

# LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

04 2021

**Trăiască  
diversitatea**

BELL  
FOOD  
GROUP





## Rezumat

### Din companie

#### 4 Feedback valoros

Sondaj de opinie în rândul angajaților Grupului Bell Food

### Munca la Bell Food Group

#### 6 Relații de rudenie

Familiiile sunt binevenite în Grupul Bell Food

### La Articol de prima pagină

#### 10 Trăiască diversitatea

Diversitatea se bucură de tot mai multă atenție și la grupul Bell Food

### Oamenii fac diferența

#### 16 Transformarea posibilului în obiective concrete

Angajații Bell Food Group dezbate tema TopX

### Durabilitate și inovație

#### 18 Construit integral pentru asigurarea sustenabilității

Protecția climei la proiectele de construcții

### Lumea noastră culinară

#### 20 Ovo, lacto, omnivoră – Poftim?

Scurtă lecție de nutriție

#### 24 O altă plăcere la final

Premiere de produse la finalul anului

### Aniversări

#### 28 Aniversări

LOOK! îi felicită pe sărbătorii din perioada decembrie 2021 – februarie 2022

### Competiție

#### 31 Câștigați un pachet plin de bunătăți de la Bell Food Group

Întrebare de concurs

### Asta da calitate!

#### 32 O paletă variată de măsuri

Identificarea talentelor în formarea profesională

## Diversitatea ca factor de succes

### Dragi angajați,

Diversitatea ne caracterizează pe noi, unitățile noastre și întregul grup Bell Food. Această diversitate reprezintă o valoare adăugată – sunt convins de acest aspect. Când am devenit parte a grupului Bell, în anul 2011, compania dispunea de 6.400 de angajați. Odată cu dezvoltarea semnificativă a grupului Bell Food, diversitatea oamenilor, a culturilor și a domeniilor de activitate s-a intensificat și mai puternic. Acest aspect se reflectă și în cifre: În prezent, grupul Bell Food activează în 15 țări având 12.000 de angajați de peste 90 de naționalități.

Această varietate de personalități, proveniențe și experiențe diferite nu doar că ne îmbogățește interacțiunea personală, ci și activitatea noastră cotidiană. Diversitatea ne ajută să ne menținem inspirația și să gândim dincolo de granițe. În prezent, o echipă de calitate se bucură de diferențele competențe și perspective unice ale membrilor săi, ceea ce contribuie la îmbunătățirea acestora.



Cu toții avem propriile noastre puncte forte și puncte slabe. Singuri nu putem face față tuturor cerințelor pe care le întâlnim în activitatea noastră profesională cotidiană. Împreună însă dispunem de abilitățile necesare pentru a aborda toate provocările și a pune în practică soluții. Prin

urmare, diversitatea nu reprezintă doar un termen la modă, ci un factor important pentru o activitate de succes și cu semnificație.

Sunt conștient, dragi angajați, că diversitatea implică și provocări. O bază importantă pentru a face față acestora este reprezentată de modul în care ne întâlnim și interacționăm unii cu alții în viața de zi cu zi. Un mediu de lucru deschis și uman, caracterizat prin recunoașterea performanțelor, elimină obstacolele și ne ajută să ne apropiem unii de alții. Acesta este motivul pentru care grupul Bell Food se concentrează asupra omului, cu abilitățile și nevoile lui individuale.

Participarea activă, abordarea concretă a provocărilor și contribuția la schimbare nu trebuie să fie doar un obiectiv, ci trebuie susținută în mod activ. Datorită diversității competențelor noastre, dorim să creăm în mod constant ceva nou și să facem ca un lucru bun să se îmbunătățească. În acest mod, oferim un exemplu în industria noastră – în calitate de companie, de echipă și pe plan individual.

Prin urmare, aș dori să vă încurajez, stimați angajați, să contribuiți cu idei, să dați dovadă de spirit de inițiativă și să vă asumați responsabilitatea. Pentru că noi înșine ne modelăm viitorul. Și pentru a ajunge în vârf împreună este nevoie de implicarea noastră, a tuturor. Diversitatea reprezintă un beneficiu pentru noi toți. Aștept cu nerăbdare să continui acest drum împreună cu dumneavoastră și în anul care vine.

Pe această cale, vă urez sincer, dumneavoastră și celor dragi, sărbători fericite, un sfârșit de an bun, mult succes, bucurie și, mai ales, multă sănătate în 2022.

Lorenz Wyss

Președintele Consiliului de administrație al Grupului

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

**Caseta tehnică** Revista pentru angajații companiei Bell Food Group, 4 ediții anuale, nr. 4/2021, decembrie 2021, numărul 27.

Editor: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Elveția. Adresa: Bell Schweiz AG, echipa redacțională LOOK!, căsuța poștală 2356, 4002 Basel, Elveția.

Tel. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com). Echipa redacțională: Sara Heiniger (sh), coordonare, Fabian Vetsch (fv).

Asistență redacțională: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Design: oblografik, Olten, Elveția. Prelucrarea imaginilor: Proacteam AG, Allschwil, Elveția.

Tipar: Werner Druck & Medien AG, Basel, Elveția. Tipărit pe hârtie FSC.

Sondaj de opinie în rândul angajaților Grupului Bell Food

# Feedback valoros

Rezultatele celui de-al doilea sondaj realizat în rândul tuturor angajaților Grupului Bell Food sunt disponibile în prezent. La nivel de grup, rezultatele corespund în mare măsură celor din 2018. În prezent, rezultatele sunt analizate în detaliu în cadrul diviziilor și se elaborează măsuri individuale.

## Un rezultat solid

În lunile iunie și iulie 2021, a fost realizat pentru a doua oară un sondaj de opinie în rândul angajaților în cadrul Grupului Bell Food. În acest an, au fost incluși și angajații din divizia Hügli. Răspunsul la sondaj a fost ușor mai redus comparativ cu ediția din 2018. Un posibil motiv ar putea fi modul în care a fost realizat sondajul: Pentru prima dată, participarea la sondaj a fost posibilă doar online. «Considerăm că este posibil că renunțarea la participarea prin completarea de formulare cu scris de mână să fi fost un obstacol pentru unii angajați», explică Endrik Dallmann, coordonatorul departamentului HR din cadrul Grupului Bell Food. «Prin urmare, vom examina cu atenție modul în care vom proceda în viitor. Până

## Desfășurarea sondajului exclusiv online ar fi putut constitui un obstacol.

la urmă, este important pentru noi să obținem feedback de la cât mai mulți angajați.» În ansamblu, Endrik Dallmann este mulțumit de rezultat: «Pe fondul pandemiei de Coronavirus, ne așteptam la schimbări mai intense față de ultimul sondaj.» La nivel de grup, rezultatele sunt în mare parte în concordanță cu cele din 2018 (a se vedea graficul din dreapta).

## Potențialul este evidențiat în detaliu

Cu toate acestea, în contextul numărului ridicat de evaluări individuale, Endrik Dallmann afirmă că este normal să nu existe prea multe fluctuații semnificative de evaluare la acest nivel de raportare. «În ansamblu, evaluările individuale se compensează, de regulă», explică el, «rezultatele prezintă un nivel mai ridicat de relevanță atunci când sunt defalcate pe unități individuale.»

Prin urmare, până la finalul anului, vor fi prezentate sectoarele de activitate și diviziile cu rezultatele lor individuale. În total, au fost efectuate peste 309 de evaluări de acest tip - iar dacă este necesar, aceste evaluări vor fi defalcate la un nivel suplimentar de detaliere.

«Prin urmare, este foarte posibil», adaugă Dallmann, «ca rezultatele individuale la unele întrebări să difere foarte mult de cele ale grupului, în funcție de sectorul de activitate. În cele din urmă, însă, tocmai aceste abateri sunt cele care arată unde sunt necesare schimbări.»

## O întrebare deschisă, numeroase răspunsuri concrete

Răspunsurile la ultimele două întrebări sub forma unui feedback deschis au oferit, de asemenea, indicii importante. În acest an, de exemplu, gestionarea crizei grupului de companii a fost percepută într-un mod deosebit de pozitiv. Pandemia de Coronavirus a demonstrat că Grupul Bell Food este un angajator sigur chiar și în vremuri dificile.

Această impresie corespunde, de asemenea, cifrelor din evaluare, susține Dallmann: «Anul acesta am inclus o întrebare despre pandemia de Coronavirus, pe lângă întrebările obișnuite. Numeroși angajați sunt de părere că, în principiu, am gestionat bine situația provocată de Coronavirus în Grupul Bell Food.»

Pe de altă parte, problematica dezvoltării personale a avut un scor mai slab. În special acest domeniu a avut mult de suferit din cauza situației create de Coronavirus. Numeroase cursuri și sesiuni de perfecționare nu au putut fi organizate din cauza măsurilor de protecție.

«Practic, putem afirma», sintetizează Dallmann feedback-urile deschise, «că angajaților din cadrul Grupului Bell Food le place munca lor și se bucură de activitatea depusă. Atmosfera de lucru din cadrul echipelor și coeziunea colegială beneficiază de o apreciere deosebită. Ceea ce a fost criticat, însă, a fost fluxul de informații, de exemplu, faptul că documentele nu ar fi disponibile întotdeauna în limbile necesare.»

Există, de asemenea, un potențial de îmbunătățire a proceselor. Acestea sunt percepute de numeroși angajați ca fiind prea rigide și se dorește mai multă flexibilitate. În domeniul administrativ, subiectul digitalizării (activitatea fără hârtie) a fost, de asemenea, menționat mai frecvent.

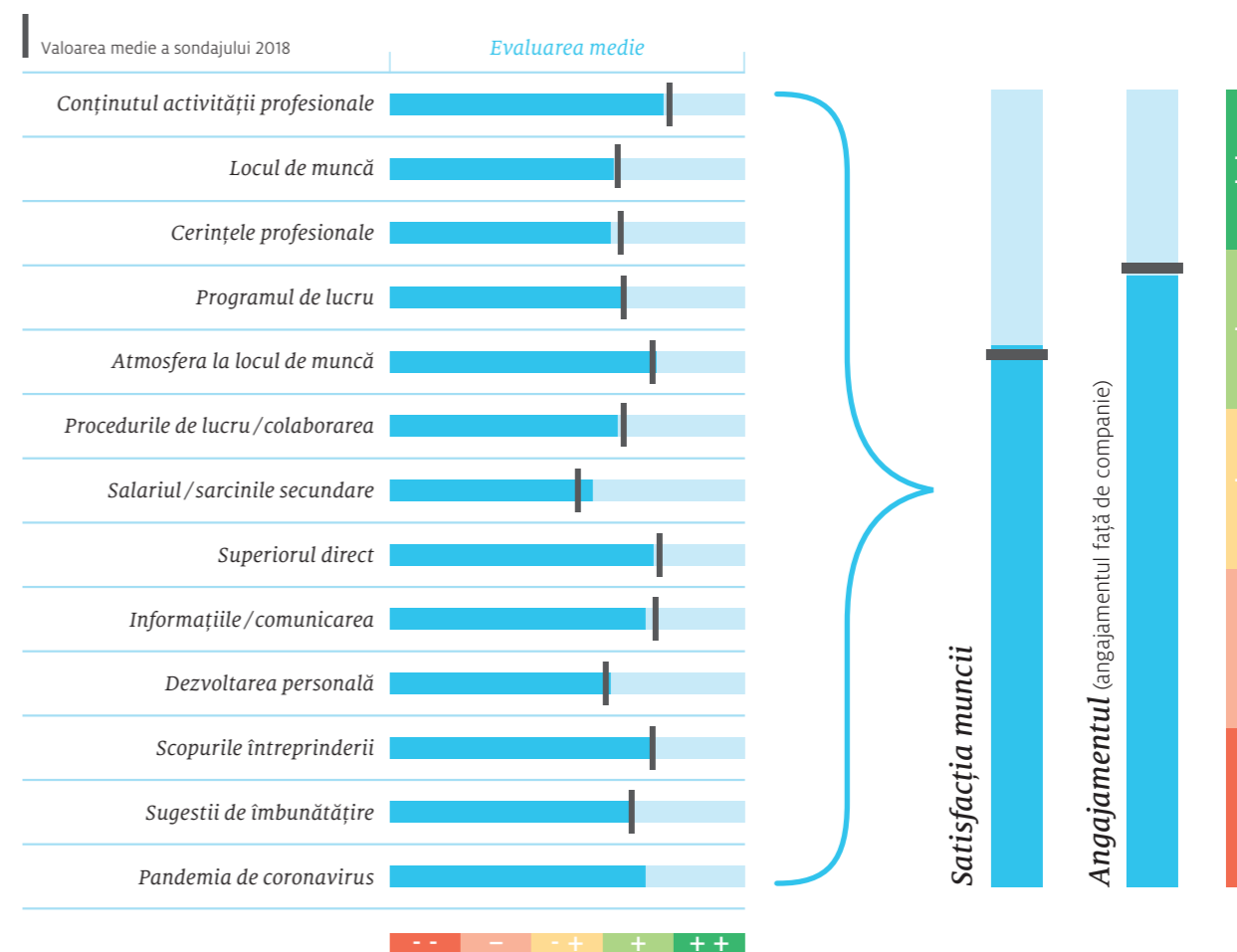
## Care sunt pașii următori?

Următorul pas va fi analiza rezultatelor în unitățile respective și definirea domeniilor de acțiune. Pe baza acestor domenii de acțiune, într-o etapă finală vor fi definite și puse în aplicare măsuri.

Majoritatea măsurilor sunt adoptate la nivelul localităților sau chiar al departamentelor, pentru că astfel pot genera un efect bine definit.

«În procesul de definire a obiectivelor, al doilea obiectiv pentru 2022 este derivat din rezultatele sondajului realizat în rândul angajaților», explică Endrik Dallmann. «În anul următor, o mare parte dintre persoanele cu funcții de conducere vor lucra la trei măsuri proprii, derivate din sondaj. În acest mod, vom ancora mai bine rezultatele sondajului de opinie în rândul angajaților în activitatea cotidiană a companiei și vom obține o și mai bună măsurabilitate.» • sh

## Rezultatele domeniilor tematice



Famiile sunt binevenite în Grupul Bell Food

# Relații de rudenie

Fie că este vorba de România, Liechtenstein sau Elveția – în numeroase locații, Grupul Bell Food este literalmente o firmă de familie. Surori, frați, tați și fii sau unchi și nepoți lucrează în aceeași companie. Câteva exemple arată cât de bine funcționează acest aspect.

## 1) Aducerea familiei la locul de muncă

Nicoleta Scarlat a venit la Eisberg România în octombrie 2002, la recomandarea unei cunoștințe, ca lucrător în depozit. I-a povestit surorii sale, Georgiana Mariana Mayer, despre experiențele ei pozitive trăite și, câteva luni mai târziu, a aplicat și ea pentru un loc de muncă la expertii în salate.

După câțiva ani petrecuți împreună în producție, Nicoleta s-a mutat în domeniul vânzărilor. Cu toate acestea, surorile încă se văd la serviciu în fiecare zi. «Pentru mine, este un avantaj să am în companie pe cineva care se

bucură de succesul meu profesional», povestește Nicoleta.

### Frații se văd în fiecare zi la serviciu.

Pe de altă parte, este important pentru surori să nu discute prea multă despre locul de muncă în viața lor privată. Georgiana, căreia toată lumea îi spune doar Giuli, povestește: «Am învățat că nu este recomandabil să iei munca acasă cu tine – mai ales că atunci este vorba adesea mai mult despre teme neplăcute.»

## 2) Atenție: Risc de confuzie!

Părinții lor lucrau deja într-o măcelărie care aparținea companiei Bell. Astfel, Silvio și Daniel Strub au început și ei ucenicia în activitatea de măcelar în 1981 la compania Bell, care era cel mai mare furnizor de locuri de instruire profesională din Basel la acea vreme. La început, gemenii au provocat o oarecare confuzie. «A durat ceva timp până când toată lumea din abator și-a dat seama că suntem doi», afirmă Daniel. În prezent, ca urmare a domeniilor de responsabilitate și a locurilor de muncă diferite, nu mai există în fapt puncte de legătură între ei la locul de muncă. «Prin urmare, a discuta despre locul de muncă în timpul liber nu este o problemă pentru noi, deoarece nu putem face schimb de idei în cadrul companiei», spune Silvio. «Dar cum Daniel lucrează la departamentul de resurse umane, subiectele legate de personal sunt, desigur, tabu.»

Există, de asemenea, un risc mai redus de confuzie în prezent. Cu toate acestea, oricine primește un apel de la un «Strub» trebuie să ghicească uneori în continuare cine este la telefon. Potrivit colegilor, vocile lor sunt aproape imposibil de distins la telefon.



1) Georgiana Mariana Mayer, director de producție, și Nicoleta Scarlat, director de vânzări și marketing la Eisberg în România

2)

Silvio Strub, Junior Key Account Manager pentru vânzarea de carne proaspătă, și Daniel Strub, director al departamentului de Payroll & HR Services la Bell în Elveția



## 3) Separarea strictă a vieții private de cea profesională

Când Stipe Herceg – care lucra deja la Hügli încă din 2012 – a aflat că departamentul de pregătire a muncii căuta întăriri, l-a mobilizat imediat pe fratele său mai mic. Angajarea s-a realizat cu succes, iar Filip Herceg lucrează în prezent de trei ani în cadrul companiei din Steinach. Având în vedere că cei doi au de-a face unul cu celălalt în fiecare zi datorită cooperării dintre departamentele de producție și de pregătire a muncii, le-a fost clar de la început: Viața privată și cea profesională necesită o distincție consecventă. «Acest lucru a funcționat foarte bine până acum», afirmă Stipe. Cu toate acestea, este ceva mai dificil când fratele tău mai mare te-a adus în joc. «După părerea mea, depui mai mult efort în munca ta dacă un membru al

familiei te-a recomandat și astfel garantează și pentru tine», susține Filip. Din cauza identității dintre nume, e-mailurile sunt transmise uneori către destinatarul greșit în cadrul activității cotidiene. Din fericire, însă, s-a întâmplat doar o singură dată până acum ca unul dintre frați să își dea seama în timpul unei întâlniri că nu era fratele Herceg potrivit pentru tema ședinței respective.



3)

Filip Herceg, coordonatorul echipei de planificare a comenzilor, și Stipe Herceg, director al departamentului pentru ambalaje la Hügli



4)

Cedric Bechler, responsabil de specialitate pentru marketing și comunicare corporativă, Harry Bechler, coordonator al departamentului de dezvoltare a resurselor umane, și Frank Bechler, director adjunct al departamentului Bell International



5)

Jean-Yves Pavoux, coordonator al departamentului de întreținere, și Sylvie Ploivy, asistentă în domeniul industrial

#### 4) Mai multe generații la bord

Prin Harry, companiei Bell i s-a alăturat în anul 2000 primul membru al familiei Bechler. Câteva luni mai târziu, Frank a semnat și el propriul contract de muncă la această companie. Iar el nu avea să fie ultimul angajat la această firmă din familie: În timp ce fiii săi – Marc, Leon și Adrian au lucrat ca ajutoare de duminică și de sărbători în cadrul companiei, în perioada școlii și a studiilor, fiul său Cedric și-a finalizat

pregătirea la Bell și lucrează în prezent în echipa de marketing corporativ / comunicare.

**Frații nu abordează subiectele sensibile.**

Cei trei lucrează rareori împreună din cauza departamentelor de specialitate diferite și, de asemenea, au tendința de a-și petrece pauzele de prânz cu colegii din propria echipă. «Din când în când,



6)

Engin Yildiz, coordonatorul departamentului de dozare a materialelor uscate, Seref Yildiz, coordonatorul departamentului HF/C, și Cemil Yildiz, coordonatorul departamentului pentru managementul comenzilor de lucru/completarea cu materiale

însă, îmi place să fiu invitat la prânz de către tatăl meu în restaurantul pentru personal», afirmă Cedric.

Nici pentru Harry și Frank nu este o problemă să vorbească despre locul de muncă în cadrul întâlnirilor private. «Evitarea subiectului nu este necesară pentru noi, deoarece munca este distractivă și ocupă o mare parte din viața noastră», susține Frank. Dar frații sunt de acord să evite subiectele sensibile.

Pentru Harry, care lucrează în domeniul resurselor umane, este important ca Bell să ofere posibilitatea de a aduce și membrii familiei în companie. «Acest lucru vorbește în favoarea noastră, ca angajator, atunci când angajații recomandă încadrarea membrilor propriilor familii», explică el. Și fratele și nepotul său sunt de acord cu acest lucru, ambii fiind atât de mulțumiți de Bell, încât ar recomanda Bell ca angajator nu numai membrilor familiei, ci și cunoscuților.

#### 5) În contact toată ziua

Frații Jean-Yves Pavoux și Sylvie Ploivy fac parte din echipa de la locația din St. Symphorien sur Coise din Monts du Lyonnais de mai bine de 30 de ani. Jean-Yves, angajat inițial în Annecy, a avut șansa de a se muta la această companie în anul 1988, deoarece dorea să fie mai aproape de orașul său natal. Un an mai târziu, pe măsură ce volumul de muncă s-a intensificat, l-a urmat sora sa pentru a prelua activitatea de recepție și diverse alte sarcini. După ce au început ca angajați ai companiei Chevallier, frații au asistat la preluarea de către Monsieur Polette și, în cele din urmă, la trecerea la Bell France.

«Suntem în contact unul cu celălalt toată ziua», povestește Sylvie. «Indiferent dacă vorbim la telefon sau suntem la birou să discutăm despre documente.» Pe de altă parte, celor doi le place să își petreacă pauzele de masă fiecare la el acasă.

Dar în particular se văd la mesele organizate în familie sau de sărbători, pe care le petrec adesea împreună. În aceste situații sunt abordate și subiecte legate de locul de muncă care prezintă importanță pentru frați.

Și generația următoare a avut ocazia să descopere atmosfera de la Bell, după cum explică Jean-Yves: «Și copiii noștri au lucrat în cadrul companiei în timpul verii: în administrație și în producție. Au trăit momente bogate în experiențele și schimburi de informații.»

#### 6) Nici o diferență între frați și colegi

Primul frate Yildiz, Seref, s-a alăturat companiei Hilcona în 1990. Șase ani mai târziu, a fost urmat de Cemil în aprilie și de Engin în octombrie. În prezent, cei trei lucrează în departamente diferite, dar se întâlnesc mereu în activitatea lor cotidiană. Ei nu fac nicio distincție între frați și colegi. «În general, colaborăm bine la Hilcona», afirmă Engin.

Pe de altă parte, trioul reprezintă o provocare pentru colegi, deoarece nu este ușor să identifice fratele Yildiz «potrivit» pentru o anumită cerință. «Întotdeauna sunt încurcături cu corespondența, e-mailurile și telefoanele», relatează Seref.

**Trioul se întâlnește din când în când în activitatea cotidiană.**

În timpul pauzelor de prânz împreună sau în timpul altor întâlniri din timpul liber, frații încearcă să lase cât mai mult posibil locul de muncă deoparte. «Uneori apar confuzii», afirmă Cemil, «dar încercăm să separăm cât mai mult posibil viața profesională de cea privată».

La fel ca în acest caz, aceștia sunt de acord că ar recomanda Hilcona și altor membri ai familiei: Cei trei sunt foarte mulțumiți de angajatorul lor și apreciază atmosfera de lucru familială, precum și oportunitățile benefice de dezvoltare pe care le oferă compania. Cei trei frați cunosc foarte bine compania Hilcona: Socotind împreună toți anii de vechime acumulată în cadrul societății, ei sunt mândri că fac parte din personalul Hilcona de peste 80 de ani. • mr

Diversitatea se bucură de tot mai multă atenție și la grupul Bell Food

# TRĂIASCĂ DIVERSITATEA

Subiectul diversității este din ce în ce mai prezent în numeroase domenii ale vieții. Acest aspect este valabil și în lumea muncii, unde atenția acordată diversității forței de muncă este din ce în ce mai ridicată, iar ideile de promovare a acesteia sunt tot mai importante. Acest aspect este valabil și pentru grupul Bell Food, care se obligă să asigure egalitatea de șanse și buna co-viețuire în numeroase domenii.

Lumea noastră este plină de culoare. Și fiecare dintre noi contribuie la aceasta cu propria individualitate: Suntem copii, tineri sau adulți.

## Originea termenului de «Diversity» se regăsește în SUA.

Suntem bărbați, femei sau avem o identitate de gen diferită. Avem o istorie a migrației sau rădăcinile noastre se regăsesc în țară. Trăim cu sau fără probleme de

sănătate. Și există numeroase alte aspecte care definesc fiecare individ în parte.

Sociologii au inventat termenul de «diversitate» în acest sens. Termenul este folosit atât pentru a descrie o societate diversă, cât și pentru a formula obiectivul de recunoaștere a diversității oamenilor.

Originea termenului se regăsește în termenul «Diversity» din SUA. Rădăcinile acestei noțiuni datează din anii 1950, când diferitele grupuri au început să lupte împotriva discriminării în societate, ca parte a mișcării pentru drepturi civile. Acest aspect a dat naștere, la scurt timp, primelor abordări în cadrul managementului diversității.

Astfel de concepte, care recunosc și promovează diversitatea în rândul angajaților din companii, devin tot mai importante. Acest aspect se datorează faptului că acestea pot îmbunătăți atmosfera de lucru, pot asigura o mai mare satisfacție a angajaților sau chiar pot reduce cazurile de boală și de absenteism. Ca să nu mai vorbim de numeroasele idei bune care apar într-un mediu în care fiecare poate contribui cu personalitatea sa, cu toate fațetele acesteia.

## Diversitatea face parte din viața de zi cu zi în echipa de produse foarte proaspete de la Hilcona

Membrii acesteia provin din Spania, Austria, China sau Bulgaria – în total, 17 naționalități lucrează împreună în cadrul diviziei Convenience pentru produse foarte proaspete din Hilcona. O parte din echipa de 95 de persoane este condusă de un tânăr care asigură coordonarea: Sonja Vallaster, în vârstă de 26 de ani, este unul dintre tinerii manageri ai companiei din Liechtenstein.

Ea a preluat această nouă sarcină în urmă cu un an, după ce înainte a lucrat cu intermitențe în cadrul companiei. «La început mi-am făcut dacă urma să fiu respectată de către colegii mei în această poziție. Dar temerile au fost nefondate», afirmă interlocutoarea noastră, care este instruită în meseria de bucătar.

Echipa sa, care se ocupă de pregătirea ingredientelor pentru mâncărurile din gama Convenience, este formată în prezent din angajați provenind din șase țări. Pentru a facilita comunicarea, limba germană literală și vorbirea la un ritm lent reprezintă elemente obligatorii în dialogul cu aceste persoane.

Cu toate acestea, neînțelegerile nu pot fi întotdeauna evitate, după cum relatează echipa condusă de Sonja Vallaster: «Odată i-am spus unui coleg «Mergem toți în pauză», iar el a înțeles că mergem «acasă» și nu s-a mai întors după pauză.»



«O echipă extinsă, numeroase limbi străine, dar ne înțelegem foarte bine.»



«Sunt foarte fericită că sunt pe percepută ca femeie de către colegii mei.»

«Oamenii ar trebui să rămână activi până la finalul sfârșitului existenței lor profesionale.»

Cu cei aproximativ 12.000 de angajați, grupul Bell Food este, în mod firesc, o companie în care se reunesc cei mai diverși oameni. Acest aspect devine foarte clar, de exemplu, în ceea ce privește numărul de naționalități diferite:

Cu membri din 97 de națiuni, din Afganistan până în Republica Centrafricană, nu mai puțin de din totalul țările din lume dispun de reprezentanți în rândul personalului. Și, desigur, sunt reprezentate diferite sexe, toate grupele de vârstă active, precum și cele mai diverse viziuni asupra lumii și caracteristici personale.

«Experții afirmă că, în calitate de companie mare, ești bine poziționat în ceea ce privește diversitatea dacă forța ta de muncă reflectă socie-

tatea în care lucrezi», susține Endrik Dallmann, director de resurse umane la grupul Bell Food. «Atingerea acestui obiectiv reprezintă scopul nostru pe termen lung. Pentru că suntem convinși că toți angajații, dar și compania, beneficiază de pe urma unei organizații diverse, în care prevalează egalitatea de șanse și corectitudinea.»

Unul dintre punctele centrale ale proiectului de diversitate, care este planificat în prezent de Endrik Dallmann împreună cu Birgit Schmidinger, coordonatoarea departamentului de resurse umane Convenience Elveția, și Tanja Degenhardt, Human Resources Coordinator Bell Food Group, este reprezentat de creșterea proporției de femei în posturi de conducere.

### Pentru Monika Ritz, Geiser a fost un sprijin neprețuit în timpul tranziției

Monika Ritz face parte din echipa Geiser AG de 30 de ani. În acest timp, nu numai că a trecut prin mai multe etape profesionale în cadrul companiei, specializată în livrări în sectorul gastronomiei, dar a inițiat și o transformare personală majoră: În urmă cu aproximativ șapte ani, a început tranziția, iar Herbert a devenit Monika. În timpul acestui proces, femeia de 61 de ani, care acum lucrează la pregătirea pentru livrare, a putut conta pe sprijinul total al angajatorului său. În special, directorul fabricii, Markus Bischof, i-a fost alături în mod activ. El povestește: «A fost o experiență pozitivă remarcabilă pentru mine să însoțesc tranziția Monicai atât de aproape și să pot experimenta atât grijile, cât și satisfacția trăită de aceasta, în mod direct.»

Mai ales la început, comunicarea cu personalul a fost foarte importantă. «Ca reprezentant al structurii de conducere, am semnalat tuturor angajaților, încă din primul moment, că o susținem 100 % pe Monika și că o vom însoți și sprijini în procesul ei.» O strategie care a funcționat și a asigurat o largă acceptare în cadrul echipei.

În plus, Geiser a planificat întotdeauna activitatea și domeniile de competență pentru Monika Ritz în funcție de situația concretă, ceea ce a fost în avantajul ambelor părți. Schimbarea oficială a numelui a fost doar un mic pas final care a pecetluit tranziția.

### Trei întrebări pentru Monika Ritz

**Doamnă Ritz, când ați vorbit pentru prima dată cu angajatorul dumneavoastră despre tranziția dumneavoastră?** A existat un moment în care mi-a fost clar că vreau să încep tranziția fără întârziere. Așa că am aflat care sunt pașii necesari și i-am inițiat. Ulterior, am pregătit câteva documente cu informații pentru departamentul de resurse umane și i-am solicitat lui Markus Bischof o discuție.

**Cu ce așteptări ați început această discuție?** Pentru mine, era clar în acel moment că voi face tranziția în orice caz. Bineînțeles însă că am dorit să aflu ce părere are compania despre acest demers. Am avut apoi o conversație foarte lungă, deschisă și pozitivă cu domnul Bischof. Pe parcursul acesteia, mi-a semnalat imediat că firma mă susține și că mă va sprijini pe calea mea. Și așa a fost.

**Cât de deschis abordați în prezent acest subiect în mediul dumneavoastră profesional?** Sunt foarte fericită că acum colegii mei mă percep pe deplin ca femeie. Faptul că am fost cândva un bărbat este acum departe pentru mine – și cred că și pentru cei din jurul meu. De aceea, vorbesc în prezent despre această tranziție doar atunci când trebuie. Prefer ca oamenii să mă accepte așa cum sunt.



## Opțiunile de muncă la domiciliu îi ușurează viața de zi cu zi lui Karlheinz Schörg

Pentru a-i face viața profesională cât mai ușoară lui Karlheinz Schörg, grupul Bell Food i-a oferit de la bun început posibilitatea de a lucra de la domiciliu într-o anumită măsură. Acest lucru se datorează faptului că directorul serviciului de control al sarcinilor speciale suferă de un handicap locomotor. Pentru a se deplasa, el are nevoie de un baston și, uneori, de un scaun cu roțile.

Când vine la biroul de la sediul central din Basel, folosește mașina sa adaptată pentru a asigura accesibilitate pentru persoane cu dizabilități, pentru care are propriul loc de parcare lângă intrare. Din fericire, clădirea este în mare parte lipsită de bariere pentru persoanele cu dizabilități, așa că poate să se deplaseze prin ea aproape nestingherit.

Situația este adesea diferită atunci când controlorul pleacă într-o călătorie de afaceri. «Dacă nu pot conduce propria mașină, uneori este o problemă să găsesc o mașină de închiriat potrivită», afirmă Karlheinz Schörg. «În plus, nu toate locațiile din cadrul grupului Bell Food prezintă același grad de accesibilitate ca sediul central. În anumite cazuri, de exemplu, nu există lifturi sau trebuie să recurg la lifturi de marfă.»

Cu toate acestea, atunci când are nevoie de sprijin, se poate baza pe cei din jurul său. «Am întâlnit deja numeroși colegi care m-au ajutat și care, de exemplu, au cărat ceva pentru mine», afirmă el. Iar superiorul său, Marko Pirc, directorul departamentului de finanțe și control al Bell Elveția, manifestă permanent deschidere față de preocupările personale ale angajaților – și nu doar pentru Karlheinz Schörg.

Opțiunile extinse de birou la domiciliu din perioada pandemiei de Coronavirus au reprezentat o mare ușurare pentru Karlheinz Schörg. Dacă acest mod de lucru va continua să fie posibil depinde atât de Bell, cât și de reglementările supra-naționale pentru navetiștii transfrontalieri care locuiesc în Germania.

Karlheinz Schörg, pe de altă parte, consideră că mai este loc de îmbunătățiri în ceea ce privește echipamentele de birou. «Calitatea posturilor de lucru și, mai ales, a scaunelor variază foarte mult», explică bărbatul de 54 de ani. Cu toate acestea, nici acasă nu a găsit încă scaunul perfect pentru biroul său. «Aș prefera să înșurubez scaunul mașinii mele pe un cadru», afirmă interlocutorul nostru în glumă.

«Pregătim un subproiect specific pentru anul viitor pentru a oferi mai mult sprijin femeilor în dezvoltarea lor profesională pe parcursul carierei, pentru a le pregăti pentru sarcini de conducere și, în cele din urmă, pentru a crește proporția femeilor în echipa de conducere», explică Endrik Dallmann. «Deoarece noi, cei din cadrul grupului Bell Food, punem un mare accent pe dezvoltarea în cadrul propriei companii, acest lucru înseamnă că trebuie să acordăm atenție unei compoziții diverse încă de la bază – de exemplu, atunci când recrutăm ucenici și tinere talente.»

Obiectivul de ansamblu al proiectului va fi acela de a crea o conștientizare a importanței diversității și incluziunii în rândul angajaților și, în special, al persoanelor cu funcții de conducere. Este clar pentru toți cei implicați că succesul poate fi obținut doar pe termen lung. Acest aspect este ilustrat fără echivoc de exemplul proporției de femei în conducere – rotația scăzută a personalului împiedică o schimbare rapidă.

Un alt grup de persoane pe care Endrik Dallmann și echipa sa îl au în vedere atunci când vine vorba de diversitate sunt angajații mai în vârstă sau cu deficiențe fizice. «Este important pentru noi să angajăm oameni până la sfârși-

tul vieții lor profesionale într-un mod care să permită adaptarea la situația lor individuală», afirmă directorul de resurse umane.

Prin urmare, în numeroase locuri se caută și se identifică deja soluții pentru a crea locuri de muncă adecvate. Pentru angajați, acest aspect înseamnă un loc de muncă care să le satisfacă nevoile și unde pot transmite cunoștințele și experiența acumulate către cei mai tineri. De asemenea, compania poate preveni deficitul de personal în perioadele de lipsă de specialiști.

Un domeniu al diversității în care grupul Bell Food este foarte bine poziționat de zeci de ani este reprezentat de componența multinațională a forței de muncă. La urma urmei, după cum am menționat mai devreme, jumătate din țările lumii sunt reprezentate în companie.

Prin urmare, a fost testată deja depășirea barierelor lingvistice. În funcție de situația de la fața locului, cursurile de limbi străine sau materialele traduse sprijină integrarea colegilor care nu vorbesc încă limba națională. Și, bineînțeles, oamenii se ajută între ei, așa cum demonstrează exemplul echipei de produse proaspete de la Hilcona. • *mr*

«Am întâlnit deja numeroși colegi care m-au ajutat.»



Angajații Bell Food Group dezbat tema TopX

# Transformarea posibilului în obiective concrete

În multe unități de producție din cadrul Bell Food Group se lucrează în prezent, în mod intens, la îmbunătățiri ale TopX. Aici, câțiva angajați relatează experiențele personale cu procesul de optimizare și potențialul dezvoltat în domeniul lor de activitate.



«Cu TopX, interacționez diferit cu oamenii de la locul de muncă. Dialogul cu privire la probleme și soluții demonstrează că, prin combinarea diferitelor perspective, se ajunge la cele mai bune rezultate și că este posibil să ne distrăm atunci când muncim. TopX a oferit echipei noastre posibilitatea de colaborare activă, orientată către soluții, în care toată lumea poate coopera cu propriile idei.»

Cu această expertiză, ne este mai ușor să simplificăm procesele și să reducem volumul de muncă. Astfel, potențialul nu este dat de măsurile individuale, ci de totalitatea ideilor întregului grup, iar rezultatul nu se obține în baza cunoștințelor unei persoane, ci este succesul întregii echipe.»

*Pascal Koch, managerul departamentului de producție Decojire și planificarea operațiunilor în cadrul Eisberg, Dällikon*



«Din punctul meu de vedere, TopX reprezintă o abordare unitară; se poate vorbi despre o filosofie zilnică. Combină structura, metodele și planurile de acțiune LEAN, TPM și TQM adaptate necesităților Bell Food Group. În calitate de expert local în cadrul TopX, mă pot inspira din cunoștințele și metodele acumulate și pot promova temele principale ale Hilcona Schaan.»

De asemenea, mă confrunt în permanență cu provocări noi, care devin obiective realiste datorită procedurilor structurate. Sustenabilitatea ocupă un loc extrem de important: Ne concentrăm la lucrurile care ne ajută să avansăm și asigurăm durabilitatea acestora. Acest principiu este foarte important pentru mine, atât din punct de vedere profesional, cât și personal. Din acest motiv, eforturile noastre au dat roade rapid și ne motivează să dăm tot ce e mai bun în fiecare zi.»

*Christina Frank, specialist în optimizarea proceselor în cadrul Hilcona, Schaan*

«La început, nu am fost încrezători, deoarece nu știam cum ne va afecta TopX sau ce vom avea de făcut în cadrul programului. În timp am văzut, însă, că micile îmbunătățiri pot avea efecte mari. Astfel, de exemplu, am obținut economii semnificative datorită proiectelor specifice. Structura îmbunătățită, introdusă printre altele cu «5S», adică Sortare, Sistematizare vizibilă, Salubritate, Standardizare și disciplină de Sine, va duce în timp la un mediu de lucru mai bun, mai ordonat și în care nu va mai fi necesară căutarea materialelor.»

Acest lucru a contribuit și la creșterea nivelului de satisfacție. În plus, ședința săptămânală la nivelul halei de producție ne oferă mai multe informații despre proces. Apreciem faptul că se pot prezenta în permanență idei noi, care pot fi verificate și, dacă este cazul, implementate.»

*(de la stânga la dreapta) Joachim Feldkamp, reprezentant al departamentului de protecție la locul de muncă și în caz de incendii; Dennis Tillner, reprezentant al departamentului de producție; Hans-Joachim Falk, angajat al departamentului de producție; Bernd Kaper, angajat al departamentului de livrări; Bell Germania, fabrica din Edewecht*



«Datorită TopX, beneficiaz de o structură mai clară și un flux de informații mai bun la locul de muncă. În acest sens, organizăm, printre altele, ședințe săptămânale la nivelul halei de producție, care au un plan definit, pe care îl respectăm și îl implementăm. Acestea au devenit în timp activități de rutină și un instrument de comunicare esențial, care permite angajaților să rămână informați și să își exprime părerea. La acestea se adaugă un mod de lucru optim datorită metodei «5S», a desfășurării cu grijă a lucrărilor, precum și a obiectivelor clare din cadrul proiectelor specifice.»

În plus, TopX contribuie la optimizarea locurilor de muncă din punct de vedere al timpilor de lucru și ergonomiei. Propunerile angajaților, care sunt analizate și implementate în mod concret, conferă membrilor echipei senzația că sunt ascultați și incluși în procesul de îmbunătățire a departamentului.»

*Emmanuel Schmidt, reprezentant al managerului departamentului de curățare/transportare a ambalajelor grele Departamentul de carne proaspătă Bell Elveția, Basel*



«Prin introducerea TopX, s-a stabilit și îmbunătățit contactul între departamente. Colaborarea angajaților din diferite departamente în cadrul echipei de bază TopX îmi oferă șansa de a interacționa mai strâns cu colegii din Steinach. În cadrul ședințelor lunare ale echipei de bază TopX, beneficiaz de asistență în timpul fazelor proiectelor mele și primesc informații cu privire la următorii pași, de exemplu la primele progrese.»

Consider că procesul structurat și ghidajul precis contribuie la sporirea eficienței și efectivității producției. În general, controlarea permanentă a proceselor interne din punct de vedere al calității, timpului și costurilor este dificilă. Cu TopX, m-am putut familiariza cu și utiliza instrumente care m-au ajutat să controlez mai bine și să optimizez procesul de producție.

Cu noua structură a sesiunii, angajații pot participa mai mult la procesele în curs, devenind astfel responsabili pentru domeniul în care activează.»

*Roman Schlöpfer, Director de producție în cadrul Hügli, St. Gallen*



Protecția climei la proiectele de construcții

# CONSTRUIT INTEGRAL PENTRU ASIGURAREA SUSTENABILITĂȚII

În calitate de companie de producție de mari dimensiuni, grupului Bell Food îi revine o responsabilitate deosebită în ceea ce privește contribuția la o mai bună protecție a climei. O examinare a diverselor proiecte de construcții din cadrul grupului arată că schimbările climatice pot fi abordate și din punct de vedere al construcțiilor.

## Cheia succesului economic și a sustenabilității

Grupului Bell Food îi revine responsabilitatea în ceea ce privește bunăstarea generațiilor viitoare. Utilizarea atentă a resurselor prezintă o relevanță esențială în acest context.

«Sustenabilitatea reprezintă baza acțiunilor noastre, dar și cheia succesului economic și a viabilității viitoare a companiei noastre», afirmă Samuel Widmer, manager de proiect pentru managementul mediului și al sustenabilității.

Noua strategie de sustenabilitate, care va fi prezentată în cea mai nouă formă anul viitor, se concentrează și mai mult pe utilizarea eficiență a surselor de energie și pe o producție într-o pondere cât mai redusă din resurse fosile.

Roadele acestei strategii pot fi observate atât în proiectele de construcție în curs, cât și în cele care au fost deja finalizate. «Ne concentrăm în acest context pe creșterea eficienței energetice, pe utilizarea potențialelor oferite de căldura reziduală și pe utilizarea energiilor regenerabile», susține Roger Peier, manager de proiect pentru energie și mediu la Bell în Elveția.

Peter Ritzer, coordonatorul serviciului tehnic din cadrul companiei Hilcona din Schaan, oferă un exemplu în acest sens: «Energia economisită prin utilizarea pompei noastre de căldură poate încălzi 200 de locuințe timp de un an și le poate furniza apă caldă.» Când va intra în funcțiune, noul depozit frigorific din Bell, în Oensingen, se așteaptă să asigure o scădere cu până la 50 de procente a emisiilor de CO<sub>2</sub> în comparație cu soluțiile anterioare. Prin eliminarea depozitelor frigorifice mai mici și concentrarea aspra unei locații unice, consumul de energie este redus, respectiv este asigurată creșterea eficienței. «Mai simplu spus: Cu cât este mai mare un depozit frigorific, cu atât este nevoie de mai puțină energie pentru fiecare locație de depozitare», afirmă Beat Schmutz, directorul general al SSP KÄLTEPLANER AG, compania responsabilă pentru proiectarea noului sistem de răcire. Agentul frigorific utilizat este amoniacul, o substanță naturală care garantează eficiența maximă în sistemele de această dimensiune și, spre deosebire de agenții frigorifici sintetici, nu este nociv pentru mediu. «Procesul ciclic este același fiind cunoscut de noi de la echipamentele de până în prezent din Basel, însă noile compresoare și mo-

Cu energia generată de panourile solare, locația companiei Eisberg din Gyál, Ungaria, poate acoperi un sfert din consumul propriu.



toare, precum și sistemul de ansamblu necesită un nivel mai redus de energie», susține Beat Schmutz. Energie care, în viitor, va fi generată, printre altele, de sistemul fotovoltaic instalat pe acoperișul noului depozit frigorific.

De asemenea, energia durabilă este furnizată de panourile solare de la locația Eisberg din Gyál, Ungaria. Sistemul de acoperiș produce în medie 230.000 de kilowați oră (kWh) pe an. «Cu energia astfel produsă putem acoperi un sfert din consumul nostru», declară administratorul companiei, Zoltán Gazsi. Pentru anul viitor este planificată construirea unui nou sistem de filtrare a apei. Noua clădire a Eisberg din Marchtrenk dispune de propria stație de tratare prealabilă pentru filtrarea ecologică a apelor uzate. După cum explică Elena Fanton, asistentă a structurii de conducere a societății Eisberg Austria, poate fi economisită în mod suplimentar o cantitate de până la 30 de procente de apă la nivelul liniilor de producție, prin intermediul unui proces de spălare în mai multe etape cu o cantitate redusă de apă, cu reciclare a apei.

În fabrica în care se produce șunca Serrano din Fuensalida, la o distanță de aproximativ 60 de kilometri de Madrid, se acordă o atenție deosebită reducerii consumului de energie la procesul de uscare a delicatelor. «Dacă în camerele de uscare este necesară o temperatură de 25 de grade Celsius și o umiditate de 60%, sistemul verifică pentru început condițiile din afara clădirii. În toate cazurile în care există o asemenea posibilitate, este utilizat direct aerul din exterior și se evită o procedură de preparare cu un consum ridicat de energie», menționează directorul de

marketing, Rodrigo Fernández-Mazarambroz. În prezent, sistemele de energie solară sunt în curs de instalare în Fuensalida și în alte două locații din Spania.

Dar să revenim în zonele nordice răcoroase: Termometrul din camerele frigorifice ale centrului de producție pentru carnea de pasăre din Zell indică o temperatură constantă de 2 grade Celsius. În același timp, pentru producție este nevoie de apă caldă la 85 de grade Celsius. O pompă de căldură cu amoniac de ultimă generație utilizează căldura reziduală de la sistemul de răcire existent pentru a încălzi apa. «Acest demers ne permite să economisim 170.000 de litri de păcură anual an și să evităm emisii de 500 tone de CO<sub>2</sub>», menționează Roger Peier. Nu doar locația de producție beneficiază de tratamentul termic ecologic și eficient, ci și întreaga comunitate.

Clădirea școlii și sala de sport sunt bransate la sistem printr-o conductă de alimentare centralizată cu energie termică. Grație acestei soluții, comunitatea a putut evita construirea unui nou sistem de încălzire. Acesta este doar unul dintre numeroasele exemple care arată cum măsurile durabile sunt profitabile pentru toată lumea. • ap

Noul depozit de congelare din Oensingen (CH) urmează să genereze un nivel de emisii de CO<sub>2</sub> mai redus cu până la 50% în comparație cu soluția precedentă.

**Acțiunile durabile sunt avantajoase pentru toată lumea.**

Scurtă lecție de nutriție

# Ovo, lacto, omnivoră – Poftim?



*Culturile nutriționale sunt în schimbare. Stilurile dietetice din ziua de azi nu sunt sub nicio formă uniforme. Ce înseamnă când persoana de lângă dumneavoastră se prezintă ca fiind un fructarian? Și ce ar fi comandat Pitagora într-un restaurant? În această scurtă lecție de nutriție vă prezentăm tipurile de alimentație, diete și nutriție. Vă oferim o prezentare exemplificativă. • ap*



## Dieta de detoxifiere

Detox provine de la termenul în engleză «detoxification», care înseamnă detoxifiere. Dieta de detoxifiere este concepută pentru a elibera organismul de toxine și, în același timp, pentru a scăpa de kilogramele în plus. Aceasta implică fie postul, fie renunțarea completă la alimente solide. Sunt permise ceaiul și apa, precum și sucurile proaspete de fructe și legume. Într-o altă variantă a dietei de detoxifiere, se pot consuma doar alimente alcaline, cum ar fi morcovii, spanacul, roșiile sau bananele. Până în prezent nu a fost prezentată dovada științifică a faptului că detoxifierea organismului prin această dietă funcționează.



## Flexitarismul

Flexitarienii sunt, de asemenea, considerați omnivori flexibili sau vegetarieni cu jumătate de normă, în contextul în care nu renunță complet la mâncărurile care conțin carne. Cu toate acestea, consumul acestor tipuri de alimente este redus în mod conștient. Sunt preferate carnea de pasăre și carnea de vită slabă. Flexitarienii sunt foarte precauți în special în ceea ce privește produsele procesate. Planul de meniu săptămânal poate fi conceput, de exemplu, astfel încât să fie planificate două zile fără carne. Flexitarienii nu trebuie să se teamă de deficiențele nutritive care pot apărea în cazul altor diete.

## Fructarianismul

Fructarianismul este probabil dieta cu cele mai stricte reguli dintre toate. Fructarienii nu numai că renunță la alimentele și produsele de origine animală, dar aplică reguli similare și în cazul plantelor. Orice plantă care este distrusă în timpul recoltării este tabu. Doar ceea ce este cules poate ajunge în farfurie. Legenda spune că regretatul Steve Jobs, co-fondatorul companiei Apple, a trăit uneori exclusiv din fructe. Se spune că logo-ul emblematic al mărului mușcat este o expresie a acestei faze a existenței sale.



## Dieta cu conținut redus de carbohidrați

Nu este o imagine plăcută pentru iubitorii de spaghete: În dieta cu conținut redus de carbohidrați, se renunță în mare parte la alimentele care conțin carbohidrați. Pastele, pâinea și cartofii sunt înlocuite cu alimente precum carnea, peștele, produsele lactate și legumele. Grăsimile și proteinele înlocuiesc carbohidrații la care s-a renunțat. Odată cu renunțarea la carbohidrați, adepții regimului cu conținut scăzut de carbohidrați susțin că au găsit un mijloc de a evita bolile civilizației moderne și obezitatea, deși beneficiile sunt cel puțin la fel de controversate ca și entuziasmul celor care evită carbohidrații pentru dieta lor.

## Dieta mediteraneeană

În prezent, dieta mediteraneeană este probabil cea mai populară dintre dietele la modă. În farfurie, în forma unui meniu servit în Italia, Spania sau Grecia, se regăsesc numeroase legume proaspete, salată, nuci, pește gras și ulei de măsline. Carnea roșie și produsele lactate se consumă doar cu moderație. Moderația este la ordinea zilei și atunci când vine vorba de sare și zahăr. Pe de altă parte, dieta mediteraneeană include un pahar de vin roșu din când în când. Aceasta a fost declarată patrimoniu cultural imaterial al umanității de către UNESCO în 2010.



## Dieta Paleo

Aceasta este o formă de dietă săracă în carbohidrați care presupune să mâncăm doar ceea ce probabil a ajuns în stomacul nostru în prima epocă a istoriei umanității. Meniul include multă carne, pește, ouă, nuci, ciuperci, legume și fructe. Alimentele procesate sunt tabu, la fel ca și cerealele și produsele lactate. Aportul de carbohidrați este redus semnificativ, iar energia este obținută în principal din grăsimi și proteine. În timp ce anumite vedete de la Hollywood mizează pe dieta din Epoca de Piatră, medicii avertizează că această dietă dezechilibrată face mai mult rău decât beneficiile aduse prin pierderea de kilograme.

## Vegetarianismul

Istoria vegetarianismului datează din antichitate. Se spune că filosoful și matematicianul Pitagora a renunțat la consumul de carne acum două mii și jumătate de ani. În prezent, se face o distincție între diferite forme de vegetarianism, toate având în comun o dietă fără carne. În timp ce lacto-vegetarienii consumă lapte, produse lactate și brânză, dar nu mănâncă ouă, ovo-vegetarienii optează pentru o practică diferită. Pescetarianul nu consumă carne, ci pește și toate produsele provenite de la animale vii. Iar consumatorul de raw food optează în mod constant pentru mâncarea vegetariană negătită.



## Veganismul

Cei care urmează o dietă vegană se abțin de la toate alimentele și produsele de origine animală. În farfurie nu există carne, pește sau miere, ci legume, fructe, cereale, leguminoase, nuci, semințe și grăsimi vegetale. Produsele de origine animală, cum ar fi lâna, mătasea și pielea, sunt, de asemenea, în general, respinse de vegani. Motivul acestui demers este reprezentat, de regulă, de bunăstarea animalelor. Pentru a obține toți nutrienții necesari dintr-o dietă bazată exclusiv pe plante, experții în nutriție recomandă informarea corespunzătoare asupra surselor alternative de nutrienți.

**Motivul principal este, de obicei, bunăstarea animalelor.**

## Omnivorismul

«Totul ține de amestec», este ceea ce ar spune omnivorii despre dieta lor preferată. Majoritatea populației lumii de astăzi este considerată omnivoră. Aceasta înseamnă că majoritatea oamenilor consumă atât alimente de origine animală, cât și vegetală. Cercetătoarea în domeniul tendințelor și experta în materie nutrițională, Hanni Rützel, prezice un nou omnivor «autentic». Această persoană cunoaște tehnologia alimentară și, având în vedere noile evoluții, va consuma din ce în ce mai mult produse obținute din alge, micoproteine și insecte. În acest fel, poate beneficia de o întreagă varietate de alimente noi. Cercetătoarea numește persoana în cauză «adevăratul omnivor».





Fie că este vorba despre un mic dejun bogat în energie înainte de ultima întâlnire a anului, de o cină festivă de Crăciun cu familia sau de o mică mulțumire dulce pentru oaspeții din domeniul gastronomiei – cu noile sale produse pentru finalul anului, Grupul Bell Food asigură, ca întotdeauna, un final de an gustos. •mr

**Bell Polonia**  
Pastramă cu condimente fine

Pastrama, deosebit de populară în SUA pentru sandvișuri, este originară din Europa de Est. Iar acesta este motivul pentru care Bell Polonia o readuce acasă. Noul produs pentru teigheaua de servire este fabricat din cea mai bună carne de vită și preparat cu atenție. Feliile fin condimentate și suculente sunt o încântare nu numai servite în sandviș, ci și, de exemplu, pe o farfurie festivă de aperitive.

**Bell Elveția**  
Friptură de spată de vițel fragedă Slow-Cooked

Pentru a se asigura că și bucătarii neexperimentați se pot bucura de succes în pregătirea meniului de sărbători, pentru o perioadă scurtă de timp, în timpul Crăciunului, Bell a inclus în gama sa de produse Slow-Cooked o friptură de spată de vițel. Spata provenită din cea mai bună carne de vițel elvețian este fiartă în prealabil la o temperatură scăzută, până când dobândește frăgezimea perfectă. Prin-un număr redus de operațiuni, carnea este preparată în puțin peste 15 minute, iar friptura de Crăciun este gata pregătită.

**Eisberg Austria**  
Distracție cu cinci gustări

Prin cele cinci noi sortimente de sandvișuri, Eisberg din Austria se asigură că micile senzații de foame nu se transformă într-o foame de lup. Pe lângă «sandvișul cu friptură de porc pentru gustare», «sandvișul cu Neuburger pentru gustare» și «sandvișul cu cremă de brânză și brânză alpină», sunt disponibile și varietăți pentru vegani: «sandvișul cu preparat de cremă de brânză vegană și schinduf» și «sandvișul cu felii vegane delicioase». Gustarea perfectă pentru un al doilea mic dejun la birou sau pentru deplasarea către vacanța de iarnă.

**SLOW COOKED**  
**KALBS-SCHULTERBRATEN**  
ROTI D'ÉPAULE DE VEAU



### Hilcona

#### Varietatea deosebită de legume

Cei care doresc să renunțe la alimentele de origine animală, dar nu fără plăcere, vor găsi acum o selecție și mai mare la Hilcona. Noile varietăți «Hummus nature» și «Hummus pikant» vă invită să folosiți aceste produse pentru umpluturi. Tahini, chimenul și alte condimente tipice – precum și chili în varianta picantă – conferă aroma orientală a cremei de năut.

Compania din Liechtenstein își extinde, de asemenea, gama de tofu cu o versiune afumată. Noutatea dobândește aroma inconfundabilă în fabrica de brânzetură tofu de la Hilcona Taste Factory din Landquart, unde este afumat pe lemn de fag timp de mai multe ore.

Alături de tofu, falafel este unul dintre cei mai cunoscuți înlocuitori de carne pentru vegani. Și în acest context este disponibilă în prezent o variantă Hilcona: Urmând exemplul libanez, chifteluțele de năut sunt condimentate echilibrat cu chimen, pătrunjel și ceapă și dezvoltă arome prăjite deosebite în timpul preparării.

Noile chifteluțe de legume de la Besseresser sunt potrivite și pentru o dietă bogată în proteine fără carne. Bucățelele mici și rotunde cu boabe întregi de porumb și mazăre, precum și morcovul tăiat mărunț își dezvoltă culoarea galben-maronie și aroma delicioasă în doar câteva minute în tigaie sau la cuptor.



### Hilcona

#### Patru salate clasice într-un singur castron

«Wär schafft» («Cine muncește»), așa cum spun elvețienii, are nevoie de energie. Iar aceasta este oferită de noul «(Wär) schafft Bowl» de la Hilcona: Cele mai populare patru salate din Elveția, și anume salata de paste, salata de cartofi, salata cu cârnați și brânză și salata de morcovi, sunt combinate într-un singur castron în cadrul acestui produs nou. Soluția perfectă pentru toți cei care se confruntă zilnic cu decizia de a alege ce salată să mănânce astăzi la prânz.



### Hügli

#### Bile de ciocolată într-o cutie de colecție

Fie ca o gustare înainte de culcare într-un hotel, fie ca un mic companion la cafea într-un restaurant – cu bilele de ciocolată elvețiană de înaltă calitate de la Hügli, clienții serviciilor de alimentație publică au întotdeauna o surpriză dulce la îndemână pentru oaspeții lor. Și nu doar conținutul strălucește în acest caz: Ediția specială de Crăciun reprezintă un adevărat obiect de colecție care poate fi folosit ulterior în mod repetat.



#### Swiss Vegan Award pentru «The Green Mountain»

Echipa de la «The Green Mountain» a ocupat primul loc pe podium la ediția din acest an a Swiss Vegan Award. Bunătățile vegane au primit premiul «Newcomer-ul anului». În cadrul votului pentru «Salty Food», brânza de carne brandului a obținut, de asemenea, locul al treilea.

Jurații și clienții participanți au decis în unanimitate: «The Green Mountain» oferă o combinație convingătoare de plăcere, Swiss Made, inovație și rafinament.



«Acest premiu special reprezintă recunoșterea pentru munca deosebită depusă de întreaga echipă în ultimul an», a afirmat Werner Ott, coordonatorul start-up-ului manufacturer. «Faptul că am obținut prestigiosul titlu de «Swiss Vegan Award – Newcomer-ul anului» în decurs de un an reprezintă o dovadă suficientă că echipa noastră din munții elvețieni nu se mulțumește decât cu ce este mai bun.»



#### Eisberg lansează o campanie de strângere de fonduri pentru bolnavii de cancer de sân

În fiecare an, în luna octombrie, numeroase organizații din întreaga lume atrag atenția asupra problemei cancerului de sân. Anul acesta, printre actori s-a numărat și Eisberg din Ungaria. În exclusivitate pentru luna campaniei, au lansat «Pink Mix», un mix de salată crocantă într-o pungă roz cu renumita fundă simbolică. Pentru fiecare produs vândut din acest sortiment, compania a donat cincisprezece cenți unei asociații care îi folosește pentru a finanța achiziționarea unui scanner venos pentru secția de oncologie a spitalului Szent György din Székesfehérvár.

«După ce am susținut anul trecut «Race for the Cure», cel mai mare eveniment european pentru promovarea sănătății femeilor, anul acesta am dorit să participăm la ceva mai mare», afirmă Laura Spielmann, director de marketing la Eisberg în Ungaria. «Cu ajutorul brandului nostru puternic, am atras și mai intens atenția asupra problemei și i-am încurajat pe consumatorii noștri să ne susțină în acțiunea umanitară.»

#### Conceptul complet Hügli pentru sezonul de dinaintea Crăciunului

Reprezentanții firmelor de alimentație publică aflați în căutarea de idei pentru a transforma sărbătorile de familie și de companie în momente culinare deosebite în condițiile actuale au ajuns la locul potrivit la Hügli. Noul concept pentru sezonul festiv include, printre altele, materiale de comunicare personalizabile, idei de evenimente, precum și rețete de cadouri pentru oaspeți.

În acest mod, materialele de comunicare personalizabile în diferite modele de iarnă oferă clienților o simplificare în contextul situației frecvent agitate la final de an. Oferta include invitații și meniuri, pliante publicitare, precum și fotografiile digitale pentru anunțuri pe platformele de socializare.

În plus, Hügli prezintă clienților câteva sugestii creative de sărbători, ca parte a conceptului, cum ar fi prepararea alimentelor la grătar în timpul iernii sau «Apéro Delivery» pentru After-Work-X-Mas-Party, unde festivitatea nu este neglijată în ciuda cerințelor privind respectarea regulilor de distanțare.

În acest an, pentru prima dată, experții culinari oferă astfel clienților din sectorul gastronomiei, al cateringului și al unităților colective de alimentare, un pachet festiv complet, fără griji.



# Aniversări

LOOK! îi felicită pe sărbătorii din perioada decembrie 2021 – februarie 2022

Bell Elveția

## 20 de ani de vechime

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

## 25 de ani de vechime

**Laurent Faucampre**, 1 decembrie, Bell, Basel  
**Christian Fontaine**, 1 decembrie, Bell, Basel  
**Quoc Kiem**, 1 decembrie, Bell, Basel  
**Maurice Waltz**, 1 decembrie, Bell, Basel  
**Gorge Premra Gnanapragasam**, 6 ianuarie, Bell, Basel  
**Chantal Fino**, 27 ianuarie, Bell, Basel  
**Martin Glauser**, 1 februarie, Bell, Zell  
**Eric Bientz**, 3 februarie, Bell, Basel  
**Sirin Kismetli**, 3 februarie, Bell, Basel

## 30 de ani de vechime

**Amilcar Domingues**, 1 decembrie, Bell, Cheseaux  
**Joerg Kofmel**, 1 decembrie, Bell, Oensingen  
**Radisa Martinovic**, 1 decembrie, Bell, Oensingen  
**Jean-Luc Leduc**, 3 februarie, Bell, Basel

## 35 de ani de vechime

**Christoph Schatzmann**, 1 ianuarie, Bell, Basel  
**Rolf Anti**, 5 ianuarie, Bell, Basel  
**Urs Probst**, 5 ianuarie, Bell, Oensingen  
**Urs Graf**, 1 februarie, Bell, Basel  
**Markus Oes**, 1 februarie, Bell, Basel

## Pensionări

**Werner Zitzwitz**, 30 noiembrie, Bell, Basel (*completare*)  
**Béatrice Dennecker**, 31 decembrie, Bell, Basel

## Pensionări anticipate

**Beat Arnold**, 31 decembrie, Bell, Zell  
**Patrick Braconi**, 31 decembrie, Bell, Basel  
**Patricia Joyeux**, 31 decembrie, Bell, Basel  
**Mario Laino**, 31 decembrie, Bell, Basel  
**Marius Manetsch**, 31 decembrie, Bell, Oensingen  
**Rene Schmutz**, 31 decembrie, Bell, Zell  
**Elisabeth Wyser**, 31 decembrie, Bell, Oensingen  
**Vitore Mirakaj**, 31 ianuarie, Bell, Zell

Bell International

## 20 de ani de vechime

**Patricia Mialhe**, 3 decembrie, Bell, Teilhède  
**Annerose Gebler**, 1 ianuarie, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing  
**Matthias Ibetsberger**, 2 ianuarie, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt  
**Alensander Nalepa**, 8 ianuarie, Bell, Niepołomice  
**Nathalie Constant**, 4 februarie, Bell, Teilhède  
**Josef Ratzinger**, 8 februarie, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt  
**Tatjana Eigensner**, 18 februarie, Bell, Harkebrügge  
**Irina Harms**, 18 februarie, Bell, Harkebrügge  
**Denny Henke**, 18 februarie, Bell, Seevetal  
**Lidija Maljako**, 18 februarie, Bell, Harkebrügge  
**Francoise Özen**, 18 februarie, Bell, Seevetal

## 25 de ani de vechime

**Jeannette Melchert**, 2 decembrie, Bell, Edewecht  
**Janusz Martuś**, 12 ianuarie, Bell, Niepołomice  
**Sylvie Ploivy**, 13 ianuarie, Bell, Saint Symphorien  
**Guido Wulf**, 13 ianuarie, Bell, Harkebrügge  
**Hannelore Bronn-Hartzke**, 11 februarie, Bell, Harkebrügge

## 30 de ani de vechime

**Carola Hälke**, 1 februarie, Bell, Edewecht

## Pensionări

**Eda Staneikiene**, 31 ianuarie, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*completare*)  
**Anatolij Tschaban**, 28 februarie Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing (*completare*)  
**Meryem Siyahturp**, 30 septembrie, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt (*completare*)  
**Gérald Faure**, 31 ianuarie, Bell, Teilhède

## Deces

**Gabor Orsos**, 6 mai, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

Pentru locurile de muncă  
 disponibile la momentul de  
 față, accesați:  
[bellfoodgroup.com/karriere](https://bellfoodgroup.com/karriere)

## Convenience

**20 de ani de vechime**

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

**25 de ani de vechime**

**Khaled El Bahi**, 16 decembrie, Eisberg, Dänikon  
**Kornelia Juretzka**, 2 ianuarie, Hügli, Radolfzell  
**Julio Lopez Santamaria**, 3 ianuarie, Hilcona, Schaan  
**Hüseyin Dogac**, 17 februarie, Eisberg, Dänikon  
**Marzena Wiszniowska**, 28 februarie, Eisberg, Legnica

**30 de ani de vechime**

**Carola Forster**, 1 decembrie, Eisberg, Dälliken  
**Laura Schäfer**, 18 decembrie, Hügli, Radolfzell  
**Mario Römer**, 1 ianuarie, Hügli, Radolfzell  
**Peter Beck**, 1 ianuarie, Hügli, Steinach  
**Sabine Jäger**, 1 ianuarie, Hügli, Radolfzell  
**Stephen Holmes**, 13 ianuarie, Hügli, Redditch  
**Donato Mazziotta**, 13 ianuarie, Hilcona, Schaan  
**Nikolaus Hubert**, 10 februarie, Hügli, Radolfzell  
**Manuel Figueroa**, 17 februarie, Hilcona, Schaan

**35 de ani de vechime**

**Inês de Jesus Sota Malveiro Parreira**, 16 ianuarie, Eisberg, Villigen

**Pensionări**

**Heike Kallmann-Strillinger**, 30 septembrie, Hügli, Radolfzell (completare)  
**Ingrid Bingger**, 31 decembrie, Hügli, Radolfzell  
**Jiří Kroupa**, 31 decembrie, Hügli Food, Zásmuky  
**Lothar Mehl**, 31 decembrie, Hügli, Radolfzell  
**Enrico Meier**, 31 decembrie, Hilcona, Schaan/Basel  
**Veronika Block**, 28 februarie, Hügli, Radolfzell

**Pensionare anticipată**

**Edgar Ledergerber**, 31 ianuarie, Hilcona, Schaan

**Decese**

**Heinz Dätwyler**, 8 august, Hilcona, Schaan  
**Ayse Zenen-Arslan**, 3 octombrie, Bress, b.v. Werkendam

## ÎNTREBARE DE CONCURS

**Câștigați un pachet plin de bunătăți de la Bell Food Group**

Descoperiți universul produselor Bell Food Group: indiferent dacă este vorba despre produse Convenience inteligente, specialități regionale sau produse noi sofisticate. Nu este necesar să mergeți la cumpărături. Participați la următoarea extragere și, cu puțin noroc, pachetul de bunătăți de la Bell Food Group va fi în curând al dumneavoastră!

Care din următoarele afirmații este corectă?



A)

Bell Food Group are sucursale în 97 de țări.

B)

Bell Food Group are angajați din 97 de țări.

C)

În cea mai mică locație Bell Food Group lucrează 97 de persoane.

**Premii**

1 × diferite produse din întreaga gamă Bell Food Group în valoare de 400 EUR  
 10 × vouchere de cumpărături în valoare de 30 EUR pentru un supermarket local

**Termenul-limită pentru participare este 15 martie 2022**

Trimiteți soluția împreună cu menționarea numelui, a locului (anterior) de muncă și a angajatorului la adresalook@bellfoodgroup.com. Câștigătorul/câștigătoarea va fi selectat/ă dintre participanții care au trimis răspunsul corect. Participările multiple nu vor fi luate în considerare. Câștigătorul/câștigătoarea va fi anunțat/ă direct. Nu se vor oferi informații despre tragerea la sorți prin corespondență sau telefonic.



Identificarea talentelor în formarea profesională

# O paletă variată de măsuri

Nu mai puțin de 20 de profesii diferite pot fi învățate în cadrul companiilor din Grupul Bell Food. Este disponibilă o ofertă pentru toate gusturile. Atragerea celor mai bune talente este o provocare pe care suntem bucuroși să ne-o asumăm.



De la specialistul în domeniul produselor din carne, la tehnologul în domeniul alimentar și până la informatician: Grupul Bell Food oferă tinerilor profesioniști de mâine o gamă extrem de variată de oportunități de formare profesională. Dar cum reușește o companie să atragă atenția asupra sa și cum poate să atragă cele mai bune talente? Andreas

Begré, coordonatorul departamentului de formare profesională din cadrul companiei Bell din Elveția, cunoaște răspunsurile la aceste întrebări. La fel de diverse ca diferitele profesii sunt și persoanele care le practică, iar acest aspect este deja vizibil în procesul

de identificare a candidaților. «Pentru a ajunge la cât mai mulți tineri posibil, folosim o întreagă gamă de canale, platforme și contacte», afirmă Andreas Begré.

La târgurile de locuri de muncă pentru ucenici, pe portaluri online sau la evenimente de tip Speed dating, ucenicii se întâlnesc cu persoane care caută astfel de locuri instruire și le povestesc direct cum trăiesc ei experiența instruirii. Vizitele în școli reprezintă, de asemenea, un instrument promițător pentru a atrage interesul oamenilor față de programul diversificat de ucenicie. «Sunt obținute rezultate foarte bune atunci când ucenicii se prezintă în fața unor elevi care au frecventat aceeași școală și poate chiar au avut lecții cu același profesor», menționează Andreas Begré. În cele mai multe cazuri,

contactele personale prin cunoștințe sau membri ai familiei care sunt angajați la Bell, dar și relațiile cu instituțiile, organizațiile de stat, profesorii sau instructorii care asigură formarea profesională asigură rezultate de succes.

Cel mai important instrument de recrutare nu este Social Media, ci vechea și tradiționala ucenicie de probă. Importanța cunoașterii personale nu s-a schimbat în comparație cu perioadele anterioare, dar, în prezent, o companie trebuie să depună eforturi intense pentru a fi percepută ca o companie de formare atractivă. «Tinerii nu ne întreabă ce trebuie să asigure pentru a beneficia de ucenicie, ci ce le putem oferi noi», susține Andreas Begré. În acest sens, afirmă interlocutorul nostru, este importantă abordarea diversității ofertelor de instruire sub formă de ucenicie. Un viitor informatician are așteptări diferite față de un candidat la meseria de măcelar.

Este esențial ca departamentele vizitate să se ocupe în detaliu de tinerii «degustători» și să le ofere o perspectivă detaliată asupra companiei prin intermediul unui program de ucenicie profesională de probă. Transformarea finalului unui stagiu de probă în începutul unei relații de ucenicie de succes este strâns legată de experiențele de contact personal cu viitorii colegi și superiori. «Noi, oamenii, facem diferența», rezumă Andreas Begré aceste aspecte. • ap