanie, au Liechtenstein ou en Suisse, de nombreux sites de Bell Food Group sont des entreprises familiales au sens propre. En effet, des sœurs, frères, pères et fils, ou oncles et neveux travaillent dans la même entreprise. Quelques exemples montrent à quel point cela fonctionne bien.

1) Emmener la famille au travail

Nicoleta Scarlat est arrivée dès octobre 2002 chez Eisberg Roumanie pour travailler comme magasinière, suite à la recommandation d'une de ses connaissances. Elle a rapporté ses bonnes expériences à sa sœur Georgiana Mariana Mayer et c'est ainsi que cette dernière a plus tard également posé sa candidature auprès des experts de la salade.

Après quelques années communes dans la production, Nicoleta a été mutée dans la Vente. Les deux sœurs continuent cependant de se voir quotidiennement au travail.

« Pour moi, c'est un avantage d'avoir quelqu'un dans l'entreprise qui sache apprécier mon succès professionnel », explique Nicoleta.

Par contre, il est important pour les deux sœurs que le travail n'envahisse pas trop la vie privée. Georgiana, que tout le monde appelle simplement « Giuli », raconte : « Nous avons compris que ce n'était pas une bonne idée que d'emmener le travail à la maison – surtout du fait qu'il s'agit souvent de sujets plutôt désagréables. »

Les deux sœurs se voient toujours quotidiennement au travail.

2) Attention : risque de confusion !

Déjà, leurs parents travaillaient dans une boucherie qui était membre de Bell. Silvio et Daniel Strub ont alors débuté en 1981 leur formation de boucher chez Bell, l'entreprise qui offrait à l'époque le plus grand nombre de places d'apprentissage à Bâle. Au début, ces jumeaux ont occasionné pas mal de confusion. « Cela a duré assez longtemps jusqu'à ce que tous à l'abattoir aient compris que nous étions deux. », raconte Daniel.

Actuellement, comme ils travaillent dans différents domaines d'activité et à des sites différents, ils n'ont plus vraiment de points de contact. « Parler du travail pendant le temps libre ne nous pose aucun problème, comme nous ne pouvons pas nous échanger à l'intérieur de l'entreprise » explique Silvio. « Comme Daniel travaille dans les RH, les thèmes relatifs aux données personnelles sont bien sûr tabous. »

Et le risque de confusion est aussi maintenant moindre. Cependant, il faut parfois réfléchir à qui on a affaire quand on reçoit un appel d'un « Strub ». Les voix des deux frères sont difficiles à distinguer, selon les dires des collègues.



1) Georgiana Mariana Mayer, gestionnaire de la production et Nicoleta Scarlat, directrice Ventes & Marketing chez Eisberg Roumanie



2) Silvio Strub, gestionnaire de grand compte junior du département Vente de viande fraîche de Coop, et Daniel Strub, directeur de la masse salariale et des services de RH chez Bell Suisse



3) Filip Herceg, chef d'équipe Disposition et Stipe Herceg, chef de secteur Emballage chez Hügli

3) Une stricte séparation de la vie privée et de la vie professionnelle

Lorsque Stipe Herceg – chez Hügli depuis déjà 2012 – a appris que le département Préparation du travail recherchait du renfort, il a mobilisé son plus jeune frère. L'embauche a réussi et c'est ainsi que Filip Herceg travaille entre-temps aussi au site de Steinach, ceci depuis trois ans. Comme les deux ont tous les jours affaire l'un avec l'autre dû à la collaboration de la Production avec la Préparation du travail, ils se sont mis dès le début d'accord sur un point : ils sépareront de façon conséquente leurs vies privées et professionnelles. « Jusqu'à présent, cela a bien marché », dit Stipe. C'est tout de même un petit boulet de s'être fait amener par le grand frère. « À mon avis, on fait davantage d'efforts au travail

quand on a été recommandé par un membre de la famille et que celui porte ainsi caution de l'autre », témoigne Filip. En raison du même nom, des quiproquos se produisent au quotidien dans l'envoi de courriels. Heureusement, il n'est arrivé qu'une seule fois que l'un des frères remarque au cours d'une réunion qu'il n'était pas le bon Herceg pour le thème concerné.



4)
Cedric Bechler, adjoint administratif du département Marketing d'entreprise et Communication, Harry Bechler, directeur du Développement du personnel, et Frank Bechler, assistant de la direction du Secteur d'activité de Bell International



5)
Jean-Yves Pavoux, chef de la maintenance et Sylvie Ploivy, assistante industrielle

4) Plusieurs générations embarquées

Harry a été le premier membre de la famille à rejoindre Bell en 2000. Quelques mois plus tard, Frank signait également son contrat de travail. Et il ne devait pas être le dernier membre de la famille à la faire : alors que ses fils Marc, Leon et Adrian travaillaient temporairement dans l'entreprise, en plus de l'école et de leurs études, comme renforts les dimanches et pendant les vacances, le fils Cedric était en cours de formation chez Bell. Ce dernier travaille maintenant dans l'équipe Marketing d'entreprise / Communication.

Les frères excluent les thèmes sensibles.

Il arrive plutôt rarement que ce trio soit amené à travailler ensemble, du fait qu'ils sont affectés à des domaines très différents et que les trois passent également leur pause de midi avec des collègues de leur propre équipe. « J'aime



6)
Engin Yildiz, directeur de la Charge de matières sèches, Seref Yildiz, chef du service HF/C, et Cemil Yildiz, directeur du département Gestion des commandes de fabrication/Réapprovisionnement de matériau

cependant bien me faire inviter de temps à autre par mon père dans le restaurant des employés » confie Cedric.

Harry et Frank ne considèrent pas que parler de travail au cours de leurs rencontres personnelles soit un problème. « Nous n'avons pas besoin d'éviter ce thème, puisque nous avons plaisir à faire notre travail et que nous considérons que celui-ci prend tout de même une grande partie de la vie » dit Frank. Les deux frères sont cependant d'accord sur le fait qu'il faut exclure les thèmes sensibles.

Pour Harry, qui travaille dans la gestion du personnel, il est important que Bell offre la possibilité d'inviter des membres de la famille à travailler dans l'entreprise. « Cela parle pour nous, en tant qu'employeur, si des employés recommandent un emploi chez nous aux membres de leur famille », explique-t-il. C'est également ce qu'en pensent son frère et son neveu, qui sont tous deux si convaincus de Bell qu'ils ne recommanderaient pas seulement Bell comme employeur à des membres de la famille, mais également à leurs connaissances.

5) En contact du matin au soir

Sylvie Ploivy et son frère Jean-Yves Pavoux font partie de l'équipe du site de Saint-Symphorien-sur-Coise dans la région des Monts du Lyonnais depuis plus de 30 ans. Jean-Yves, qui travaillait auparavant à Annecy, a saisi l'occasion qui lui fut offerte en 1988 de se rapprocher de sa ville d'origine. Un an plus tard, sa sœur l'a rejoint pour s'occuper de l'accueil et de diverses autres attributions alors que le volume de travail augmentait. D'abord employés par l'entreprise Chevallier, le frère et la sœur ont ensuite vécu le rachat par Monsieur Polette puis l'intégration au sein de Bell France.

« Nous sommes en contact du matin au soir », constate Sylvie. « Que ce soit par téléphone ou au bureau, pour parler d'un dossier. » Si chacun rentre chez soi à midi pour déjeuner, ils partagent souvent des repas en famille et il leur arrive de passer des vacances ensemble. Quand un sujet professionnel leur tient à cœur, ils n'hésitent pas à l'aborder même dans ce cadre.

La prochaine génération a déjà pu se faire une idée de l'ambiance chez Bell, comme l'explique Jean-Yves : « Mes enfants et ceux de ma sœur ont déjà occupé des jobs d'été ici, dans les services administratifs ou à la production. Ce furent pour eux des moments riches en expériences et en échanges. »

6) Aucune différence entre frères et collègues

Le premier des frères Yildiz, Seref a débuté chez Hilcona en 1990. Six ans plus tard sont également venus se joindre Cemil, en avril et Engin, en octobre. Les trois frères travaillent aujourd'hui dans trois secteurs différents, mais se rencontrent tout de même de temps à autre dans le quotidien du travail. Dans ce cadre, ils ne font pas de différence entre frères et collègues. « Nous entretenons chez Hilcona de façon générale une bonne collaboration », témoigne Engin.

Le trio se rencontre souvent dans le quotidien du travail.

Ce trio pose par contre parfois des colles à leurs collègues, comme il n'est pas toujours facile de déterminer le « bon » Yildiz pour le problème concerné. « Il y a toujours des méprises dans le courrier, les messages électroniques et lors d'appels téléphoniques », rapporte Seref.

Lors de pauses de midi passées ensemble ou d'autres rencontres, les trois frères excluent autant que possible les sujets professionnels. « Ça ne marche pas toujours », raconte Cemil, « mais nous essayons autant que possible de séparer la vie professionnelle et la vie privée. »

Ils s'accordent autant sur ce point que sur le fait qu'ils recommanderaient Hilcona à d'autres membres de la famille : tous trois sont très satisfaits de leur employeur et apprécient le climat de travail familial ainsi que les bonnes opportunités de développement personnel offertes par l'entreprise. Les trois frères sont d'inconditionnels vieux routiers : si l'on compte ensemble toutes les années de travail de chacun, ils sont membres d'Hilcona depuis plus de 80 ans. • mr

La diversité est l'un des aspects faisant de plus en plus l'objet d'attention chez Bell Food Group

VIVE LA DIFFÉRENCE !

Le thème de la diversité est de plus en plus mis en exergue dans de nombreux domaines de la vie. Cela vaut aussi pour le monde du travail, dans lequel la prise de conscience pour la diversité augmente auprès du personnel et où des idées naissent pour la promouvoir. C'est également la politique de Bell Food Group qui s'engage dans de nombreux domaines pour l'égalité des chances et le bon vivre ensemble.

Notre monde est coloré. Et chacun-e de nous y contribue de par sa propre individualité : nous sommes des enfants, des adolescents ou des adultes. Nous sommes des hommes, des femmes ou avons une autre identité sexuelle. Nous avons un passé migratoire ou nos racines dans le pays où nous vivons actuellement. Nous vivons avec des restrictions liées à un état de santé ou non. Et bien d'autres aspects encore composent un individu.

Le concept de « diversité » est issu du mouvement de la « diversity » né aux États-Unis.

C'est pourquoi les sociologues ont forgé le terme de « diversité ». Celui-ci est autant utilisé pour décrire une société diversifiée que pour formuler l'objectif de reconnaître la multiplicité des êtres humains.

L'origine de ce concept est la « diversity » aux États-Unis. Ses racines remontent jusque dans les années 50, lorsque, dans le cadre du mouvement des droits civiques, des groupes se sont engagés dans la lutte contre la discrimination dans la société. Il en a peu après résulté de premières approches de gestion de la diversité.

De tels concepts visant à reconnaître et promouvoir la diversité en entreprise parmi les membres du personnel prennent de plus en plus d'importance. Ils ont en effet le potentiel d'améliorer l'atmosphère de travail, de promouvoir la satisfaction des collaborateurs et collaboratrices et même de réduire les congés de maladies et l'absentéisme. Sans oublier les

La diversité fait partie du quotidien de l'équipe Ultra-fraîcheur d'Hilcona

Ses membres viennent d'Espagne, d'Autriche, de Chine ou de Bulgarie, ... 17 nationalités en tout travaillent dans le secteur Produits de commodité ultra-frais d'Hilcona. Une partie de l'équipe de 95 personnes est dirigée par une jeune cheffe d'équipe : Sonja Vallaster, du haut de ses 26 ans, fait partie de la relève des cadres chez les Liechtensteiniens.

Elle est entrée dans sa nouvelle fonction il y a un an, après avoir travaillé avec quelques interruptions pour l'entreprise. « Au début, j'ai douté que mes collègues me respecteraient dans cette position. Mais cela s'est révélé être sans fondement », raconte cette cuisinière de formation.

Son équipe qui s'occupe de la préparation d'ingrédients pour les plats de commodité se compose actuellement de collaborateurs et collaboratrices provenant de six pays différents. Afin de faciliter la communication, elle s'impose l'auto-discipline de parler en haut-allemand et lentement.

Il n'est cependant pas complètement possible d'éviter les malentendus, comme le rapporte l'équipe de Sonja Vallaster : « Nous avons une fois dit à un collègue « Wir gehen alle in die Pause » (Nous faisons tous une pause), et il a compris « Wir gehen alle nach Hause » (nous rentrons tous à la maison) et n'est ainsi plus revenu après la pause. »



« Une grande équipe, de nombreuses langues – mais nous nous comprenons à merveille. »



« Je me réjouis d'être perçue comme une femme à part entière par mes collègues. »

« Les gens doivent pouvoir continuer de travailler sur toute la période de leur capacité professionnelle. »

nombreuses bonnes idées qui émergent dans un environnement dans lequel chacun-e a la possibilité d'exprimer sa personnalité sous toutes ses facettes.

Avec ses 12 000 employé-e-s environ, Bell Food Group est évidemment une entreprise qui rassemble les personnes les plus diverses. Ceci saute particulièrement aux yeux lorsque l'on considère le nombre de nationalités différentes : avec des ressortissants issus de 97 nations, depuis l'Afghanistan jusqu'à la République centrafricaine, des citoyens et citoyennes d'exactement la moitié de tous les pays de la Terre composent le personnel.

Et, bien sûr, différents sexes, tous les groupes d'âge en capacité professionnelle ainsi que des idéologies et qualités personnelles les plus diverses sont aussi représentés.

« Des expert-e-s affirment qu'une grande entreprise est suffisamment progressiste en matière de diversité lorsque le personnel reflète la société active », rapporte Endrik Dallmann, directeur des Ressources humaines de Bell Food Group. « Atteindre cet état est notre objectif au long terme. Comme nous sommes convaincu-e-s que l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices autant que l'entreprise ont des avantages à tirer d'une organisation diverse, dans laquelle l'égalité des chances et l'équité règnent. »

Le projet de diversité qu'Endrik Dallmann planifie en collaboration avec Birgit Schindinger, directrice des Ressources humaines du secteur des produits de commodité de la Suisse, et Tanja Degenhardt, coordinatrice des Ressources humaines de Bell Food Group met l'accent sur l'accroissement de la proportion de femmes dans les positions de direction.

Pour Monika Ritz, Geiser a représenté un précieux soutien pendant sa transition

Monika Ritz fait depuis 30 ans partie de l'équipe de Geiser AG. Au cours de cette période, elle n'a pas fait que franchir des étapes professionnelles dans cette entreprise spécialisée dans la fourniture de la gastronomie, mais également entrepris elle-même une grande transformation personnelle : sa transition a commencé il y a sept ans pour qu'Herbert devienne Monika. Cette personne âgée de 61 ans, qui travaille actuellement dans la préparation de livraisons, a pu compter sur le plein soutien de son employeur. En particulier, le directeur de l'entreprise Markus Bischof a activement été à ses côtés. Son témoignage : « Cela a été pour moi une expérience très positive d'accompagner si intensément la transition de Monika ainsi que de l'accompagner pas à pas autant dans ses préoccupations que dans sa satisfaction. »

C'est en particulier au début que la communication avec tout le personnel a été d'une grande importance. « Nous avons d'emblée signalisé en tant que cadres dirigeants à tous les collaborateurs et collaboratrices que nous secondions Monika à 100 pour cent et que nous l'accompagnerions et la soutiendrions au cours de ce processus. » Une stratégie qui a porté ses fruits et assuré une large acceptation dans l'équipe.

De plus, Geiser a planifié le travail et adapté à plusieurs reprises les domaines d'implication de Monika Ritz en fonction de la situation, ce dont les deux parties ont bénéficié. Le changement de nom officiel n'a ensuite plus été que le dernier petit pas à franchir pour achever la transition.

Trois questions à Monika Ritz

Madame Ritz, quand avez-vous pour la première fois parlé de votre transition à votre employeur ? Il y a eu un moment auquel j'ai été sûre que je voulais maintenant réaliser ma transition. Je me suis donc informée de la procédure nécessaire et l'ai engagée. J'ai alors rassemblé de la documentation avec des informations pour le service du personnel et demandé un entretien avec Markus Bischof.

Avec quelles attentes êtes-vous allée à cet entretien ? Pour moi, il était établi que je voulais absolument faire cette transition. Mais je voulais naturellement savoir comment l'entreprise le percevait. J'ai alors eu un très long entretien ouvert et positif avec Monsieur Bischof. Il m'a alors tout de suite signalisé que l'entreprise me seconderait et me soutiendrait sur mon parcours. Et c'est aussi ce qui s'est passé.

Avec quelle aisance parlez-vous actuellement de ce thème dans votre environnement professionnel ? Je me réjouis d'être maintenant perçue comme une femme à part entière par mes collègues. Le fait que j'ai été un homme est maintenant loin derrière moi et je pense que c'est aussi le cas pour mon environnement. C'est pourquoi je ne révèle plus ma transition que lorsque cela s'avère nécessaire. Je préfère que les gens m'acceptent tout simplement comme je suis.



Les possibilités de travail à domicile facilitent le quotidien de Karlheinz Schörg

Afin de faciliter autant que possible les activités professionnelles de Karlheinz Schörg, Bell Food Group lui a dès le début offert la possibilité de travailler dans une certaine mesure depuis son domicile. Comme le directeur des Tâches spécifiques de gestion est handicapé moteur. Pour se déplacer, il a besoin d'une canne, parfois aussi d'un fauteuil roulant.

Lorsqu'il vient au siège social de Bâle, il utilise un véhicule adapté aux besoins de personnes handicapées, pour lequel il dispose d'une place de stationnement à proximité de l'entrée. Heureusement, le bâtiment est en grande partie aménagé sans barrières si bien qu'il peut s'y déplacer pratiquement sans aucune difficulté.

Les choses se configurent souvent différemment lorsque ce gestionnaire part en voyage d'affaires. « Lorsque je ne peux pas prendre ma propre voiture, il est parfois difficile d'obtenir un véhicule de location adapté », explique Karlheinz Schörg. « De plus, tous les sites de Bell Food Group n'offrent pas la même accessibilité pour les personnes à mobilité réduite que le siège social. Dans certains cas, il n'y a par exemple aucun ascenseur ou il ne me reste plus qu'à utiliser les monte-charges. »

« Nous préparons pour l'année à venir un projet partiel concret pour soutenir plus fortement les femmes dans leur développement professionnel tout au long de leur carrière, les préparer aux tâches de gestion et, en fin de compte, augmenter la proportion de femmes dans l'équipe de gestion », explique Endrik Dallmann. « Comme, chez Bell Food Group, nous accordons une grande valeur au développement à l'intérieur de notre propre entreprise, cela signifie également que nous devons dès la base assurer une composition diversifiée – donc au niveau du recrutement d'apprenti-e-s et de jeunes talents. »

L'objectif de l'ensemble du projet sera de développer auprès des collaboratrices et collaborateurs et, en particulier des responsables de la gestion, une conscience de l'importance de la diversité et de l'inclusion. Pour toutes les personnes impliquées, il est évident que les succès ne seront remportés que sur le long terme. Cela se remarquera par exemple à la proportion de femmes dans les fonctions de gestion ; la faible fluctuation dans ce domaine fait obstacle à un changement rapide.

Un autre groupe de personnes faisant l'objet d'attention de la part d'Endrik Dallmann et de son équipe en égard au thème de la diversité sont les personnes âgées ou aux capacités physiques limitées. « Il est pour nous important de

Lorsqu'il a besoin d'aide, il peut cependant compter sur son environnement. « J'ai déjà rencontré nombre de collègues extrêmement serviables qui m'ont par exemple porté quelque chose », relate-t-il. Aussi, son supérieur Marko Pirc, directeur des Finances et Gestion chez Bell Suisse, a toujours une oreille ouverte pour les problèmes personnels, et pas seulement ceux de Karlheinz Schörg.

Les possibilités étendues de travail à domicile ont fortement délésté Karlheinz Schörg en cette période de pandémie. Pour ce transfrontalier habitant en Allemagne, les régulations autant de Bell que gouvernementales détermineront si ces conditions de travail resteront possibles.

Karlheinz Schörg voit en revanche un potentiel d'amélioration concernant l'équipement de bureau. « La qualité des postes de travail et, en particulier, des sièges est très contrastée », explique cet homme de 54 ans. Cependant, lui-même n'a pas encore trouvé le siège idéal pour son bureau à domicile. « Mon siège idéal serait le siège de ma voiture vissé sur un cadre », plaisante-t-il.

donner à nos employé-e-s sur toute la période de leur capacité professionnelle un travail qui soit adapté à leur situation individuelle », dit le directeur des RH.

C'est pourquoi de nombreuses solutions sont en cours d'élaboration pour créer des postes de travail répondant aux différentes situations. Pour les collaborateurs et collaboratrices, cela signifie l'affectation d'un travail adapté à leurs besoins et dans lequel ils et elles peuvent transmettre aux jeunes leur savoir et expérience. De plus, l'entreprise peut ainsi prévenir des goulots d'étranglement en temps de pénurie de main d'œuvre.

La composition multinationale du personnel est un champ de diversité dans lequel Bell Food Group est bien avancé depuis déjà des décennies. Du fait que, comme précédemment mentionné, littéralement la moitié du monde est représentée dans l'entreprise.

La gestion des barrières linguistiques y est ainsi déjà bien éprouvée. À cet effet, et selon la situation sur place, une offre de cours de langue et de la documentation traduite soutient l'intégration des collègues qui ne maîtrisent pas encore la langue nationale. Et, bien sûr, on s'entraide, comme le montre l'exemple de l'équipe Ultra-fraîcheur d'Hilcona. • *mr*

« J'ai déjà rencontré nombre de collègues extrêmement serviables. »

Les employé-e-s de Bell Food Group s'expriment sur le thème de TopX

Lorsque des possibilités se transforment en objectifs concrets

De nombreux sites de Bell Food Group travaillent en ce moment intensément à des améliorations dans le cadre de TopX. Quelques employé-e-s témoignent ici de leurs expériences personnelles du processus d'optimisation et du potentiel qui s'est déployé dans leur domaine de compétence.



« Grâce à TopX, j'ai considéré les personnes sur notre lieu de travail sous un nouvel angle. Le dialogue à propos de problèmes et de solutions révèle souvent que la combinaison de différentes perspectives conduit à un meilleur résultat et que l'on peut vraiment prendre du plaisir au travail. TopX a permis à notre équipe

une collaboration active et orientée solution, dans laquelle chacun et chacune peut apporter ses idées.

Forts de ce savoir-faire, nous parvenons de mieux en mieux à simplifier les processus et à réduire la charge de travail. À cet égard, le potentiel ne réside pas dans une seule mesure, mais dans la somme des idées du groupe tout entier et le résultat ne se base pas sur le savoir d'une seule personne, mais reflète le succès de l'équipe. »

*Pascal Koch, Chef de la Production
Coupelles et Préparation du travail chez Eisberg, Dällikon*



« TopX est pour moi un mode d'approche holistique, pour ainsi dire, une philosophie nous accompagnant au quotidien. Il réunit les structures, méthodes et voies d'action des approches LEAN, TPM et TQM en les adaptant spécifiquement aux besoins de Bell Food Group. En tant qu'experte locale de TopX, j'ai la chance de pouvoir puiser

dans le stock de connaissances et de méthodes pour faire avancer les sujets prioritaires avec la participation de toutes les personnes travaillant chez Hilcona Schaan.

Je suis en fin de compte constamment confrontée à de nouveaux défis qui se transforment en objectifs réalistes grâce à cette méthode. Le souci de durabilité y prend une place particulière : nous nous concentrons sur ce qui nous fait avancer et nous y attachons de sorte à en assurer une réalisation durable et à long terme. Je prends à cœur ce principe autant dans ma vie professionnelle que dans ma vie privée. Ce qui a été réalisé porte ainsi rapidement des fruits tangibles et motive tous les jours à rester dans la course. »

Christina Frank, Responsable de l'optimisation de projets chez Hilcona, Schaan

« Au début, nous étions plutôt méfiants, comme nous ne savions pas à quoi nous attendre avec TopX ou ce qui nous reviendrait à faire dans le cadre du programme. Au cours du temps, nous avons reconnu que de petites améliorations permettaient d'atteindre des effets considérables. C'est ainsi que nous avons par exemple réalisé des économies notables en mettant en œuvre des projets ciblés. L'amélioration de la structure que nous avons instaurée avec «5S» (p. ex. ordonner, ranger, dépeussier, rendre évident et être rigoureux) conduit au bout d'un certain temps à l'amélioration de l'environnement de travail dans lequel règne davantage d'ordre et qui épargne la recherche de matériel.

Notre satisfaction s'en est également accrue. À ceci vient s'ajouter la réunion d'atelier hebdomadaire qui nous procure une plus grande transparence des processus. Nous trouvons bon de pouvoir à tout moment présenter de nouvelles idées qui seront éventuellement mises en œuvre après évaluation. »

(De gauche à droite) Joachim Feldkamp, Responsable de la gestion de la sécurité au travail et de la protection anti-incendie, Dennis Tillner, Vice-directeur du département Production, Hans-Joachim Falk, collaborateur de la Production, Bernd Kaper, collaborateur de l'Expédition, Bell Allemagne, usine d'Edeweicht



« TopX a permis d'instaurer une structure plus claire et un meilleur flux d'informations dans mon domaine de travail. Y contribuent entre autres les réunions hebdomadaires au déroulement programmé, à la fois respecté et mis en œuvre. Elles font entre-temps partie de la routine et sont devenues un instrument de

communication essentiel permettant aux employé-e-s de s'informer et de se faire entendre. Viennent s'y ajouter une méthode de travail optimale basée sur TRAPSA, ainsi que la diligence requise et la clarté des objectifs durant l'élaboration des projets ciblés.

En outre, TopX a chez nous apporté une optimisation des postes de travail en égard au temps de travail et à l'ergonomie. Les idées des employé-e-s, évaluées et concrétisées dans le cadre du système de suggestions, donnent à l'équipe le sentiment d'être écoutée et impliquée dans le processus d'amélioration du département. »

*Emmanuel Schmidt, Vice-directeur Nettoyage/Emballage
Viande fraîche chez Bell Suisse, Bâle*



« L'instauration de TopX a encouragé la recherche de contact et tonifié les échanges entre les départements. La composition interdépartementale du noyau de l'équipe TopX me donne l'opportunité d'entretenir un échange encore plus étroit avec mes collègues de Steinach. Les réunions mensuelles du noyau de l'équipe TopX me soutiennent au cours des phases de mes propres projets et m'éclairent sur les étapes successives, par la définition, par exemple, des premiers jalons.

J'apprécie grandement le déroulement structuré et le ciblage précis vers plus d'efficacité et d'efficacité en production. Garder le contrôle des processus quant à la qualité, le temps et les coûts représente de façon générale un challenge. Avec TopX, de nouveaux instruments se sont présentés à moi, que j'ai pu également utiliser et qui m'ont aidé à mieux contrôler et optimiser la création de plus-value en production.

La structure de réunion nouvellement instaurée nous permet de mieux impliquer les employé-e-s dans les processus en cours afin de les rendre partiellement responsables dans leur domaine. »

*Roman Schläpfer, Directeur de la production
chez Hügli, Saint-Gall*



Protection du climat dans les projets de construction

CONSTRUIT ENTièrement SELON LE PRINCIPE DE LA DURABILITÉ

En tant que grande entreprise de production, Bell Food Group a la responsabilité particulière de contribuer à une meilleure protection du climat. Un regard sur différents projets de construction pour le groupe montre qu'il est aussi possible de contrer le changement climatique au niveau du mode de construction.

Bell Food Group prend la responsabilité du bien-être des générations futures. Un aspect central en est l'économie des ressources.

La clé du succès économique et de la pérennité

« La durabilité est à la base de notre conduite, mais aussi la clé d'une réussite économique et de la pérennité de notre entreprise », explique Samuel Widmer, chef de projet Gestion de l'environnement et de la durabilité.

La nouvelle stratégie de durabilité qui sera présentée dans sa toute nouvelle forme l'année à venir prévoit de concentrer davantage l'attention sur une exploitation efficace des vecteurs énergétiques ainsi que sur une production autant que possible exempte de sources d'énergies fossiles.

Les fruits de cette stratégie sont déjà constatables dans les projets de construction en cours et ceux déjà achevés. « Nous nous focalisons sur l'accroissement de l'efficacité énergétique, l'exploitation des potentiels des rejets thermiques et l'utilisation d'énergies renouvelables », dit Roger Peier, chef de projet Énergie et environnement chez Bell Suisse.

Peter Ritzer, chef du Service technique chez Hilcona à Schaan, en cite un exemple : « L'énergie économisée grâce à la mise en œuvre de nos pompes à chaleur permet de chauffer et d'alimenter 200 maisons privées en eau chaude. » L'entrepôt frigorifique de Bell à Oensingen émettra 50 pour cent moins de CO₂ que les installations précédentes lorsqu'il sera mis en service. La suppression de petites chambres froides et la concentration sur un seul site réduit la consommation énergétique et accroît de ce fait l'efficacité. « Pour l'exprimer simplement : plus une chambre froide est grande, moins d'énergie est nécessaire par emplacement d'entrepôt », explique Beat Schmutz, gérant de SSP KÄLTEPLANER AG, l'entreprise chargée de la planification du nouveau système de refroidissement. Le fluide frigorigène utilisé est l'ammoniac, une substance naturelle, qui garantit dans les installations de cette taille la plus haute efficacité sans être polluante, contrairement aux fluides frigorigènes synthétiques. « C'est le processus en circuit que nous connaissons déjà des installations que nous avons jusqu'à présent à Bâle, cependant les nouveaux compresseurs et moteurs, autant que

Avec l'énergie produite par les panneaux solaires, le site d'Eisberg à Gyál, en Hongrie, couvre un quart de sa consommation énergétique.



l'ensemble du système, consomment beaucoup moins d'énergie », explique Beat Schmutz. Une énergie qui sera à l'avenir produite entre autres par l'installation photovoltaïque installée sur le toit de la nouvelle chambre froide.

De l'énergie durable est également fournie par les panneaux solaires du site d'Eisberg, à Gyál, en Hongrie. L'installation sur le toit produit en moyenne 230 000 kilowatts-heures (kWh) par an. « L'énergie que nous produisons ainsi couvre un quart de notre consommation », rapporte Zoltán Gazsi. Un nouveau système de filtration d'eau est planifié pour l'année à venir. Le nouveau bâtiment d'Eisberg à Marchtrenk dispose d'une installation de prétraitement en vue d'un conditionnement des eaux usées respectueux de l'environnement. Comme l'explique Elena Fanton, assistante de la direction de l'entreprise d'Eisberg Autriche, un nettoyage multiphase économe en eau avec reconditionnement de l'eau sur les lignes de production permet d'économiser jusqu'à 30 pour cent d'eau.

Dans l'usine de production de jambon de Serrano à Fuensalida, à environ 60 kilomètres de Madrid, il est prêté une attention particulière à une utilisation économe de l'énergie pour le séchage de ces produits raffinés. « Lorsqu'on a besoin d'une température de 25 degrés Celsius et d'une humidité de l'air de 60 pour cent dans les chambres de séchage, le système contrôle d'abord les conditions hors du bâtiment. Autant que possible, nous utilisons directement l'air extérieur pour éviter un processus d'affinage énergivore », explique le directeur du marketing Rodrigo

Fernández-Mazarambroz. Des installations photovoltaïques sont actuellement installées à Fuensalida et deux autres sites en Espagne.

Mais revenons dans la fraîcheur du Nord : le thermomètre dans les chambres froides de la production volaillière de Zell indique en permanence 2 degrés Celsius. Dans le même temps, de l'eau à 85 degrés Celsius est nécessaire à la production. Une pompe à chaleur à l'ammoniac de la dernière génération utilise les rejets thermiques du système de refroidissement pour le chauffage de cette eau. « Nous

économisons ainsi 170 000 litres de fioul et épargnons l'émission de 500 tonnes de CO₂ par an », selon Roger Peier. Non seulement la production, mais toute la commune bénéficie de cette génération de chaleur à la fois efficace et respectueuse de l'environnement. Le bâtiment de l'école et la salle de sport de la localité sont raccordés au système par une conduite de chauffage urbain. Grâce à cette solution, la commune a pu renoncer à la construction d'une nouvelle installation de chauffage. Et ceci n'est que l'un des nombreux exemples montrant que les efforts en faveur de la durabilité se rentabilisent pour tous. • ap

Le nouvel entrepôt frigorifique d'Oensingen (CH) émettra à l'avenir jusqu'à 50 pour cent de CO₂ en moins que les installations précédentes.

Les efforts en faveur de la durabilité se rentabilisent pour tous.

Petit lexique des habitudes alimentaires

Ovo, lacto, omnivore – hein, quoi?



Les cultures alimentaires évoluent. Les modes d'alimentation d'aujourd'hui sont tout autres qu'une bouillie uniformisée. Qu'est-ce que cela signifie lorsque votre voisin de table se présente comme fruitarien? Et qu'est-ce que Pythagore commanderait au restaurant? Ce petit lexique dresse la table avec les éléments associés aux différentes habitudes alimentaires, régimes et pratiques nutritionnelles. Une synopsis non exhaustive. • ap



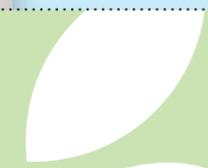
Régime détox

« Détox » est la forme abrégée de « détoxication ». Un régime détox est censé libérer le corps de substances toxiques et simultanément s'attaquer aux kilos en trop. Il ne prévoit pas de jeûne ni de renoncer complètement à des aliments solides. Les thés, tisanes et l'eau, ainsi que les jus de fruits et légumes frais sont permis. Une autre variante du régime prévoit l'absorption d'aliments alcalins uniquement, comme des carottes, des épinards, des tomates ou des bananes. La science n'a jusqu'à présent pas apporté de preuves que ce régime pouvait effectivement détoxifier le corps.



Flexitarisme

Les flexitarien-ne-s sont considéré-e-s comme des omnivores flexibles ou semi-végétariens, comme ils et elles ne renoncent pas complètement aux plats contenant de la viande. Leur consommation est néanmoins réduite de façon raisonnée et se limite de préférence à la viande de volaille et de bœuf maigre. Les flexitarien-ne-s sont en particulier réticente-s concernant les produits transformés. Le plan alimentaire hebdomadaire peut par exemple inclure deux jours sans consommation de viande. Un-e flexitarien-ne ne risque aucun déficit nutritionnel comme c'est éventuellement le cas avec d'autres régimes alimentaires.



Fruitarisme

Parmi ces régimes, le fruitarisme est vraisemblablement le régime soumis aux règles les plus strictes. Les fruitarien-ne-s renoncent en effet non seulement aux aliments d'origine animale, mais ils et elles appliquent le même raisonnement pour les plantes. Toute plante détruite pour la récolte est taboue. L'assiette ne doit contenir que ce qui est cueilli. Une légende rapporte que feu Steve Jobs, cofondateur de l'entreprise Apple, se nourrissait par périodes exclusivement de fruits. Le logo iconique de la pomme mordue serait l'expression de cette phase de sa vie.



Régime « low-carb »

Peu attrayant pour les amateurs de spaghetti : le régime low-carb renonce en majeure partie aux aliments contenant des glucides. Des aliments comme la viande, le poisson, les produits laitiers et les légumes y sont consommés au lieu de pâtes, de pain et de pommes de terre. Les graisses et protéines remplacent les glucides qui sont absents de ce régime. Les représentants de ce régime prétendent avoir trouvé dans le renoncement aux glucides un moyen d'éviter les maladies de civilisation et le surpoids. À cet égard, les controverses concernant les bénéfices de ce régime n'ont d'égal que l'enthousiasme des adeptes de la suppression des glucides dans leur alimentation.

Régime méditerranéen

L'alimentation méditerranéenne se trouve actuellement en tête du classement des régimes tendance. De grosses portions de légumes frais, de salade, de fruits à coque, de poissons gras et d'huile d'olive remplissent les assiettes telles qu'elles pourraient être servies en Italie, en Espagne ou en Grèce. La viande rouge et les produits laitiers n'y sont consommés qu'en quantités modérées. Il est également conseillé de faire preuve de retenue dans l'utilisation de sel et de sucre. Par contre, un verre de vin rouge de temps à autre est une composante du régime méditerranéen. L'UNESCO l'a déclaré comme patrimoine culturel immatériel de l'humanité en 2010.

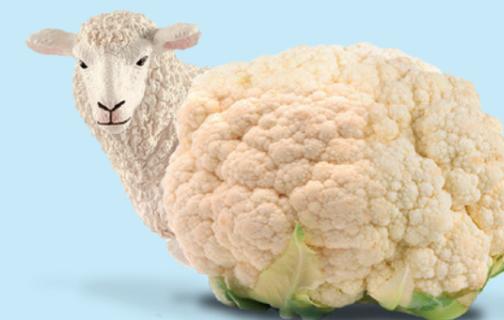


Régime paléo

Ceci est l'une des formes du régime low-carb qui prévoit de ne manger que ce qui atterrirait vraisemblablement dans nos estomacs à l'aube de l'humanité. Beaucoup de viande, de poisson, d'œufs, de fruits à coque, de champignons, de légumes et de fruits sont au menu. Les produits transformés sont tabous ainsi que les céréales et les produits laitiers. L'absorption de glucides est fortement réduite et l'énergie est principalement acquise à partir de graisses et de protéines. Alors que des stars d'Hollywood jurent par ce régime « de l'âge de la pierre », les médecins avancent que le déséquilibre de cette alimentation nuit davantage à la santé qu'elle ne permet de perdre du poids.

Végétarisme

L'histoire du végétarisme remonte à l'antiquité. En effet, on rapporte que le philosophe et mathématicien Pythagore renonçait à la viande, il y a deux mille cinq cents ans de cela. De nos jours, on distingue différentes variantes du végétarisme, avec, comme dénominateur commun, une alimentation sans viande. Alors que les lacto-végétariens consomment du lait, des produits laitiers et du fromage, mais renoncent aux œufs, c'est l'inverse pour les ovo-végétariens. Les pescétariens ne mangent pas de viande, par contre du poisson et tous les aliments produits par des animaux vivants. Et les crudivores mangent leurs mets végétariens sans jamais les cuire.



Véganisme

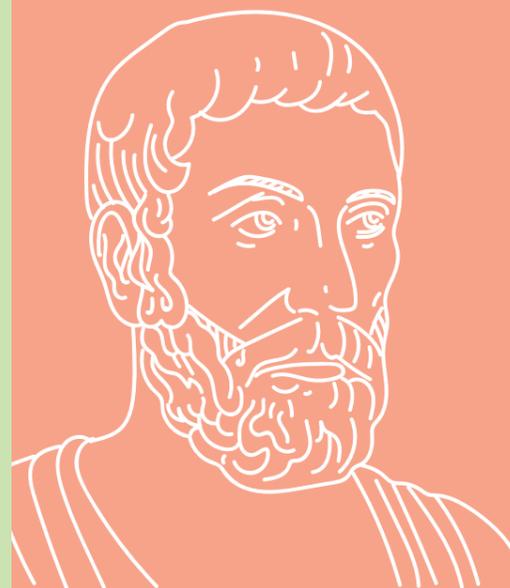
Les véganes renoncent autant à la chair animale qu'aux aliments produits par des animaux. Leur assiette ne contiendra ni viande, ni poisson, ni miel, par contre des légumes, des fruits, des céréales, des légumes secs, des fruits à coque, des graines et des graisses végétales. Les véganes refusent également en général l'utilisation d'autres produits d'origine animale comme la laine, la soie et le cuir. C'est le bien-être animal qui est au cœur de ce régime alimentaire.

C'est le bien-être animal qui est au cœur de ce régime alimentaire.

Pour assurer une absorption de tous les nutriments en quantité nécessaire dans une alimentation purement végétale, les diététiciens recommandent de bien s'informer sur les sources alternatives de nutriments.

Omnivorisme

« Il faut manger de tout » est la devise de l'omnivore concernant son régime alimentaire de prédilection. La majeure partie de la population mondiale se compose d'omnivores. Cela signifie que la majorité des êtres humains se nourrit d'aliments d'origine autant animale que végétale. La chercheuse dans les tendances et nutritionniste Hanni Rützel prédit un nouvel omnivorisme « véritable ». Celui-ci gagnera les adeptes de technologie alimentaire, qui s'alimenteront, eu égard aux nouveaux développements, de plus en plus de produits à base d'algues, de mycoprotéines et d'insectes. Ces personnes profiteront de la pleine diversité des nouveaux aliments. Hanni Rützel les appelle les « véritables omnivores ».





Des premières de produits pour la fin de l'année

ENCORE DU SAVOUREUX POUR CLÔTURER L'ANNÉE

Pour faire le plein d'énergie au petit-déjeuner avant la dernière réunion de l'année, un repas festif de Noël en famille ou pour un petit remerciement gourmand pour les clients de restaurants, Bell Food Group ne manque pas de procurer du plaisir savoureux sur la dernière ligne droite de l'année. • *mr*

Bell Pologne
Pastrami finement épicé

Le pastrami, particulièrement populaire comme garniture de sandwich aux États-Unis, tire son origine de l'Europe de l'Est. Et Bell Pologne l'y rappelle. La nouveauté pour rayons de libre-service est fabriquée à partir de la meilleure viande de bœuf et préparée en douceur. Les tranches finement épicées ne se dégustent cependant pas seulement sur une tartine de pain, mais fera également un bel effet, par exemple, sur une assiette d'entrée festive.

Bell Suisse
Un tendre rôti d'épaule de veau à cuisson lente

Pour que les cuisiniers et cuisinières inexpérimenté-e-s puissent également à coup sûr réussir leur menu de fêtes, Bell ajoute, temporairement pour la période de Noël, un rôti d'épaule de veau à son assortiment « slow cooked » pour la Suisse. Le morceau de viande de veau de la meilleure qualité suisse est précuit en douceur à basse température pour une parfaite tendresse. Seulement quelques apprêts supplémentaires suffiront pour servir le rôti de Noël en moins de 15 minutes.

Eisberg Autriche
Cinq délicieux casse-croûtes

Eisberg avec cinq nouveaux sandwiches garnis assure en Autriche que les petites faims ne deviennent pas plus grandes. En plus du « Sandwich au rôti de porc », du « Sandwich au pain de viande de Neuburg » et du « Sandwich avec préparation de fromage frais et de fromage de montagne », l'assortiment comprend également deux variantes véganes, avec un « Sandwich avec préparation de fromage frais végétalien et au fenugrec » et le « Sandwich aux tranches délicieuses végétaliennes ». La parfaite collation comme deuxième petit-déjeuner au bureau ou sur le trajet des vacances d'hiver.

SLOW COOKED
KALBS-SCHULTERBRATEN
RÔTI D'ÉPAULE DE VEAU



Hilcona La grande diversité veggie

Ceux et celles souhaitant renoncer aux produits d'origine animale, mais pas au plaisir, trouveront maintenant un choix encore plus étendu chez Hilcona. Ainsi, les deux nouvelles variantes « Houmous nature » et « Houmous piquant » invitent à la trempette. Du tahini, du cumin et d'autres épices typiques, comme du piment pour la version piquante, viennent composer l'arôme oriental de cette crème de pois chiches.

Une version fumée vient de plus étendre l'assortiment de tofu des Liechtensteiniens. L'arôme distinctif de cette nouveauté est obtenu par fumage pendant plusieurs heures au-dessus de bois de hêtre dans l'atelier de fabrication de tofu d'Hilcona Taste Factory à Landquart.

Les falafels font partie des produits de substitution de viande les plus connus en dehors du tofu. Hilcona en propose également une variante : les boulettes de pois chiche sont déamment agrémentées de cumin, persil et d'oignons à la mode libanaise et développent d'épatants arômes de grillé lors de la préparation.

De plus, ces nouvelles boulettes de légumes confectionnées à l'atelier de l'« alimentation meilleure » permettent de faire le plein de protéines sans consommer de viande. Les petites bouchées rondes contenant des grains de maïs et des petits pois ainsi que des fins cubes de carottes prennent une couleur dorée et développent un délicieux arôme en quelques minutes dans la poêle ou au four.



Hilcona

Quatre salades classiques en bol

« Wärschafft » (ceux qui ont un dur labeur), comme disent les Suisses alémaniques, ont besoin d'énergie. Le nouveau « (Wärs)chafft Bowl » d'Hilcona y pourvoit : cette nouveauté réunit en un bol les quatre salades traditionnelles favorites de la Suisse, à savoir la salade de coquillettes, la salade de pommes de terre, la salade de saucisse et fromage et la salade de carottes. La parfaite solution pour tous ceux et celles en proie au dilemme de quelle salade choisir aujourd'hui pour la pause de midi.



Hügli

Boules de chocolat en boîte collection

Comme friandise avant le coucher à l'hôtel ou comme petit accompagnement au café ou au restaurant – les gastronomes auront toujours une douceur à disposition pour surprendre leurs clients avec les boulettes de chocolat raffinées suisses d'Hügli. Et ce n'est pas seulement le contenu qui épatte : la boîte de Noël en édition spéciale est une véritable pièce de collection que l'on aimera garder pour d'autres utilisations.



Le Swiss Vegan Award décerné au « The Green Mountain »

L'équipe de « The Green Mountain » a pu se réjouir de monter sur le podium du Swiss Vegan Award après avoir occupé la position de tête. Leurs produits gourmands véganes ont reçu le prix « Nouveauté de l'année ». Lors du vote pour la catégorie « Salty Food », le « fromage d'Italie » de la marque a de plus remporté la troisième place.

Le jury et la clientèle participant se sont tous accordés sur l'appréciation que « The Green Mountain » offre une combinaison convaincante de plaisir, de « Swiss made », d'innovation et de raffinement.



« Ce prix exceptionnel récompense le fantastique travail de toute l'équipe au cours de l'année passée », se félicite Werner Ott, Directeur de la jeune manufacture. « Le fait de récolter en seulement une année le prestigieux titre de « Swiss Vegan Award – Nouveauté de l'année » prouve dans une grande mesure que notre équipe des montagnes suisses ne se satisfait que de l'excellence. »



Eisberg démarre une campagne de donations pour les personnes touchées par le cancer du sein

Tous les ans en octobre, de nombreuses organisations du monde entier attirent l'attention sur le thème du cancer du sein. Eisberg Hongrie a cette année fait partie des protagonistes. L'entreprise a exclusivement lancé pour le mois de la campagne le « Pink Mix », une croquante salade composée dans un sachet rose portant le ruban symbolique. Pour chaque produit de cette catégorie vendu, l'entreprise a versé cinq forints à une association qui consacrera ces fonds à l'acquisition d'un lecteur de veines pour le département d'oncologie de l'hôpital Szent György à Székesfehérvár.

« Après avoir parrainé la « Race for the Cure », le plus grand événement au niveau européen dédié à la santé des femmes, nous avons voulu cette année voir plus grand », rapporte Laura Spielmann, Directrice du marketing chez Eisberg Hongrie. « Grâce à une marque forte, nous avons pu attirer encore davantage d'attention sur le problème et cela a encouragé nos consommateurs à nous soutenir dans cette campagne humanitaire. »

Le concept intégral d'Hügli pour la préparation de Noël

Les gastronomes à la recherche d'inspiration pour faire des fêtes de famille et d'entreprise un événement culinaire inoubliable malgré les conditions actuelles en trouveront pour leur compte chez Hügli. Le nouveau concept pour la saison festive comprend entre autres un matériel de communication personnalisable, des idées d'événements ainsi que des recettes cadeaux pour les clients.

Les clients d'Hügli se voient ainsi délectés dans cette période souvent agitée sur la dernière ligne droite de l'année grâce à du matériel de communication personnalisable en différents designs hivernaux. L'offre comprend entre autres des cartes d'invitation et de menu, des prospectus ainsi que des images numériques pour les annonces sur réseaux sociaux.

De plus, Hügli présente à ses clients dans le cadre de ce concept quelques suggestions de fêtes créatives, comme des barbecues d'hiver ou l'« Apéro Delivery » pour l'afterwork de Noël, avec lesquels le caractère festif ne souffrira pas du respect des règles de distancement social.

Les experts des arts culinaires fourniront ainsi cette année pour la première fois à leurs clients des services de restauration des secteurs de la gastronomie, du service traiteur et de la restauration pour collectivités, un service festivités tout-en-un sans soucis.



Anniversaires de service

LOOK! félicite les employé-e-s fêtant leur anniversaire de travail des mois de décembre 2021 à février 2022.

Bell Suisse

20 années de service

Christian Demuth, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Joao Dos Santos Guedes, 1^{er} décembre, Bell, Cheseaux
Milka Marinkovic, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
David Petraglia, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Leonardo Sabella, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Estelle Lallemand, 10 décembre, Bell, Bâle
Maria Oliveira Machado, 10 décembre, Bell, Bâle
Florent Ritter, 10 décembre, Bell, Bâle
Angélo D'Amico, 17 décembre, Bell, Bâle
Barkaham Boulekhokh, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Nadine Camus, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Cyrille Grosjean, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Olivier Kern, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Frédéric Lucas, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Marc Richter, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Emmanuel Velasco, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Thierry Wetzel, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Marlis Wunderlin, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Maria de Lurdes dos Santos Alves de Melo,
 7 janvier, Bell, Chermignon
David Hochster, 14 janvier, Bell, Bâle
Evelin Lingg, 16 janvier, Bell, Zell
Jorge Freitas, 21 janvier, Geiser A, Schlieren
Mickael Schmid, 21 janvier, Bell, Cheseaux
Andreas Peter, 1^{er} février, Bell, Bâle
Aomar El Ghazy, 4 février, Bell, Oensingen
Julian Schmitt, 4 février, Bell, Bâle
Johnny Filali, 11 février, Bell, Bâle
Olivera Jovanovic, 11 février, Bell, Cheseaux
Astrit Mamudi, 11 février, Bell, Oensingen

25 années de service

Laurent Faucampre, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Christian Fontaine, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Quoc Kiem, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Maurice Waltz, 1^{er} décembre, Bell, Bâle
Gorge Premra Gnanapragasam, 6 janvier, Bell, Bâle
Chantal Fino, 27 janvier, Bell, Bâle
Martin Glauser, 1^{er} février, Bell, Zell
Eric Bientz, 3 février, Bell, Bâle
Sirin Kismetli, 3 février, Bell, Bâle

30 années de service

Amilcar Domingues, 1^{er} décembre, Bell, Cheseaux
Joerg Kofmel, 1^{er} décembre, Bell, Oensingen
Radisa Martinovic, 1^{er} décembre, Bell, Oensingen
Jean-Luc Leduc, 3 février, Bell, Bâle

35 années de service

Christoph Schatzmann, 1^{er} janvier, Bell, Bâle
Rolf Anti, 5 janvier, Bell, Bâle
Urs Probst, 5 janvier, Bell, Oensingen
Urs Graf, 1^{er} février, Bell, Bâle
Markus Oes, 1^{er} février, Bell, Bâle

Départs en retraite

Werner Zitzwitz, 30 novembre, Bell, Bâle (*addendum*)
Béatrice Dennecker, 31 décembre, Bell, Bâle

Départs en retraite anticipée

Beat Arnold, 31 décembre, Bell, Zell
Patrick Braconi, 31 décembre, Bell, Bâle
Patricia Joyeux, 31 décembre, Bell, Bâle
Mario Laino, 31 décembre, Bell, Bâle
Marius Manetsch, 31 décembre, Bell, Oensingen
Rene Schmutz, 31 décembre, Bell, Zell
Elisabeth Wyser, 31 décembre, Bell, Oensingen
Vitore Mirakaj, 31 janvier, Bell, Zell

Bell International

20 années de service

Patricia Mialhe, 3 décembre, Bell, Teilhède
Annerose Gebler, 1^{er} janvier, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing
Matthias Ibertsberger, 2 janvier, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Alensander Nalepa, 8 janvier, Bell, Niepołomice
Nathalie Constant, 4 février, Bell, Teilhède
Josef Ratzinger, 8 février, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Tatjana Eigensner, 18 février, Bell, Harkebrügge
Irina Harms, 18 février, Bell, Harkebrügge
Denny Henke, 18 février, Bell, Seevetal
Lidija Maljako, 18 février, Bell, Harkebrügge
Francoise Özen, 18 février, Bell, Seevetal

25 années de service

Jeannette Melchert, 2 décembre, Bell, Edewecht
Janusz Martuś, 12 janvier, Bell, Niepołomice
Sylvie Ploivy, 13 janvier, Bell, Saint Symphorien
Guido Wulf, 13 janvier, Bell, Harkebrügge
Hannelore Bronn-Hartzke, 11 février, Bell, Harkebrügge

30 années de service

Carola Hälke, 1^{er} février, Bell, Edewecht

Départs en retraite

Eda Staneikiene, 31 janvier, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*addendum*)
Anatolij Tschaban, 28 février, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*addendum*)
Meryem Siyahturp, 30 septembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt (*addendum*)
Gérald Faure, 31 janvier, Bell, Teilhède

Décès

Gabor Orsos, 6 mai, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Convenience

20 années de service

Alessio Calzone, 1^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Oskar Böhler, 3 décembre, Eisberg, Villigen
Miroslava Nešporová Medová, 17 décembre, Hügli, Zásmyky
Pavel Švéda, 27 décembre, Hügli, Zásmyky
Kurt Gschliesser, 1^{er} janvier, Hilcona, Schaan
Hajreta Kasumbasic, 1^{er} janvier, Hilcona, Orbe
Thomas Roth, 1^{er} janvier, Hilcona, Schaan
Wolfgang Zeh, 1^{er} janvier, Hügli, Radolfzell
Dobrinka Pajic, 28 janvier, Hilcona, Orbe
Eldis Salihovic, 28 janvier, Hilcona, Orbe
Maria Seghrouchni, 28 janvier, Hilcona, Orbe
Michaela Hoheisel, 1^{er} février, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Christian Weiland, 1^{er} février, Hilcona, Schaan
Karin Turk, 14 février, Eisberg, Dällikon
Eddie Barten, 18 février, Eisberg, Dällikon
Carlos Werner Kloser, 24 février, Hilcona, Schaan

25 années de service

Khaled El Bahi, 16 décembre, Eisberg, Dänikon
Kornelia Juretzka, 2 janvier, Hügli, Radolfzell
Julio Lopez Santamaria, 3 janvier, Hilcona, Schaan
Hüseyin Dogac, 17 février, Eisberg, Dänikon
Marzena Wiszniowska, 28 février, Eisberg, Legnica

30 années de service

Carola Forster, 1^{er} décembre, Eisberg, Dälliken
Laura Schäfer, 18 décembre, Hügli, Radolfzell
Mario Römer, 1^{er} janvier, Hügli, Radolfzell
Peter Beck, 1^{er} janvier, Hügli, Steinach
Sabine Jäger, 1^{er} janvier, Hügli, Radolfzell
Stephen Holmes, 13 janvier, Hügli, Redditch
Donato Mazziotta, 13 janvier, Hilcona, Schaan
Nikolaus Hubert, 10 février, Hügli, Radolfzell
Manuel Figueroa, 17 février, Hilcona, Schaan

35 années de service

Inês de Jesus Sota Malveiro Parreira, 16 janvier, Eisberg, Villigen

Départs en retraite

Heike Kallmann-Strillinger, 30 septembre, Hügli, Radolfzell (*addendum*)
Ingrid Bingger, 31 décembre, Hügli, Radolfzell
Jiří Kroupa, 31 décembre, Hügli Food, Zásmyky
Lothar Mehl, 31 décembre, Hügli, Radolfzell
Enrico Meier, 31 décembre, Hilcona, Schaan/Bâle
Veronika Block, 28 février, Hügli, Radolfzell

Départ en retraite anticipée

Edgar Ledergerber, 31 janvier, Hilcona, Schaan

Décès

Heinz Dätwyler, 8 août, Hilcona, Schaan
Ayse Zenen-Arslan, 3 octobre, Bresc, b.v. Werkendam

LA QUESTION DU CONCOURS

Gagnez une corbeille gourmande de Bell Food Group

Découvrez le monde des produits de Bell Food Group : depuis des produits de commodité malins aux nouveaux développements ingénieux sans oublier les produits régionaux. Et ceci sans même avoir besoin d'aller faire des courses. Participez au prochain tirage au sort et, avec un peu de chance, le panier gourmand et tous les délices de Bell Food Group qu'il contient seront bientôt à vous !

Laquelle de ces affirmations est correcte ?

A) Bell Food Group est présent dans 97 pays différents.

B) Les employé-e-s de Bell Food Group réunissent 97 nationalités au total.

C) 97 personnes travaillent au plus petit site de Bell Food Group.

Les prix

1 panier de produits de l'ensemble de Bell Food Group d'une valeur de 400,00 €
 10 bons d'achat d'une valeur de 30,00 € dans un supermarché local.

La date limite de participation est le 15 janvier 2022.

Envoyez la solution à look@bellfoodgroup.com en mentionnant votre nom, votre (ancien) employeur et lieu de travail. Les gagnant-e-s seront tiré-e-s au sort parmi celles et ceux ayant renvoyé la bonne réponse. Les participations multiples ne seront pas prises en compte. Les gagnant-e-s seront avisé-e-s personnellement. Le jeu-concours ne fera l'objet d'aucune correspondance, ni de renseignements téléphoniques.

Recherche de talents dans la formation professionnelle

Tout un éventail de mesures

Bell Food Group offre la possibilité d'apprendre pas moins de 20 métiers différents. Et il y en a pour tous les goûts. Acquérir les meilleurs talents pour ces métiers est un défi intéressant à relever.



Depuis la bouchère-charcutière jusqu'à l'informaticienne en passant par les technologues en denrées alimentaires : Bell Food Group offre aux jeunes travailleurs de demain une offre extrêmement variée de formations. Mais comment, en tant qu'entreprise, attirer l'attention sur soi et arriver à gagner les meilleurs talents pour soi ? Andreas

Begré, directeur des formations professionnelles chez Bell Suisse, connaît la réponse à ces questions. Ces métiers sont aussi différents que les personnes qui les exercent, et cela se remarque dès la recherche de candidats. « Afin d'atteindre autant de jeunes

que possible, nous déployons tout un éventail de canaux, plateformes et contacts », dit Andreas Begré.

Les apprenti-e-s rencontrent des personnes en recherche de place d'apprentissage et racontent de première main comment ils ressentent leur formation sur les bourses de postes d'apprentissage, les portails en ligne ou les sites de rencontre express. Les visites à l'école sont également un instrument prometteur pour enthousiasmer les jeunes pour le programme de formation diversifié. « Cela est particulièrement bien accueilli lorsque des apprenti-e-s ayant fréquenté la même école, voire ayant eu le ou la même enseignante se présentent devant les écoliers », raconte Andreas Begré. La plupart du temps, ce sont des contacts personnels, par l'intermédiaire de connaissances ou de membres de la famille employés chez Bell, mais

également des relations avec des services publics, des organisations gouvernementales, des enseignant-e-s ou des coaches professionnel-le-s qui mènent au succès.

Comptent parmi les instruments de recrutement les plus précieux non seulement les médias sociaux, mais aussi les bonnes vieilles formations découverte. En ce qui concerne la rencontre personnelle, rien n'a changé de ce côté par rapport aux anciennes procédures, par contre, en tant qu'entreprise, il faut maintenant se donner à fond pour être perçue comme entreprise d'apprentissage attractive. « Les jeunes ne nous demandent pas ce qu'ils et elles doivent avoir en bagages pour l'apprentissage, mais ce que nous avons à offrir », témoigne Andreas Begré. Il s'agit alors d'exposer la diversité des offres d'apprentissage. Un futur informaticien a d'autres attentes qu'une candidate au métier de bouchère.

Un point décisif est que les départements auprès desquels les jeunes séjournent s'occupent intensément des « novices » et leur permettent de se faire une impression étendue de l'entreprise pendant le programme de découverte professionnelle. Que la fin d'un apprentissage découverte signifie le début d'un contrat d'apprentissage dépend de l'expérience du contact personnel faite entre les futur-e-s collègues et leurs cadres. « Ce sont les personnes qui font la différence », résume à l'essentiel Andreas Begré. • ap

La bonne vieille formation découverte reste l'un des principaux instruments de recrutement.