

LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

04 2021

**Viva la
differenza**

**BELL
FOOD
GROUP**





Contenuti

Dall'azienda

4 Feedback preziosi

Sondaggio fra i collaboratori del Bell Food Group

Lavorare presso il Bell Food Group

6 Relazioni di parentela

Le famiglie sono benvenute presso il Bell Food Group

Storia di copertina

10 Viva la differenza

La diversità riceve sempre più attenzione anche in seno al Bell Food Group

Le persone fanno la differenza

16 Quando le possibilità si trasformano in obiettivi concreti

I collaboratori del Bell Food Group parlano di «TopX»

Sostenibilità e innovazione

18 Un'azienda fondata sulla sostenibilità

Tutela dell'ambiente nei progetti edilizi

Il nostro mondo del piacere

20 Ovo... latte... low carb...

Un po' di educazione nutrizionale

24 Per finire con il massimo del gusto

Première dei prodotti per la fine dell'anno

Anniversari

28 Anniversari

LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra dicembre 2021 e febbraio 2022

Concorso

31 Vinci un carico di delizie del Bell Food Group

Quesito del concorso

Ecco come funziona la qualità

32 Una vasta gamma di misure

Ricerca di talenti nella formazione professionale

Dal sito look.bellfoodgroup.com è possibile abbonarsi a LOOK! online, leggere la rivista o scaricarla.

Colophon Rivista per i dipendenti del Bell Food Group, 4 numeri all'anno, n. 4/2021, dicembre 2021, volume 27.

Editore: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilea, Svizzera. Indirizzo: Bell Schweiz AG, Redazione LOOK!, casella postale 2356, 4002 Basilea, Svizzera.

Tel. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Team di redazione: Sara Heiniger (sh), Responsabile, Fabian Vetsch (fv).

Supporto editoriale: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Grafica: oblografik, Olten, Svizzera. Adattamento delle immagini: Proacteam AG, Allschwil, Svizzera.

Stampa: Werner Druck & Medien AG, Basilea, Svizzera. Stampato su carta FSC.

La diversità come fattore di successo

Gentili collaboratrici e collaboratori,

la diversità caratterizza noi, le nostre divisioni e tutto il Bell Food Group. Questa varietà è un valore aggiunto – ne sono convinto. Quando sono entrato a far parte dell'allora gruppo Bell nel 2011, l'azienda contava 6400 collaboratori. Con la forte crescita del Bell Food Group, la diversità di persone, culture e settori di attività è aumentata ulteriormente. Lo dimostrano anche i numeri: oggi il Bell Food Group ha già alle proprie dipendenze 12 000 collaboratrici e collaboratori di oltre 90 nazionalità operanti in 15 paesi.

Questa varietà di personalità, background ed esperienze diverse arricchisce non solo la nostra interazione personale, ma anche il nostro lavoro quotidiano. La diversità ci aiuta a rimanere stimolati e a pensare oltre i confini. Un buon team oggi si nutre delle diverse competenze e delle prospettive uniche dei propri membri, migliorando ulteriormente.



Tutti noi abbiamo i nostri punti di forza e le nostre debolezze personali. Da soli non possiamo soddisfare tutte le richieste in cui ci imbattiamo nel nostro lavoro quotidiano. Insieme, invece, disponiamo delle competenze per affrontare tutte le sfide e implementare le soluzioni adeguate. La diversità non è quindi solo uno slogan, ma un importante propulsore del successo e della gravidanza del nostro agire.

Sono consapevole, stimati collaboratori, del fatto che la diversità implica anche delle sfide. Un elemento importante per superarle è il modo in cui ci poniamo e interagiamo con gli altri nella vita quotidiana. Un ambiente di lavoro aperto ed empatico, caratterizzato dall'apprezzamento, abbate le barriere e ci aiuta ad avvicinarci agli altri. Ecco perché in seno al Bell Food Group l'attenzione è principalmente rivolta alle persone, con le loro capacità e necessità individuali.

Partecipare attivamente, affrontare le sfide e smuovere le acque non deve essere solo un obiettivo, ma un atteggiamento concretamente incoraggiato. Con la diversità delle nostre competenze, vogliamo creare costantemente qualcosa di nuovo e migliorare ancora quello che di buono già facciamo. In questo modo lasciamo il segno nel nostro settore – come azienda, come team e come individui.

Desidero quindi incoraggiarvi, stimati collaboratori, a mostrare spirito d'iniziativa, a contribuire con le vostre idee e ad assumervi delle responsabilità. Poiché siamo noi stessi a plasmare il nostro futuro. E per arrivare in alto insieme c'è bisogno del contributo di tutti. La diversità è un vantaggio per tutti noi. Sono felice di continuare con voi il cammino intrapreso su questa strada anche il prossimo anno.

Colgo l'occasione per augurare sinceramente a voi e ai vostri cari buone feste, un buon inizio anno, ogni bene e soprattutto tanta salute per il 2022.

Lorenz Wyss

Presidente della Direzione del Gruppo

La diversità è un importante propulsore del successo e della gravidanza del nostro agire.

Sondaggio fra i collaboratori del Bell Food Group

Feedback preziosi

Sono ora disponibili i risultati del secondo sondaggio fra tutti i collaboratori del Bell Food Group. A livello di gruppo sono stati ottenuti risultati in gran parte corrispondenti a quelli del 2018. All'interno delle divisioni i risultati vengono ora analizzati nel dettaglio per elaborare interventi mirati.

Un solido risultato

Nei mesi di giugno e luglio 2021, è stato condotto per la seconda volta un sondaggio tra i collaboratori di tutto il Bell Food Group. Quest'anno sono stati inclusi anche i collaboratori della divisione Hügli. La risposta al sondaggio è stata lievemente inferiore a quella dell'edizione 2018. Una possibile ragione potrebbe essere stata il modo in cui il sondaggio è stato condotto: per la prima volta, la partecipazione al sondaggio era possibile solo online.

«Ci sembra possibile che la mancata possibilità di partecipazione a mezzo cartaceo abbia rappresentato un ostacolo per alcuni collaboratori», spiega Endrik Dallmann, responsabile delle risorse umane del Bell Food Group. «Esamineremo quindi attentamente come procedere in futuro. Dopo tutto, è importante per noi ricevere un feedback dal maggior numero possibile di collaboratori».

Effettuare il sondaggio solo online potrebbe essere stato un ostacolo.

Nel complesso, Endrik Dallmann è soddisfatto del risultato: «Alla luce della pandemia da coronavirus, ci aspettavamo cambiamenti più marcati rispetto all'ultimo sondaggio». A livello di gruppo, i risultati corrispondono in gran parte a quelli del 2018 (vedi grafico a destra).

Il potenziale è visibile nel dettaglio

In presenza di così tante valutazioni singole, è normale, secondo Endrik Dallmann, che non ci siano troppe fluttuazioni nella valutazione a questo livello. «Di norma, nel complesso le singole valutazioni si bilanciano a vicenda», spiega Dallmann, «e i risultati raggiungono la loro mas-

sima significatività quando vengono suddivisi nelle singole unità».

Entro la fine dell'anno, alle business unit e alle divisioni saranno quindi presentati i loro risultati individuali. In totale, sono state preparate più di 309 valutazioni di questo tipo che, se necessario, saranno anche ulteriormente suddivise.

«È quindi probabile», aggiunge Dallmann, «che i risultati individuali per alcune domande si discostino molto dal risultato del gruppo a seconda del settore. In definitiva, però, sono proprio questi scostamenti che mostrano dove si rendono necessari dei cambiamenti».

Una domanda aperta e molte risposte concrete

Anche i feedback ricevuti nelle ultime due domande a risposta aperta hanno fornito indicazioni importanti. Fra di esse, quest'anno il superamento della crisi del gruppo aziendale è stato messo in evidenza in modo particolarmente positivo. La pandemia da coronavirus ha dimostrato che il Bell Food Group resta un datore di lavoro sicuro anche in tempi difficili.

Questa impressione corrisponde anche alle cifre della valutazione. Al proposito Dallmann dichiara: «Quest'anno, oltre alle solite domande, abbiamo incluso anche una domanda sulla pandemia da coronavirus. Molti dei collaboratori sono dell'opinione che noi del Bell Food Group abbiamo gestito bene la situazione del coronavirus».

La questione dello sviluppo del personale, invece, sarebbe andata meno bene. Questo aspetto in particolare ha sofferto molto della situazione del coronavirus. Molti corsi e sessioni di formazione non hanno potuto avere luogo a causa delle misure di protezione.

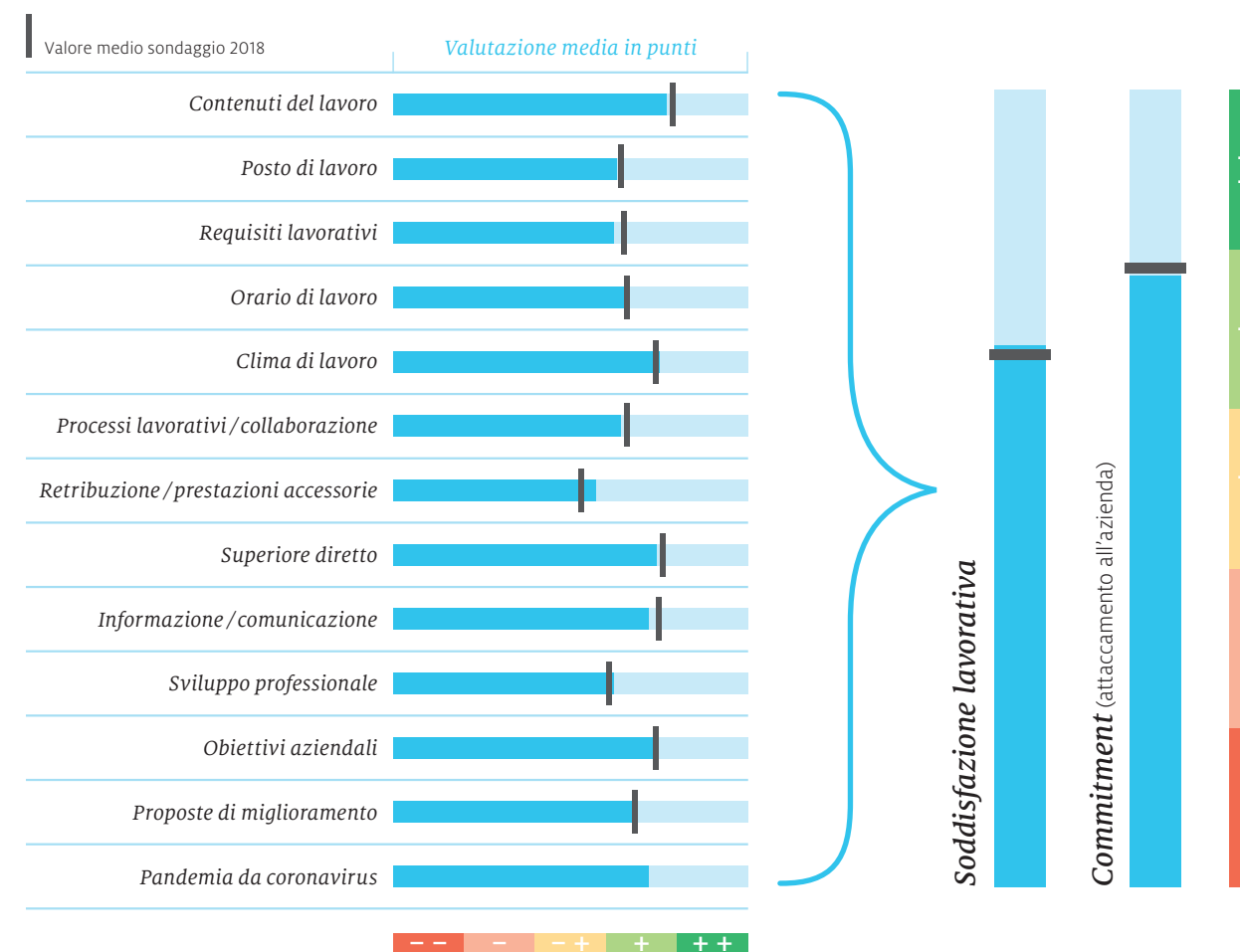
Dallmann sintetizza così i feedback ricevuti nelle risposte aperte: «Fondamentalmente possiamo dire che i dipendenti del Bell Food Group svolgono il loro lavoro con passione e sono soddisfatti. L'atmosfera di lavoro nei team e la coesione collegiale sono particolarmente apprezzati. Ciò che è stato criticato, invece, è il flusso di informazioni: per esempio i documenti non erano sempre disponibili nelle lingue necessarie».

Sussisterebbe inoltre anche un potenziale di miglioramento dei processi. Questi sono percepiti da molti collaboratori come troppo rigidi, e si richiede una maggiore flessibilità. Nell'area amministrativa è stato ripetutamente menzionato il tema della digitalizzazione (lavoro senza utilizzo di carta).

Come si procede?

Nel passaggio successivo, i risultati vengono analizzati in modo mirato nelle rispettive unità e vengono definiti

Risultati degli ambiti tematici



Le famiglie sono benvenute presso il Bell Food Group

Relazioni di parentela

In Romania, nel Liechtenstein, in Svizzera – in molte sedi il Bell Food Group è letteralmente un'azienda familiare. Infatti spesso sorelle, fratelli, padri e figli o zii e nipoti lavorano nella stessa azienda. Alcuni esempi dimostrano che queste combinazioni funzionano bene.

1) Portare la famiglia al lavoro

Nicoleta Scarlat è entrata alla Eisberg Romania già nell'ottobre 2002 in veste di magazziniera grazie alla segnalazione di un conoscente. Ha poi raccontato alla sorella Georgiana Mariana Mayer la propria esperienza positiva, e anche lei si è candidata per un posto in azienda qualche mese dopo.

Dopo alcuni anni insieme nel reparto Produzione, Nicoleta è passata al reparto Vendite. Ciononostante, le sorelle si vedono ancora al lavoro ogni giorno. «Per me è un vantaggio avere qualcuno in azienda cui sta a cuore la mia realizzazione professionale», riferisce Nicoleta.

Le sorelle si vedono al lavoro ogni giorno. Per le sorelle è tuttavia importante che il lavoro non prenda troppo piede nella vita privata. Georgiana, che tutti chiamano Giuli, racconta: «Abbiamo imparato che non è consigliabile portarsi il lavoro a casa – soprattutto perché spesso si tende a parlare degli argomenti meno gradevoli».

«Daniel lavora nelle risorse umane, per cui gli argomenti legati al personale sono naturalmente tabù». Anche il rischio di scambio di persona è ormai ridotto. Tuttavia, chiunque riceva una chiamata da uno «Strub» a volte deve ancora rifletterci un po' prima di capire chi ha in linea. Secondo i colleghi, infatti, le voci dei due al telefono sono quasi indistinguibili.

2) Attenzione: rischio di scambio di persona!

Già i loro genitori lavoravano in una macelleria di proprietà di Bell. Così nel 1981 anche Silvio e Daniel Strub hanno iniziato il loro apprendistato di macellai alla Bell, allora il più grande fornitore di posti di tirocinio a Basilea. All'inizio, i gemelli sono stati fonte di qualche confusione. «C'è voluto un po' di tempo perché tutti nel mattatoio si rendessero conto che eravamo in due», racconta Daniel.

Oggi, a causa dei diversi ambiti di competenza e delle diverse sedi, in realtà non hanno più alcun punto di contatto sul lavoro. «Parlare del lavoro nel tempo libero non è quindi un problema per noi, dato che non possiamo effettivamente confrontarci in azienda», dice Silvio. «Daniel lavora nelle risorse umane, per cui gli argomenti legati al personale sono naturalmente tabù».

Anche il rischio di scambio di persona è ormai ridotto. Tuttavia, chiunque riceva una chiamata da uno «Strub» a volte deve ancora rifletterci un po' prima di capire chi ha in linea. Secondo i colleghi, infatti, le voci dei due al telefono sono quasi indistinguibili.



1) Georgiana Mariana Mayer, responsabile Produzione, e Nicoleta Scarlat, responsabile Vendite e Marketing presso Eisberg in Romania



2) Silvio Strub, Junior Key Account Manager Vendite carne fresca Coop, e Daniel Strub, responsabile Payroll & HR Services presso Bell Svizzera



3) Questioni private e professionali rigorosamente separate

Quando Stipe Herceg – che lavora alla Hügli dal 2012 – ha scoperto che il reparto di pianificazione della produzione cercava rinforzi, ha immediatamente mobilitato suo fratello. Filip Herceg è stato poi assunto e ora lavora già da tre anni nell'azienda di Steinach. Avendo a che fare quotidianamente l'uno con l'altro per via della necessaria collaborazione fra i due reparti di appartenenza, si sono subito resi conto che la vita privata e la sfera professionale devono essere rigorosamente separate. «Finora ha funzionato molto bene», racconta Stipe. Tuttavia è un po' un peso quando un fratello si espone per te. «A mio avviso ti impegni di più sul lavoro quando un membro della tua famiglia ti ha

segnalato all'azienda e quindi garantisce anche per te», riferisce Filip. Per via dello stesso cognome, si verificano a volte dei disguidi con le e-mail nel lavoro quotidiano. Fortunatamente finora è successo solo una volta che durante una riunione uno dei fratelli a un certo momento si sia reso conto di essere l'Herceg sbagliato per l'argomento in questione.

3) Filip Herceg, capo équipe Pianificazione fabbisogno materiali, e Stipe Herceg, capo reparto Imballaggi presso Hügli



4)

Cedric Bechler, addetto Corporate Marketing & Communication, Harry Bechler, responsabile Sviluppo delle risorse umane, e Frank Bechler, assistente responsabile divisione Bell International



5)

Jean-Yves Pavoux, responsabile Manutenzione, e Sylvie Ploivy, assistente industriale



6)

Engin Yildiz, responsabile Dosaggio essiccato, Seref Yildiz, capo reparto HF/C, e Cemil Yildiz, capo reparto Workorder Management/ Rifornimento materiali

4) Diverse generazioni a bordo

Harry è stato il primo membro della famiglia Bechler a entrare in Bell nel 2000. Qualche mese dopo, anche Frank ha firmato il suo contratto di lavoro. E non è stato l'ultimo della famiglia: mentre i suoi figli Marc, Leon e Adrian di tanto in tanto hanno lavorato in azienda come ausiliari nei giorni festivi e durante le vacanze nel corso dei loro studi scolastici e universitari, il figlio Cedric ha completato l'apprendistato alla Bell e ora lavora all'interno del Team Corporate Marketing/Communication.

I fratelli evitano gli argomenti sensibili.

Il trio collabora raramente a causa delle diverse aree di competenza, e i tre tendono anche a trascorrere le loro pause pranzo con i colleghi del team. «Di tanto in tanto, però, mi piace essere invitato a pranzo alla mensa del personale da mio padre», racconta Cedric.

Per Harry e Frank, inoltre, non è un problema parlare di lavoro negli incontri privati. «Evitare l'argomento non è necessario per noi, perché il lavoro è piacevole e occupa comunque gran parte della nostra vita», afferma Frank. Ma i fratelli sono d'accordo nell'evitare gli argomenti delicati.

Per Harry, che lavora nelle risorse umane, è importante che Bell offra anche l'opportunità di portare dei familiari in azienda. «Fa onore a noi come datori di lavoro che dei collaboratori ci presentino i loro familiari per l'assunzione», spiega. Anche suo fratello e suo nipote sono d'accordo: entrambi sono così convinti del valore di Bell come datore di lavoro, che lo raccomanderebbero non solo ai familiari, ma anche ai conoscenti.

5) In contatto tutto il giorno

I fratelli Jean-Yves Pavoux e Sylvie Ploivy fanno parte del team della sede di St. Symphorien sur Coise nei Monts du Lyonnais da più di 30 anni. Jean-Yves, che inizialmente era impiegato ad Annecy, ha avuto la possibilità di trasferirsi nella cittadina della Savoia nel 1988 perché voleva essere più vicino alla sua città natale. Sua sorella lo ha seguito un anno dopo per occuparsi della reception e di vari altri compiti man mano che il carico di lavoro aumentava. Iniziando come collaboratori della società Chevallier, i fratelli hanno vissuto l'acquisizione da parte di Monsieur Polette e infine il passaggio a Bell Francia.

«Siamo in contatto tutto il giorno», riferisce Sylvie. «Al telefono o in ufficio per discutere dei fascicoli». I due amano però trascorrere le pause pranzo ognuno a casa propria.

In compenso, si vedono privatamente alle cene di famiglia o durante le vacanze, che spesso trascorrono insieme. In queste occasioni ogni tanto capita loro di parlare di argomenti legati al lavoro che ritengono importanti.

E anche la futura generazione di lavoratori della famiglia ha potuto sperimentare l'aria che si respira in Bell, come spiega Jean-Yves: «Anche i nostri figli hanno lavorato in azienda in estate: nell'amministrazione e nella produzione. Sono stati momenti ricchi di nuove esperienze e di scambi».

6) Nessuna differenza tra fratelli e colleghi

Seref, il primo fratello di Yildiz, è entrato in Hilcona nel 1990. Sei anni dopo lo hanno seguito Cemil in aprile ed Engin in ottobre. A oggi i tre lavorano in settori diversi, ma si incontrano ancora spesso durante lo svolgimento del loro lavoro quotidiano. Non fanno distinzione tra fratelli e colleghi. «In Hilcona la collaborazione è generalmente buona», afferma Engin.

Il trio si incontra di tanto in tanto sul lavoro.

Il trio rappresenta invece una sfida per i colleghi, perché non è facile trovare il «giusto» Yildiz per le proprie esigenze. «Ci sono spesso disguidi con la posta, le e-mail e le chiamate», riferisce Seref. Nel corso delle pause pranzo comuni o di altri incontri nel tempo libero, i fratelli cercano di tenere il più possibile fuori l'argomento lavoro. «Non sempre ci riusciamo», racconta Cemil, «ma cerchiamo di mantenere la nostra vita professionale e quella privata il più possibile separate».

Come su questo punto, sono d'accordo anche nel dire che raccomanderebbero Hilcona ad altri membri della famiglia: il trio è infatti molto soddisfatto del proprio datore di lavoro e apprezza l'atmosfera di lavoro familiare e le buone opportunità di crescita che l'azienda offre loro. I tre fratelli sono insider di Hilcona senza se e senza ma: sommando tutti i loro anni di lavoro, sono orgogliosi hilconiani da oltre 80 anni. • *mr*

La diversità riceve sempre più attenzione anche in seno al Bell Food Group

VIVA LA DIFFERENZA

Il tema della diversità è sempre più al centro dell'attenzione in molti aspetti della vita. Questo riguarda anche il mondo del lavoro, dove l'attenzione per la diversità nell'organico sta crescendo e stanno emergendo idee per promuoverla. E vale anche per il Bell Food Group, che si impegna in molti ambiti per le pari opportunità e un sereno clima cooperativo.

Il nostro mondo è colorato e ognuno di noi contribuisce a colorarlo con la propria individualità da bambino, giovane o adulto. Inoltre,

La «diversity» ha le proprie origini negli Stati Uniti.

possiamo essere uomini o donne oppure avere una diversa identità di genere. Magari abbiamo una storia di migrazione alle spalle o, al contrario, le nostre radici sono

nella nazione in cui viviamo. Conviviamo con problemi di salute o meno... E ci sono molti altri aspetti che caratterizzano ogni individuo.

Per questo i sociologi hanno coniato il termine «diversità», che viene utilizzato sia per descrivere una società variegata, sia per formulare l'obiettivo di riconoscere l'unicità degli individui.

La «diversity» ha le proprie origini negli Stati Uniti. Le sue radici risalgono agli anni '50, quando alcuni gruppi di persone iniziarono a combattere la discriminazione nella società nell'ambito del movimento per i diritti civili. Seguirono poco tempo dopo i primi approcci alla gestione della diversità.

Questi concetti, che riconoscono e promuovono la diversità tra i dipendenti delle aziende, acquisiscono oggi sempre maggiore importanza. Questo perché possono migliorare l'ambiente di lavoro, aumentare la soddisfazione dei collaboratori e addirittura ridurre i giorni di malattia e l'assenteismo. Per non parlare delle numerose buone idee che nascono in un

La diversità fa parte della vita quotidiana nel team Ultra Fresh di Hilcona

Vengono dalla Spagna, dall'Austria, dalla Cina o dalla Bulgaria – lavoratori provenienti da un totale di 17 nazionalità collaborano all'interno della divisione Ultra Fresh Convenienze di Hilcona. Una parte del team di 95 persone è guidata da una giovane team leader, Sonja Vallaster, che con i suoi 26 anni è una dei giovani manager dell'azienda del Liechtenstein.

Ha assunto la nuova mansione un anno fa, dopo aver lavorato per diversi periodi in azienda in precedenza. «All'inizio ero preoccupata non sapendo se i miei colleghi mi avrebbero rispettato in questa posizione. Una preoccupazione rivelatasi infondata», racconta la cuoca qualificata.

Il suo team, che si occupa della preparazione degli ingredienti per i piatti pronti, è attualmente composto da collaboratori provenienti da sei paesi diversi. Per facilitare la comunicazione, il tedesco standard parlato lento è un requisito obbligatorio.

Tuttavia, i malintesi non possono sempre essere evitati, come riferisce il team di Sonja Vallaster: «Una volta abbiamo detto a un collega «Andiamo tutti in pausa», ma lui ha capito «a casa» ed effettivamente non si è ripresentato dopo la pausa».



«Un team numeroso, tante lingue diverse – ma ci comprendiamo ottimamente».



«Sono molto contenta di essere considerata del tutto come una donna dai miei colleghi».

«Uomini e donne dovrebbero mantenere il posto di lavoro fino al termine della loro vita professionale».

ambiente dove ciascuno può contribuire con la propria personalità e tutte le sue sfaccettature.

Con i suoi circa 12 000 collaboratori, naturalmente anche il Bell Food Group è un'azienda in cui si ritrovano gli individui più diversi. Un

fatto che è reso molto chiaro, per esempio, dal numero di nazionalità diverse: con dipendenti di 97 nazionalità, dall'Afghanistan fino alla Repubblica Centrafricana, le nostre maestranze contano cittadini che provengono esattamente da metà dei paesi del mondo. E naturalmente sono rappresentati diversi generi, tutte le fasce d'età lavorative e le più disparate ideologie e caratteristiche personali.

«Gli esperti dicono che si è ben posizionati come grande azienda in termini di diver-

sità se il proprio organico riflette in qualche modo la società delle persone attive occupate», riferisce Endrik Dallmann, responsabile delle Risorse umane al Bell Food Group. «Arrivarci è il nostro obiettivo a lungo termine. Siamo infatti convinti che tutti i collaboratori e l'azienda traggano beneficio da un'organizzazione diversificata in cui trova applicazione il principio delle pari opportunità e dell'imparzialità».

Uno dei punti focali del progetto di diversità al momento curato da Endrik Dallmann insieme a Birgit Schmidinger, responsabile delle Risorse umane Convenienze Svizzera, e Tanja Degenhardt, coordinatrice delle Risorse umane Bell Food Group, è quello di aumentare la percentuale di donne nelle posizioni dirigenziali.

Per Monika Ritz, la Geiser è stata un sostegno prezioso nella transizione

Monika Ritz fa parte del team della Geiser AG da 30 anni a questa parte. Durante questo periodo, non solo ha risalito alcuni gradini nella scalata professionale all'interno dell'azienda specializzata nelle forniture per la ristorazione, ma ha anche affrontato una grande trasformazione personale: circa sette anni fa ha infatti iniziato la transizione grazie alla quale da Herbert è potuta diventare Monika. Nel corso di questo processo, la 61enne, che ora lavora alla preparazione delle consegne, ha potuto contare sul pieno sostegno del proprio datore di lavoro. È stato attivamente al suo fianco, in particolare, il direttore operativo Markus Bischof, che racconta: «Seguire la transizione di Monika in modo così intenso e poter assistere in prima persona sia alle sue preoccupazioni che alla sua soddisfazione è stata per me un'esperienza molto positiva».

Soprattutto all'inizio, la comunicazione con i collaboratori è stata molto importante. «Come quadri direttivi, abbiamo reso noto a tutti i collaboratori fin dal primo momento che eravamo al 100% con Monika e che l'avremmo accompagnata e sostenuta nel corso del suo processo». Una strategia che ha funzionato e ha garantito un'ampia accettazione in seno al team.

Inoltre, la Geiser ha sempre pianificato il lavoro e i settori di impiego per Monika Ritz adattandoli alla rispettiva situazione, e di questo hanno tratto beneficio entrambe le parti. L'assunzione ufficiale del nuovo nome era quindi solo un piccolo passo finale che avrebbe suggellato la transizione.

Tre domande a Monika Ritz

Signora Ritz, quando ha parlato per la prima volta della propria transizione con il suo datore di lavoro? C'è stato un momento in cui

avevo deciso di volere procedere con la transizione senza ulteriori indugi. Così mi sono informata sui passaggi necessari e li ho messi in atto. Poi ho messo insieme alcuni documenti con le relative informazioni per l'ufficio del personale e ho chiesto a Markus Bischof un colloquio.

Con quali aspettative si è presentata al colloquio? Per me a quel punto era chiaro che avrei portato avanti la transizione in ogni caso. Ma naturalmente volevo sapere qual era l'atteggiamento dell'azienda in merito. Ho quindi avuto una conversazione molto lunga, aperta e positiva con il signor Bischof. Nel corso del colloquio mi ha subito fatto comprendere che l'azienda era con me e mi avrebbe sostenuta nel mio percorso. E così è stato.

Con quale grado di apertura tratta oggi l'argomento nel suo ambiente professionale? Sono molto contenta di essere ormai considerata del tutto come donna dai colleghi. Il fatto che una volta ero un uomo è ormai lontano per me – e penso anche per coloro che mi circondano. Ecco perché oggi «faccio outing» solo quando proprio devo. Preferisco che la gente mi accetti così come sono.



Lo smart working rende la vita quotidiana più facile a Karlheinz Schörg

Per facilitare il più possibile la quotidianità lavorativa di Karlheinz Schörg, il Bell Food Group gli ha permesso di lavorare in parte da casa fin dall'inizio. Questo perché il responsabile del controllo di gestione attività speciali ha problemi di deambulazione. Per deambulare ha infatti bisogno di un bastone, a volte anche di una sedia a rotelle.

Per raggiungere l'ufficio nella sede centrale di Basilea, usa la sua vettura per portatori di handicap, per la quale gli è stato riservato un posto auto vicino all'ingresso. Fortunatamente l'edificio è in gran parte privo di barriere, pertanto al suo interno può muoversi quasi senza incontrare ostacoli.

La situazione è spesso diversa quando si trova in viaggio per motivi di servizio. «Se non posso viaggiare con la mia auto, a volte è un problema trovare un'auto a noleggio adatta», puntualizza Karlheinz Schörg. «Inoltre, non tutte le sedi del Bell Food Group sono senza barriere come la sede centrale. In alcuni casi, per esempio, non ci sono ascensori o devo ripiegare sui montacarichi».

Ma quando ha bisogno di sostegno, può sempre contare su coloro che lo circondano. «Ho incontrato numerosi colleghi disponibili che, per esempio, mi hanno aiutato nel portare le mie cose», racconta. E anche il suo superiore Marko Pirc, responsabile delle finanze e del controllo di gestione alla Bell Svizzera, è sempre disponibile per eventuali esigenze personali – questo non solo per Karlheinz Schörg.

L'ampliamento delle possibilità di lavoro in smart working durante il periodo del coronavirus ha dato un grande aiuto a Karlheinz Schörg. L'ulteriore disponibilità di questa metodologia di lavoro per il lavoratore transfrontaliero che vive in Germania dipende sia da Bell che dai regolamenti sovranazionali.

Karlheinz Schörg, d'altra parte, ritiene che sia ancora possibile fare di meglio per quanto attiene all'attrezzatura d'ufficio. «La qualità delle postazioni di lavoro e soprattutto delle sedie varia molto», spiega il 54enne. Tuttavia, non ha ancora trovato la sedia perfetta neanche per la scrivania di casa propria. «L'ideale sarebbe prendere il sedile della mia auto e avvitarlo su una base», riferisce facendo l'occhiolino.

«Stiamo lavorando a un progetto specifico per il prossimo anno al fine di fornire maggiore sostegno alle donne nel loro sviluppo professionale durante il corso dell'intera carriera, per prepararle a mansioni direttive e, in definitiva, per aumentare la percentuale di donne nel team direttivo», spiega Endrik Dallmann. «Poiché noi del Bell Food Group attribuiamo molta importanza allo sviluppo professionale all'interno della nostra azienda, dobbiamo anche prestare attenzione a una composizione diversificata già in fase di reclutamento degli apprendisti e dei giovani talenti».

L'obiettivo del progetto nel suo complesso sarà quello di creare una consapevolezza sull'importanza della diversità e dell'inclusione tra i collaboratori e soprattutto tra i manager. Le persone coinvolte sono del tutto consapevoli che tale risultato può essere ottenuto solo a lungo termine. Questo è reso chiaro dall'esempio della proporzione di donne nel management – la bassa fluttuazione non favorisce infatti un rapido cambiamento.

Un altro gruppo di persone a cui Endrik Dallmann e il suo team pensano quando si tratta di diversità sono i collaboratori anziani o con problemi fisici. «Per noi è importante

impiegare le persone fino alla fine della loro vita professionale in un modo che sia adatto alla loro situazione individuale», dichiara il responsabile HR.

Pertanto, in molte sedi si stanno già cercando e trovando soluzioni per creare posti di lavoro adeguati. Per i collaboratori questo equivale all'assegnazione di un incarico di lavoro che soddisfa le loro esigenze e li mette nelle condizioni di trasmettere le loro conoscenze ed esperienze ai più giovani. In questo modo l'azienda può anche prevenire le carenze di personale quando scarseggiano i lavoratori qualificati.

Un'area di diversità in cui il Bell Food Group è stato molto ben posizionato per decenni è la composizione multinazionale del proprio organico. Dopo tutto, come detto prima, all'interno dell'azienda è presente letteralmente mezzo mondo.

La gestione delle barriere linguistiche è quindi già stata sperimentata. A seconda della situazione presente in loco, corsi di lingua o materiali tradotti supportano l'integrazione dei colleghi che non padroneggiano ancora la lingua locale. E naturalmente le persone si aiutano a vicenda, come dimostra l'esempio del team Ultra Fresh di Hilcona. • *mr*

«Ho incontrato numerosi colleghi disponibili».

I collaboratori del Bell Food Group parlano di «TopX»

Quando le possibilità si trasformano in obiettivi concreti

Molte delle aziende di produzione del Bell Food Group stanno lavorando intensamente a miglioramenti nell'ambito di TopX. In questa sede, alcuni collaboratori illustrano le loro esperienze personali in merito al processo di ottimizzazione e il potenziale che quest'ultimo ha generato nella propria area di responsabilità.



«Attraverso TopX, io e i miei colleghi ci siamo nuovamente confrontati presso la nostra sede partendo da un punto di vista diverso. Il dialogo sui problemi e le soluzioni dimostra ancora una volta che diverse prospettive messe assieme si traducono nel risultato migliore e che il lavoro può essere davvero piacevole. TopX ha

permeso al nostro team una collaborazione attiva e risolutiva in cui tutti possono apportare le proprie idee.

Con questo know-how riusciamo sempre meglio a semplificare i processi e a ridurre il carico di lavoro. Il potenziale non risiede in un singolo intervento, bensì nella somma delle idee dell'intero gruppo, e il risultato non si basa sulla conoscenza di una persona, bensì sul successo ottenuto dal team».

Pascal Koch, responsabile Produzione Insalate in ciotola e programmazione lavoro presso Eisberg, Dällikon



«Per me, TopX rappresenta un approccio olistico – si potrebbe chiamare una filosofia – che ci accompagna ogni giorno. Su misura per le esigenze del Bell Food Group, riunisce struttura, metodi e approcci di LEAN, TPM e TQM. In qualità di esperta locale di TopX, posso attingere al pool di conoscenze e metodiche e collaborare con tutti per portare avanti i temi chiave di Hilcona Schaan.

In definitiva mi trovo costantemente di fronte a nuove sfide, che diventano obiettivi realistici grazie all'approccio strutturato. In questo, l'attenzione per la sostenibilità assume un ruolo particolarmente importante: ci concentriamo su ciò che ci fa progredire e lo perseguiamo in modo che duri nel tempo e sia sostenibile. Ho a cuore questo principio sia sotto l'aspetto professionale che privato. In questo modo, ciò che realizziamo dà il suo frutto in tempi brevissimi e mi sprona a perseverare ogni giorno».

Christina Frank, ottimizzatrice di processo presso Hilcona, Schaan

«All'inizio eravamo abbastanza diffidenti perché non sapevamo cosa aspettarci da TopX o cosa avremmo dovuto fare nell'ambito del programma. Col passare del tempo abbiamo però visto che potevamo raggiungere un grande risultato con piccoli miglioramenti. Per esempio, abbiamo ottenuto risparmi significativi attraverso progetti mirati. La migliore strutturazione che abbiamo introdotto, tra l'altro, con le «5S» (tradotte in catalogare, dare un ordine visivo, ripulire, standardizzare e autodisciplinare), si traduce nel tempo in un ambiente di lavoro migliore, dove c'è più ordine e non è più necessario mettersi alla ricerca dei materiali.

Ed è aumentata anche la nostra soddisfazione. Inoltre, c'è lo shopfloor meeting settimanale, che ci permette di avere maggiori informazioni sul processo. Avere sempre la possibilità di apportare le nostre idee, che vengono prese in esame e all'occorrenza implementate, è una cosa che riteniamo positiva».

(Da sinistra a destra) Joachim Feldkamp, responsabile della Gestione della salute e della sicurezza sul lavoro e della Sicurezza antincendio; Dennis Tillner, vice capo reparto Produzione; Hans-Joachim Falk, collaboratore reparto Produzione; Bernd Kaper, collaboratore Spedizioni; Bell Germania, stabilimento di Edewecht



«TopX ha consentito di fruire di una struttura più trasparente e di un migliore flusso di informazioni nel mio ambito di lavoro. Tutto ciò è garantito, tra l'altro, dagli shopfloor meeting settimanali con il relativo ordine del giorno definito, che viene rispettato e affrontato con impegno. Si tratta di incontri che fanno ormai parte

della routine e rappresentano uno strumento di comunicazione essenziale, che permette ai collaboratori di essere informati e ascoltati. A ciò si aggiungono una metodologia di lavoro ottimale con l'ausilio del metodo «5S», come pure l'accuratezza e gli obiettivi chiari quando si lavora su progetti mirati.

Inoltre, TopX ha portato all'ottimizzazione dei posti di lavoro in termini di tempo di lavoro ed ergonomia. Il fatto che le idee dei collaboratori, dedotte dal sistema di suggerimenti, vengano analizzate e implementate concretamente dà al team la sensazione di essere ascoltato e incluso nei miglioramenti del reparto».

Emmanuel Schmidt, vice responsabile Pulizia/Confezionamento carne fresca presso Bell Svizzera, Basilea



«Attraverso l'introduzione di TopX, si cerca e si rafforza il contatto tra i reparti. La composizione interreparto del core team di TopX mi dà la possibilità di mantenere uno scambio ancora più stretto con le colleghe e i colleghi di Steinach. Le riunioni mensili del core team di TopX mi danno supporto nelle tappe del progetto e forniscono informazioni sulle tappe intermedie successive, ossia praticamente sulla prima pietra miliare.

Apprezzo il processo strutturato e l'orientamento preciso verso una maggiore efficienza ed efficacia nella produzione. In generale è impegnativo mantenere i processi interni costantemente sotto controllo in termini di qualità, tempo e costi. Con TopX, tuttavia, ho avuto l'opportunità di conoscere e anche applicare degli strumenti che mi hanno aiutato a controllare meglio e a ottimizzare la creazione di valore nell'ambito della produzione.

Con la strutturazione delle riunioni di nuova introduzione, possiamo coinvolgere ancora meglio i collaboratori nei processi in corso e renderli così in parte responsabili nelle rispettive aree».

Roman Schläpfer, responsabile della Produzione presso Hügli, San Gallo



Tutela dell'ambiente nei progetti edilizi

UN'AZIENDA FONDATA SULLA SOSTENIBILITÀ

In qualità di grande azienda manifatturiera, il Bell Food Group ha una particolare responsabilità nel contribuire a una maggiore tutela dell'ambiente. Uno sguardo ai vari progetti edilizi del gruppo mostra che il cambiamento climatico può essere affrontato anche a livello costruttivo.

Il Bell Food Group si sente la responsabilità del benessere delle generazioni future. A questo proposito è essenziale un attento utilizzo delle risorse.

La chiave per il successo economico e il superamento delle sfide future.

«La sostenibilità è alla base delle nostre azioni, ma anche la chiave per il successo economico e il superamento delle sfide future da parte della nostra impresa», dichiara Samuel Widmer, responsabile del progetto Gestione ambientale e della sostenibilità. La nuova strategia di sostenibilità, che l'anno prossimo sarà presentata nella sua versione aggiornata, è ancora più focalizzata

sull'utilizzo efficiente dei vettori energetici e sulla produzione quanto più esente dall'utilizzo di fonti fossili.

I frutti di questa strategia si possono vedere nei progetti di costruzione in corso e anche in quelli già completati. «La nostra attenzione in questo campo si concentra sull'aumento dell'efficienza energetica, sullo sfruttamento del potenziale di calore residuo e sull'uso delle energie rinnovabili», sostiene Roger Peier, responsabile del progetto Energia e ambiente alla Bell in Svizzera.

A questo proposito Peter Ritzler, responsabile del servizio tecnico della Hilcona a Schaan, fa un esempio: «Con l'energia risparmiata utilizzando le nostre pompe di calore, 200 abitazioni possono essere riscaldate e rifornite di acqua calda per un anno». Quando entrerà in funzione, il nuovo magazzino per surgelati di Bell a Oensingen emetterà fino al 50% in meno di CO₂ rispetto a quelli precedenti. Eliminando le celle frigorifere più piccole e con l'accentramento in un'unica sede, si riduce il consumo di energia e aumenta l'efficienza. «Per dirla in modo semplice: più grande è una cella frigorifera, meno energia è necessaria per ogni singola locazione di stoccaggio», asserisce Beat Schmutz, amministratore di SSP KÄLTEPLANER AG, l'impresa responsabile della progettazione del nuovo sistema di raffreddamento. Il refrigerante utilizzato è l'ammoniaca, una sostanza naturale che garantisce la massima efficienza in impianti di queste dimensioni e, a differenza dei refrigeranti sintetici, non è dannosa per l'ambiente. «Il processo circolare è quello che conosciamo

dagli impianti esistenti a Basilea, ma i nuovi compressori e motori, così come l'intero sistema, richiedono molta meno energia», sottolinea Beat Schmutz. Energia che in futuro sarà generata, fra l'altro, dall'impianto fotovoltaico sul tetto della nuova cella frigorifera.

Energia sostenibile è fornita anche dai pannelli solari del sito di Eisberg a Gyál, in Ungheria. L'impianto sul tetto produce una media di 230 000 kilowattora (kWh) all'anno. «Con l'energia generata in questo modo, possiamo coprire un quarto del nostro consumo», riferisce l'amministratore Zoltán Gazsi. Per il prossimo anno è prevista la costruzione di un nuovo sistema di filtraggio dell'acqua. La nuova costruzione di Eisberg a Marchtrenk dispone inoltre di un proprio impianto di pre-trattamento per un trattamento ecologico delle acque reflue. Come spiega Elena Fanton, assistente alla direzione di Eisberg Austria, anche sulle linee di produzione si può risparmiare fino al 30% di acqua attraverso un lavaggio multistadio a risparmio idrico con riciclo dell'acqua.

Nello stabilimento di produzione del prosciutto Serrano a Fuensalida, a circa 60 chilometri da Madrid, si presta attenzione a un consumo energetico particolarmente parsimonioso nella stagionatura di questa specialità gastronomica. «Se è necessaria una temperatura di 25° C e un'umidità del 60% nei locali di stagionatura, il sistema controlla prima le condizioni all'esterno dell'edificio. Quando è possibile, viene utilizzata direttamente l'aria esterna evitando il pre-trattamento ad alto consumo

energetico», dichiara il marketing manager Rodrigo Fernández-Mazarambroz. La presenza di impianti solari interessa attualmente Fuensalida e altre due località spagnole.

Tornando ora a considerare il freddo nord: il termometro nelle celle frigorifere della produzione di pollame a Zell indica una temperatura costante di 2° C. Allo stesso tempo per la produzione è necessaria dell'acqua calda a 85° C. Una pompa di calore ad ammoniaca di ultima generazione utilizza il calore residuo proveniente dal sistema di raffreddamento esistente per riscaldare l'acqua. «In questo modo risparmiamo 170 000 litri di olio combustibile all'anno ed evitiamo di emettere

500 tonnellate di CO₂», ci racconta Roger Peier. A trarre beneficio da un condizionamento termico ecologico ed efficiente non è solo la produzione, ma anche l'intera comunità. L'edificio scolastico e la palestra locali sono infatti collegati al sistema tramite una condotta per teleriscaldamento. Grazie a questa soluzione il Comune ha potuto rinunciare alla realizzazione di un nuovo impianto di riscaldamento. Questo è solo uno dei tanti esempi che mostrano come le scelte sostenibili tornano a beneficio di tutti. • ap

Il nuovo magazzino frigorifero di Oensingen (CH) emetterà fino al 50% in meno di CO₂ rispetto a quelli precedenti.

Le scelte sostenibili tornano a beneficio di tutti.

Con l'energia generata dai pannelli solari, il sito Eisberg di Gyál, in Ungheria, riesce a soddisfare un quarto del proprio consumo.



Un po' di educazione nutrizionale

**Ovo... latte...
low carb...**



Le culture alimentari stanno cambiando. Le abitudini alimentari odierne sono tutt'altro che omogenee. Cosa vuol dire quando la persona seduta accanto a te si presenta come un fruttariano? E che cosa ordinerebbe Pitagora al ristorante? In questa breve panoramica forniremo informazioni su tipi di alimentazione, diete e modelli nutrizionali senza tuttavia avanzare alcuna pretesa di esaustività. .ap



Dieta detox

Detox è l'abbreviazione del termine inglese «detoxification», che significa disintossicazione. La dieta detox è concepita per liberare l'organismo dalle tossine, smaltendo al contempo i chili di troppo. Prevede il digiuno o la rinuncia completa agli alimenti solidi. Sono ammessi tè e acqua, così come succhi di frutta ed estratti di verdura realizzati con prodotti freschi. In una variante della dieta detox possono essere consumati solo alimenti alcalini come carote, spinaci, pomodori o banane. A tutt'oggi non è disponibile alcuna prova scientifica a conferma che la disintossicazione dell'organismo tramite questa dieta funzioni.



Flexitarismo

I flexitariani sono definiti anche onnivori flessibili o vegetariani part-time, per cui non rinunciano completamente ai piatti contenenti carne. Il consumo di questi ultimi viene tuttavia consapevolmente ridotto e come tipologia di carne preferiscono il pollame e il manzo magro. In particolare, i flexitariani sono molto diffidenti quando si tratta di prodotti trasformati. Il menù della settimana può, per esempio, prevedere due giorni senza carne. I flexitariani non devono temere le carenze di nutrienti che possono verificarsi con altre diete.

Fruttarismo

Il fruttarismo rappresenta probabilmente la dieta con le regole più severe in assoluto. I fruttariani non solo si astengono da cibi e prodotti di origine animale, ma applicano anche una regola analoga ai vegetali. Qualsiasi pianta che venga distrutta durante la raccolta non è ammessa. Solo ciò che viene colto può finire nel piatto. Una leggenda racconta che il defunto Steve Jobs, cofondatore della società Apple, per un certo periodo si sia nutrito esclusivamente di frutta e che il logo iconico della mela morsa sarebbe un'espressione di quella fase della sua vita.



Dieta low carb

Una soluzione non ridente per gli amanti degli spaghetti: la dieta low carb fa ampiamente a meno dei cibi contenenti carboidrati. Al posto di pasta, pane e patate vengono consumati alimenti quali carne, pesce, latticini e verdure. I grassi e le proteine sostituiscono quindi i carboidrati non assunti. Con la rinuncia ai carboidrati, i sostenitori del low carb sostengono di aver trovato un modo per evitare le malattie del benessere e l'obesità, anche se i benefici sono controversi almeno quanto l'entusiasmo di chi rinuncia ai carboidrati nella propria alimentazione.

Dieta mediterranea

Al momento, fra quelle menzionate la dieta mediterranea è sicuramente la più gettonata. Nei piatti serviti in Italia, Spagna o Grecia sono presenti molte verdure fresche, insalata, noci, pesce grasso e olio d'oliva. La carne rossa e i latticini vengono invece consumati con moderazione, e la stessa moderazione si applica all'uso di sale e zucchero. D'altra parte, la dieta mediterranea include anche un bicchiere di vino rosso ogni tanto. Nel 2010 è stata dichiarata patrimonio culturale immateriale dell'umanità dall'Unesco.



Paleodieta

Si tratta di una forma di dieta a basso contenuto di carboidrati in cui si consuma solo ciò che probabilmente finiva anche negli stomaci dei nostri antenati già nelle epoche più remote della storia umana. Il menù include molta carne, pesce, uova, noci, funghi, verdure e frutta. I cibi trasformati sono tabù, così come i cereali e i latticini. L'assunzione di carboidrati è notevolmente ridotta e l'energia viene attinta principalmente da grassi e proteine. Mentre alcune star di Hollywood sostengono fermamente la dieta dell'Età della Pietra, i medici avvertono che questa dieta sbilanciata causa più danni del peso che potrebbe far perdere.

Vegetarianismo

La storia del vegetarianismo risale all'antichità. Si dice che il filosofo e matematico Pitagora abbia rinunciato alla carne già duemila e cinquecento fa. Oggi si opera una distinzione tra diverse varietà di vegetarianismo, che hanno tutte in comune una dieta senza carne. Mentre i latte-vegetariani consumano latte, latticini e formaggi, ma non mangiano uova, gli ovo-vegetariani fanno il contrario. Il pescetariano non mangia carne, ma consuma pesce e tutti i prodotti ottenuti da animali vivi. E il crudista mangia i vegetali, per l'appunto, solo crudi.



Veganismo

Chi segue una dieta vegana fa a meno di tutti gli alimenti e prodotti di origine animale. I vegani non mangiano carne, pesce o miele, consumano piuttosto verdura, frutta, cereali, legumi, noci, semi e grassi vegetali. Prodotti di origine animale, come la lana, la seta e il cuoio, sono anch'essi solitamente respinti dai vegani. La ragione principale è di solito la tutela del benessere degli animali. Per ottenere tutti i nutrienti necessari da una dieta a base esclusivamente vegetale, gli esperti di nutrizione raccomandano di informarsi bene sulle fonti alternative di nutrienti.

La ragione principale è di solito la tutela del benessere degli animali.

Onnivivorismo

«È tutta questione di mix» è quello che direbbe un onnivoro per motivare la scelta della sua dieta. La maggior parte della popolazione mondiale oggi è considerata onnivora. Questo significa che la maggior parte degli individui si nutre di cibi di origine sia animale che vegetale. La ricercatrice di tendenze ed esperta nutrizionista Hanni Rützel profetizza un nuovo onnivoro «autentico». Quest'ultimo è sostenitore delle tecnologie alimentari e, in vista dei nuovi sviluppi, in futuro si ciberà sempre più di prodotti a base di alghe, micoproteine e insetti. In questo modo riesce a beneficiare di tutta la varietà offerta dai nuovi alimenti. Lei lo chiama l'«onnivoro autentico».





Première dei prodotti per la fine dell'anno

**PER FINIRE
CON IL
MASSIMO
DEL GUSTO**

Che si tratti di una colazione energetica prima dell'ultima riunione dell'anno, di una festosa cena di Natale con la famiglia o di un piccolo dolce ringraziamento per i clienti della ristorazione – con i suoi nuovi prodotti per la fine dell'anno, il Bell Food Group assicura come sempre uno sprint finale all'insegna del gusto. • *mr*

Bell Polonia
Pastrami finemente aromatizzato

La farcia per sandwich pastrami, particolarmente gettonata negli USA, affonda le proprie origini in Europa orientale. Ed è da qui che Bell Polonia la riprende. Questa novità da banco viene realizzata con la miglior carne di manzo e preparata con cura. Le fette di carne delicatamente aromatizzate e succose non sono una leccornia solo sul pane, ma anche ad esempio sugli antipasti delle festività.

Bell Svizzera
Tenero arrosto di spalla di vitello a cottura lenta

Affinché il menu delle feste sia un successo garantito anche per i cuochi inesperti, in Svizzera per il breve periodo delle feste di Natale Bell ha aggiunto alla propria gamma a cottura lenta un arrosto di spalla di vitello. L'arrosto di spalla, fatto con la migliore carne di vitello svizzera, è delicatamente precotto a bassa temperatura per una tenerezza perfetta. Per prepararlo bastano solo alcuni passaggi che richiedono poco più di 15 minuti, e l'arrosto di Natale è pronto.

Eisberg Austria
Cinque piaceri da spuntino

Eisberg in Austria fa in modo che i piccoli morsi della fame vengano messi a bada a dovere con cinque nuovi panini imbottiti. Oltre al «panino da snack con maiale arrosto», al «panino da snack con Leberkäser» e al «panino da snack con crema di formaggio e formaggio di montagna», sono disponibili anche due varianti per vegani: il «panino da snack con crema di formaggio vegana e fieno greco» e il «panino da snack con fette delizia vegane». Lo spuntino perfetto per una break in ufficio o per il viaggio durante le vacanze invernali.

LOOK! 04/21 25



Hilcona La grande varietà di cibi vegani

Coloro che vogliono fare a meno degli alimenti di origine animale senza tuttavia rinunciare al gusto con Hilcona avranno ora a disposizione una selezione ancora più ampia. Per esempio, le nuove varietà «Hummus nature» e «Hummus piquant» invitano a intingere. Tahina, cumino e altre spezie tipiche – oltre al peperoncino nella versione piccante – conferiscono l'aroma orientale alla crema di ceci.

L'impresa del Liechtenstein ha anche ampliato il proprio assortimento di tofu con una versione affumicata. La novità ottiene il suo aroma inconfondibile nel laboratorio dedicato al tofu della Hilcona Taste Factory di Landquart, dove viene affumicato su legno di faggio per diverse ore.

Insieme al tofu, il falafel è uno dei più noti sostituti vegani della carne. Anche in questo caso esiste ora una variante Hilcona: le polpette di ceci sono condite con cumino, prezzemolo e cipolle in un equilibrato stile libanese ed emanano piacevoli aromi di arrostitura durante la preparazione.

Queste nuove polpette di verdure della fucina del gusto sono adatte anche per una dieta ricca di proteine non derivate dalla carne. I piccoli bocconcini con chicchi di mais e piselli interi e cubetti di carota tagliati finemente sviluppano il loro colore giallo-marrone ed emanano un aroma gustoso con pochi minuti di cottura in padella o in forno.



Hilcona

Quattro insalate classiche in una ciotola

«Wär schafft» (Chi lavora), come dicono gli svizzeri, ha bisogno di energia. A fornirla ci pensa la nuova «(Wär)schafft Bowl» di Hilcona: questo nuovo prodotto riesce in un'unica ciotola le quattro insalate tradizionalmente più popolari in Svizzera, ossia l'insalata di pasta, l'insalata di patate, l'insalata di salsiccia e formaggio e l'insalata di carote. La soluzione perfetta per tutti coloro che non sono mai decisi sull'insalata da mangiare nella pausa pranzo.



Hügli

Palline di cioccolato in scatola di latta da collezione

Una ghiottoneria da assaporare prima di andare a letto in hotel o in accompagnamento al caffè al ristorante – con le palline di cioccolato svizzero di alta qualità di Hügli, i clienti della ristorazione hanno sempre una dolce sorpresa a portata di mano per i loro ospiti. E non è solo il contenuto a brillare: la scatola di latta in edizione speciale natalizia è un vero oggetto da collezione che può essere riutilizzato a piacere.



Swiss Vegan Award per «The Green Mountain»

Il team di «The Green Mountain» può essere fiero del primo posto ottenuto sul podio dello Swiss Vegan Award di quest'anno. I prodotti gourmet vegani hanno ricevuto il premio di «Newcomer dell'anno». Nella votazione per il «Salty Food», ha inoltre vinto il terzo posto il Fleischkäse del marchio.

I giurati e i clienti partecipanti sono stati d'accordo: «The Green Mountain» offre un'interazione convincente fra gusto, lavorazione Swiss Made, innovazione e raffinatezza.



«Questo premio speciale va ascritto all'eccellente lavoro svolto dall'intero team nell'ultimo anno», afferma Werner Ott, responsabile della start-up artigianale. «Il fatto che nel tempo di un anno abbiamo ottenuto il prestigioso titolo <Swiss Vegan Award – Newcomer dell'anno> è la prova sufficiente che il nostro team nato nelle montagne svizzere si accontenta solo del meglio».



Eisberg lancia una raccolta fondi per le donne colpite da tumore al seno

Ogni anno, nel mese di ottobre, numerose organizzazioni in tutto il mondo indicano campagne di sensibilizzazione sul cancro al seno. Quest'anno anche Eisberg in Ungheria ha deciso di essere della partita. Esclusivamente per il mese della campagna, ha lanciato il «Pink Mix», un mix di insalata croccante in un sacchetto rosa con il noto fiocco simbolico. Per ogni prodotto venduto di questa varietà, l'azienda ha donato cinque fiorini a un'associazione per finanziare l'acquisto di un lettore di vene per il reparto di oncologia dell'ospedale Szent György di Székesfehérvár.

«Dopo aver contribuito l'anno scorso alla «Race for the Cure», il più grande evento europeo per la salute delle donne, volevamo realizzare qualcosa di ancora più grande quest'anno», riferisce Laura Spielmann, responsabile del marketing di Eisberg in Ungheria. «Con l'aiuto del nostro forte marchio, abbiamo rivolto ancora maggiore attenzione al problema e incoraggiato i nostri consumatori a sostenerci nella campagna di aiuti».

Concept completo di Hügli per il periodo prenatalizio

I ristoratori in cerca di idee per trasformare le feste familiari e aziendali in momenti culinari di spicco nelle condizioni attuali scelgono giusto se scelgono Hügli. Il nuovo concept per la stagione delle feste include, tra i vari elementi, materiali di comunicazione personalizzabili, idee per eventi e ricette regalo per gli ospiti.

Così, i clienti vengono sgravati nello sprint finale spesso frenetico della fine dell'anno mediante materiali di comunicazione personalizzabili in vari design invernali. La gamma comprende biglietti d'invito, menù, volantini promozionali e immagini digitali per annunci su piattaforme di social media.

Inoltre, Hügli presenta ai clienti alcune proposte di festeggiamento creative nel quadro del concept, come il barbecue invernale o l'«Apéro Delivery» per l'After-Work-X-Mas Party, in cui la festa non viene trascurata nonostante il rispetto delle regole di distanziamento.

Quest'anno, per la prima volta, gli esperti culinari offrono un pacchetto festivo completo e senza pensieri ai loro clienti della ristorazione, del catering e dell'alimentazione di comunità.



Anniversari

LOOK! si congratula con coloro che festeggiano l'anniversario fra dicembre 2021 e febbraio 2022

Bell Svizzera

20 anni di servizio

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

25 anni di servizio

Laurent Faucampre, 1 dicembre, Bell, Basilea
Christian Fontaine, 1 dicembre, Bell, Basilea
Quoc Kiem, 1 dicembre, Bell, Basilea
Maurice Waltz, 1 dicembre, Bell, Basilea
Gorge Premra Gnanapragasam, 6 gennaio, Bell, Basilea
Chantal Fino, 27 gennaio, Bell, Basilea
Martin Glauser, 1 febbraio, Bell, Zell
Eric Bientz, 3 febbraio, Bell, Basilea
Sirin Kismetli, 3 febbraio, Bell, Basilea

30 anni di servizio

Amilcar Domingues, 1 dicembre, Bell, Cheseaux
Joerg Kofmel, 1 dicembre, Bell, Oensingen
Radisa Martinovic, 1 dicembre, Bell, Oensingen
Jean-Luc Leduc, 3 febbraio, Bell, Basilea

35 anni di servizio

Christoph Schatzmann, 1 gennaio, Bell, Basilea
Rolf Anti, 5 gennaio, Bell, Basilea
Urs Probst, 5 gennaio, Bell, Oensingen
Urs Graf, 1 febbraio, Bell, Basilea
Markus Oes, 1 febbraio, Bell, Basilea

Pensionamenti

Werner Zitzwitz, 30 novembre, Bell, Basilea (*supplemento*)
Béatrice Dennecker, 31 dicembre, Bell, Basilea

Pensionamenti anticipati

Beat Arnold, 31 dicembre, Bell, Zell
Patrick Braconi, 31 dicembre, Bell, Basilea
Patricia Joyeux, 31 dicembre, Bell, Basilea
Mario Laino, 31 dicembre, Bell, Basilea
Marius Manetsch, 31 dicembre, Bell, Oensingen
Rene Schmutz, 31 dicembre, Bell, Zell
Elisabeth Wyser, 31 dicembre, Bell, Oensingen
Vitore Mirakaj, 31 gennaio, Bell, Zell

Bell International

20 anni di servizio

Patricia Mialhe, 3 dicembre, Bell, Teilhède
Annerose Gebler, 1 gennaio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing
Matthias Ibertsberger, 2 gennaio, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Alensander Nalepa, 8 gennaio, Bell, Niepołomice
Nathalie Constant, 4 febbraio, Bell, Teilhède
Josef Ratzinger, 8 febbraio, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Tatjana Eigenser, 18 febbraio, Bell, Harkebrügge
Irina Harms, 18 febbraio, Bell, Harkebrügge
Denny Henke, 18 febbraio, Bell, Seevetal
Lidija Maljako, 18 febbraio, Bell, Harkebrügge
Francoise Özen, 18 febbraio, Bell, Seevetal

25 anni di servizio

Jeannette Melchert, 2 dicembre, Bell, Edewecht
Janusz Martuś, 12 gennaio, Bell, Niepołomice
Sylvie Ploivy, 13 gennaio, Bell, Saint Symphorien
Guido Wulf, 13 gennaio, Bell, Harkebrügge
Hannelore Bronn-Hartzke, 11 febbraio, Bell, Harkebrügge

30 anni di servizio

Carola Hälke, 1 febbraio, Bell, Edewecht

Pensionamenti

Eda Staneikiene, 31 gennaio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*supplemento*)
Anatolij Tschaban, 28 febbraio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*supplemento*)
Meryem Siyahturp, 30 settembre, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt (*supplemento*)
Gérald Faure, 31 gennaio, Bell, Teilhède

Decesso

Gabor Orsos, 6 maggio, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Convenience

20 anni di servizio

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

25 anni di servizio

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

30 anni di servizio

Carola Forster, 1 dicembre, Eisberg, Dällikon
Laura Schäfer, 18 dicembre, Hügli, Radolfzell
Mario Römer, 1 gennaio, Hügli, Radolfzell
Peter Beck, 1 gennaio, Hügli, Steinach
Sabine Jäger, 1 gennaio, Hügli, Radolfzell
Stephen Holmes, 13 gennaio, Hügli, Redditch
Donato Mazziotta, 13 gennaio, Hilcona, Schaan
Nikolaus Hubert, 10 febbraio, Hügli, Radolfzell
Manuel Figueroa, 17 febbraio, Hilcona, Schaan

35 anni di servizio

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

Pensionamenti

Heike Kallmann-Strillinger, 30 settembre, Hügli, Radolfzell (supplemento)
Ingrid Bingger, 31 dicembre, Hügli, Radolfzell
Jiří Kroupa, 31 dicembre, Hügli Food, Zásmyky
Lothar Mehl, 31 dicembre, Hügli, Radolfzell
Enrico Meier, 31 dicembre, Hilcona, Schaan/Basilea
Veronika Block, 28 febbraio, Hügli, Radolfzell

Pensionamenti anticipati

Edgar Ledergerber, 31 gennaio, Hilcona, Schaan

Decessi

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

QUESITO DEL CONCORSO

Vinci un carico di delizie del Bell Food Group

Scopri il mondo del gusto del gruppo Bell Food: geniali prodotti convenience, specialità regionali e ingegnose novità. E non c'è nemmeno bisogno di andare a fare la spesa. Partecipa alla prossima estrazione e, con un po' di fortuna, il pacchetto pieno di prelibatezze del Bell Food Group sarà presto tuo!

Quale di queste affermazioni è corretta?



A)

Il Bell Food Group opera in 97 paesi diversi.

B)

I collaboratori del Bell Food Group provengono da un totale di 97 nazioni diverse.

C)

Nella sede più piccola del Bell Food Group lavorano 97 persone.

Premi

Diversi prodotti di tutti i comparti del Bell Food Group per un valore di EUR 400,-
 10 buoni acquisto del valore di EUR 30,- da spendere in un supermercato locale

Il concorso scade il 15 marzo 2022

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

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

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

Ricerca di talenti nella formazione professionale

Una vasta gamma di misure

Nelle aziende del Bell Food Group ci sono non meno di 20 professioni diverse da imparare. C'è qualcosa per qualsiasi inclinazione professionale. Attirare i migliori talenti nelle varie professioni è una sfida che viene raccolta volentieri.



Lo strumento di reclutamento più importante è il buon vecchio stage di orientamento.

Dalla macellaia-salumiera al tecnico alimentarista all'informatico: il Bell Food Group offre ai giovani professionisti di domani una gamma estremamente diversificata di opportunità di formazione. Ma come fa un'azienda ad attirare l'attenzione su di sé e come riesce ad attirare i migliori talenti? Andreas Begré, responsabile della formazione professionale alla Bell in Svizzera, ha le risposte a queste domande. Altrettanto diverse quanto le varie professioni sono le persone che le esercitano, e questo si nota già nella ricerca dei candidati. «Per raggiungere il maggior numero possibile di giovani, sfruttiamo l'intera gamma di canali, piattaforme e contatti», spiega Andreas Begré.

Alle borse dei posti di apprendistato, sui portali online o agli eventi di speed dating, gli apprendisti incontrano chi cerca un apprendistato e raccontano in prima persona come vivono questa esperienza. Anche la visita presso le scuole è uno strumento promettente per entusiasmare le persone sul variegato programma di formazione. «Funziona particolarmente bene quando gli apprendisti si presentano a studenti che hanno frequentato la stessa scuola e magari hanno anche avuto lo stesso insegnante», racconta Andreas Begré. Il più delle volte, anche i contatti personali tramite conoscenti o familiari

che lavorano alla Bell si traducono in buone relazioni con gli uffici pubblici, le organizzazioni statali, gli insegnanti e i coach professionali.

Lo strumento di reclutamento più importante non sono i social media, ma il buon vecchio stage di orientamento. Rispetto al passato non è cambiato nulla in termini di conoscenza personale, ma oggi un'azienda deve esperire molti sforzi per essere percepita come un'azienda di formazione appetibile. «I giovani non ci chiedono quali sono i requisiti per l'apprendistato, ma cosa noi possiamo offrire loro», dice Andreas Begré. A suo avviso è importante considerare la diversità dei tirocini offerti. Un futuro informatico ha aspettative diverse da quelle di un candidato al mestiere di macellaio.

È fondamentale che i reparti visitati si occupino a dovere dei giovani partecipanti all'orientamento, dando loro una visione dettagliata dell'azienda con un programma di orientamento professionale. La possibilità che la fine dell'orientamento coincida con l'inizio di un rapporto di apprendistato è fortemente legata alle esperienze nel contatto personale con i futuri colleghi e superiori. «Noi persone facciamo la differenza», così Andreas Begré riassume il concetto. • ap