

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

02 2022



**La passion pour
l'authenticité**

BELL
FOOD
GROUP





Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 Une représentation plus étendue pour Convenience**
De nouvelles structures favorisent la réussite d'un important segment de croissance
- 6 La sécurité ne tolère aucun compromis**
La sécurité au travail chez Bell Food Group
- 10 Des résultats « au top » avec TopX**
Actualités du programme Top Excellence de Bell Food Group

Travailler pour Bell Food Group

- 12 Des projets moteurs**
Davantage d'ergonomie au poste de travail pour protéger la santé

Article de couverture

- 14 La passion pour l'authenticité**
Les spécialités avec garantie d'origine ont une tradition chez Bell Food Group

Personnel

- 24 Nous félicitons et disons adieu**
Anniversaires de service et départs en retraite de juin à août 2022

Concours

- 27 La question du concours**
Play and win

Notre monde de saveurs

- 28 En bonne compagnie**
Des brochettes créatives et autres variations pour le plaisir du barbecue

Durabilité et innovation

- 38 Une question de responsabilité**
Consommation de viande et durabilité

Ainsi va la qualité

- 40 L'innovation et le goût récompensés**
Des prix remportés par Bell Allemagne et Bell France

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

Mentions obligatoires Magazine pour les collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group, 4 éditions par an, n° 2/2022, juillet 2022, 28^e année.
Éditeur : Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse : Bell Suisse SA, rédaction Bell LOOK!, case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse.
Tél. +41 58 326 2447, fax +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Équipe rédactionnelle : Sara Heiniger (sh), direction, Fabian Vetsch (fv).
Assistance à la rédaction : Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Photos : KorakLeu AG et Christian Spletstösser (présentation des produits alimentaires), Riehen, Suisse : p. 16, p. 20, p. 23, photos des recettes p. 28–37, ?ukasz Motyka, Bell Pologne : p. 14, Mike Lamandé, Bell France : p. 19 en haut, Oliver Baumann, Bâle, Suisse : image de couverture, p. 6–9, p. 17 à 18, p. 21, p. 22 en bas, Thomas Rauch, Bâle, Suisse : p. 12–13. Mise en page et composition : oblògrafik, Olten, Suisse.
Traitement des images : Proacteam AG, Allschwil, Suisse. Impression : Werner Druck & Medien AG, Bâle, Suisse. Imprimé sur papier FSC.

Le régionalisme est un atout

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

La qualité de nos produits est l'un des principaux facteurs du succès de notre entreprise. La provenance s'est, au cours des années, de plus en plus affirmée comme critère de qualité. Ce sont en particulier les aliments régionaux et locaux qui jouissent d'un haut degré de confiance auprès des consommatrices et consommateurs. La pandémie de Covid-19 a davantage accentué cette tendance.



Chez Bell Food Group, le régionalisme est un thème important, et cela ne date pas seulement d'hier. L'ancrage régional est une partie intégrante de notre identité. Nous produisons en premier lieu pour les pays et régions dans lesquels nous opérons et, à nos 50 sites de production, nous ne sommes pas qu'une grande entreprise anonyme, mais une partie importante de la communauté. Pour la fabrication de nos produits, nous misons autant que possible sur des matières premières agricoles de fournisseurs régionaux.

Dans notre secteur principal qu'est la viande, l'accent sur les spécialités régionales constitue même l'une des stratégies clés. Notre portefeuille de produits témoigne ainsi de cette profession de foi : parmi notre assortiment de charcuterie, de nombreux produits portent une mention d'« appellation d'origine protégée ». Parmi ces mentions comptent des labels comme le « label rouge »

français, la « spécialité traditionnelle garantie » européenne (STG) ou le label suisse « IGP » (indication géographique protégée). Elles se réfèrent à la quintessence du régionalisme et garantissent qu'une viande des Grisons ou un Jamón Serrano sont vraiment des originaux.

En Suisse, par exemple, la catégorie « Produits de boucherie avec certification IGP » compte 14 produits. Bell Suisse est habilitée à en produire elle-même six. C'est une solide performance, étant donné qu'une production conforme aux prescriptions du label est exigeante. Les critères vont, selon le label, depuis l'emplacement de l'usine de production jusqu'à la spécification des étapes individuelles de transformation, en passant par la provenance des ingrédients.

Avec la fabrication de telles spécialités, nous contribuons non seulement à la diversité de notre assortiment, mais fournissons un effort important en faveur du maintien de produits traditionnels et de l'artisanat qui y est lié. C'est à cette aspiration que Bell Food Group s'est depuis toujours voué. Avec nos produits, nous offrons tous les jours à des millions de consommatrices et consommateurs des moments de plaisir variés et davantage de qualité de vie. C'est ce dont nous pouvons vraiment tirer fierté, chères collaboratrices et chers collaborateurs.

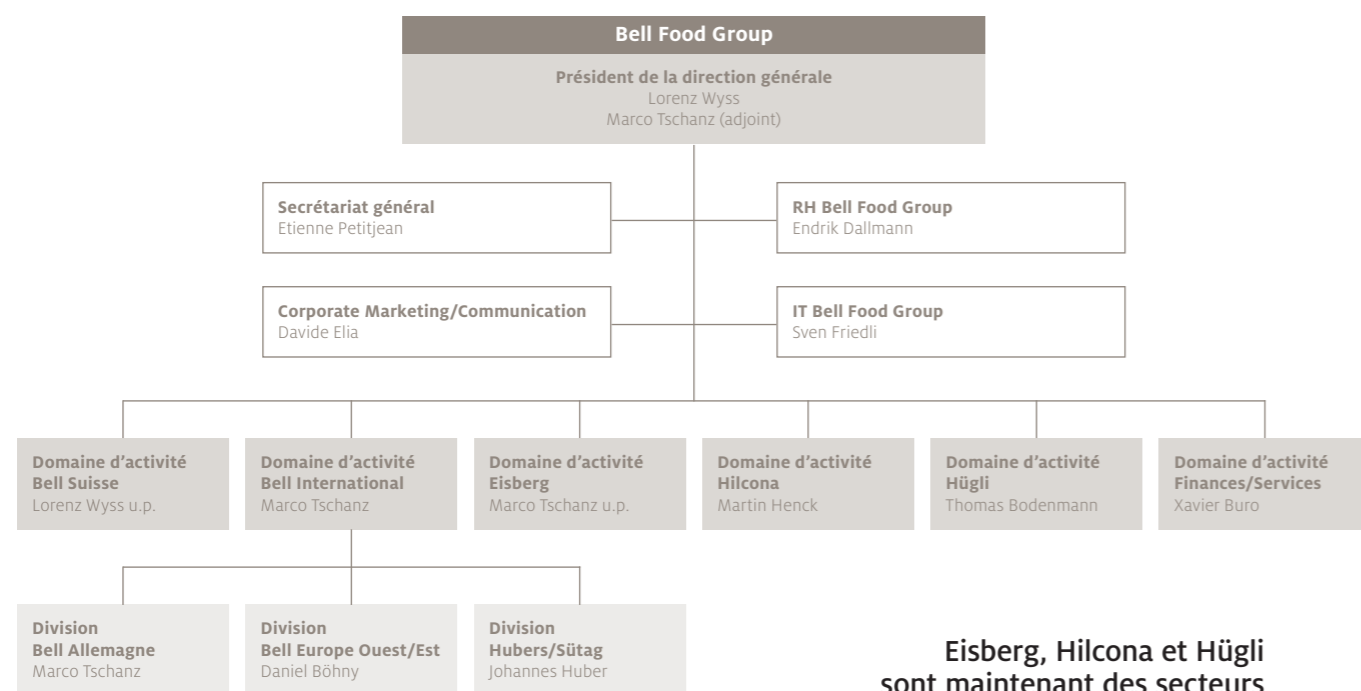
Je me réjouis de continuer de suivre cette voie avec vous à mes côtés.

Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe

De nouvelles structures favorisent la réussite d'un important segment de croissance

Une représentation plus étendue pour Convenience

Bell Food Group a restructuré la gestion dans l'important secteur de croissance des produits de commodité : Eisberg, Hilcona et Hügli constituent désormais des secteurs d'activité propres, représentés par leurs propres responsables au sein de la direction du groupe. La restructuration permet entre autres une adaptation optimale des activités aux marchés individuels.



Eisberg, Hilcona et Hügli sont maintenant des secteurs d'activité individuels.

Bell Food Group a démarré le mois de mai 2022 avec une structure organisationnelle modifiée au plus haut niveau du groupe : Eisberg, Hilcona et Hügli fonctionnent depuis comme secteurs d'activité individuels. Martin Henck de Hilcona et Thomas Bodenmann de Hügli sont en conséquence venus épauler les chefs de division que la direction du groupe comprenait jusqu'alors, en tant que nouveaux membres.

Marco Tschanz endosse, en plus de la direction du secteur d'activité Bell International, la direction du secteur d'activité Eisberg. Pour lui procurer les capacités nécessaires à sa nouvelle fonction, Martin Schygulla a pris la direction de la division Bell Allemagne, alors que Marco Tschanz a cédé la direction de l'IT de Bell Food Group à Sven Friedli. • *mr*



Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe

« Nous voyons dans cette nouvelle structure un grand potentiel pour la suite du développement de nos activités dans le domaine des produits de commodité. L'élimination d'un niveau hiérarchique permet en effet une communication plus directe, avec des voies plus courtes. De plus, cela nous simplifie la répartition de la prise en charge de ce segment diversifié qui touche à des groupes cibles et des produits très différents. Chacun des secteurs d'activité peut ainsi se concentrer plus individuellement sur les besoins de son marché spécifique. Suite à la réorganisation, la direction du groupe compte maintenant cinq membres. L'extension de la direction aussi nous apporte des avantages. En effet, nous rassemblons maintenant encore davantage de connaissances spécialisées et du marché pour prendre des décisions fondant notre succès à venir. Pour renforcer notre gestion, nous avons gagné Martin Henck et Thomas Bodenmann, deux gérants éprouvés qui, grâce à leurs longues années d'expertise et une grande motivation, ont déjà remporté un bon nombre de succès. Martin Henck, expert reconnu dans notre branche, est déjà depuis dix ans responsable du secteur d'activité Hilcona. Thomas Bodenmann se retourne sur 25 années d'activités chez Hügli, dont 10 dans la position de gérant. Pour la direction du secteur d'activité Eisberg, nous avons trouvé en Marco Tschanz le candidat idéal. Il a accepté ce rôle en plus de sa fonction actuelle de directeur de Bell International. Une solution évidente, si l'on considère les aspects communs de ces deux secteurs d'activité : ils reposent tous deux sur une base très internationale et sont représentés en partie dans les mêmes pays. »



Thomas Bodenmann
Directeur du secteur d'activité Hügli

Thomas Bodenmann a rejoint Hügli en 1995 en tant que directeur de l'exportation pour la Suisse et membre de la direction de l'entreprise. Puis il a fait deux stations comme gérant d'entreprise chez Hügli Suisse (de 1997 à 2001) et en Autriche (de 1999 à 2001). Il a ensuite endossé la position de Head of Division Food Service et de membre de la direction du groupe (de 2002 à 2010), ainsi que de CEO (depuis 2011) de Hügli Holding AG.



Martin Henck
Directeur du secteur d'activité Hilcona

Martin Henck a endossé en 2012 la gérance d'Hilcona. Il avait auparavant occupé différentes positions dans des entreprises de l'industrie alimentaire.



Marco Tschanz
Directeur du secteur d'activité Bell International et directeur du secteur d'activité Eisberg

Marco Tschanz a rejoint Bell Food Group en 2014 en qualité de directeur administratif et financier (DFA). En 2019, il a endossé la direction du secteur d'activité Bell International, à laquelle est maintenant venue s'ajouter la direction du secteur d'activité Eisberg.



La sécurité au travail chez Bell Food Group

LA SÉCURITÉ NE TOLÈRE AUCUN COMPROMIS

La sécurité au travail et la protection de la santé ont la plus haute priorité chez Bell Food Group. Protéger les employé·e·s exige de minimiser les risques. La protection des équipes relève en partie de la responsabilité de leur supérieur·e·s direct·e·s.



En tant qu'employeuses, les entreprises de Bell Food Group doivent assurer la santé et la sécurité de leurs collaboratrices et collaborateurs dans tous les aspects de leur activité professionnelle. En conséquence, il s'impose d'évaluer l'ensemble des risques auxquels les employé·e·s peuvent être exposé·e·s et de prendre les mesures de prévention et de protection correspondantes. Cela englobe entre autres de procurer aux employé·e·s des informations sur le thème de la santé et de la sécurité en relation avec le travail et de leur offrir des formations adéquates. Mais c'est en fin de compte l'attitude des individus qui reste décisive pour une application sans faute des concepts de sécurité.

Une culture zéro accident

« Il est extrêmement important de définir clairement les responsabilités », explique Mischa Zeller, directeur de la sécurité chez Bell Suisse. Les chiffres de la sécurité au travail le rendent optimiste. L'évolution au fil des ans montre que le nombre d'accidents du travail diminue de plus en plus. « Nous cherchons à imposer une culture zéro accident. Sur la base de la motivation sensible au sein des équipes et de l'intérêt porté par tout le personnel, je suis confiant que nous atteindrons notre objectif dans un futur proche. »

L'équipe de la sécurité au travail compte huit emplois à plein temps chez Bell Suisse. Sa mission est de mettre en œuvre la culture de sécurité sur les différents sites de production et, ainsi, de promouvoir la protection de la santé et de réduire les risques d'accident. Pour y parvenir, les membres de l'équipe offrent autant conseil que soutien et définissent clairement les responsabilités dans l'entreprise. Les responsables de la direction sont formé·e·s à leur fonction et devoirs à l'occasion de séminaires. Les mesures comprennent l'élimination d'infrastructures dangereuses dans les bâtiments, comme des échelles, marchepieds ou

plateformes instables, l'installation de dispositifs anti-chutes sur des toits accessibles ainsi que la rédaction d'instructions de travail, de listes de contrôle et de documents sur la gestion des situations d'urgence.

Un large éventail

« Pour toutes les mesures mises en œuvre, ce sont les responsables de ligne qui doivent se préoccuper de ce que leurs équipes puissent réaliser leur travail sans accident et sans compromettre leur santé. » Pour cela, on mise sur les formations continues, le dialogue, le contrôle et les audits. Les prescriptions du législateur sont applicables à toutes les activités issues des domaines de la sécurité au travail et de la protection de la santé. Cela s'étend de l'évaluation légalement prescrite des dangers potentiels pour chaque domaine de travail et machine jusqu'à l'obtention des autorisations d'exploitation pour les nouveaux établissements et les extensions de sites. Un défi particulier réside dans la préparation d'informations relatives à la sécurité compréhensibles par tous les membres du personnel, sans soulever le moindre





doute, même s'ils ne parlent pas la même langue. Dans les documentations écrites et sur place, aux postes de travail et sur les machines, les pictogrammes servent à attirer l'attention autant sur les dangers, comme une source de chaleur ou des pièces de machine coupantes, qu'au comportement approprié. Dans certains cas, Bell Suisse fait appel au soutien de fournisseurs externes pour traduire les instructions et autres documents en différentes langues.

Des pratiques institutionnalisées

Des inspections de sécurité ont lieu une fois par mois au site d'Hügli Allemagne. À cette occasion, les évaluations des dangers pour chacun des secteurs font l'objet d'un contrôle, et si besoin, d'une adaptation à l'état actuel des connaissances. Participent à ces inspections des directeurs techniques, des spécialistes de la sécurité, des directeurs de secteur responsables de la sécurité ainsi que des membres du comité d'entreprise. En plus des inspections sur place, des instructions relatives à la sécurité sont données au moins une fois par an dans tous les secteurs opérationnels ainsi que des instructions spécifiques aux installations utilisées dans la production. « En outre, une réunion des chefs d'équipes a lieu tous les matins, le thème de la sécurité au travail y étant traité en premier point. Des mesures sont prises pour éliminer immédiatement toute faille apparue. Les équipes individuelles tiennent également une réunion d'atelier quotidienne mettant le thème de la sécurité au premier plan », décrit Martin Wehrle, spécialiste de la sécurité

au travail chez Hügli à Radolfzell. Un écran affiche des visualisations à la cantine du site pour sensibiliser davantage à la sécurité.

Une analyse de chaque cas individuel

Il en va de même chez les collègues d'Hügli Suisse. Des formations de sécurité et des inspections du site régulières axées sur les dangers potentiels bénéficient de la plus haute priorité. L'équipement de protection individuelle de chaque collaborateur et chaque collaboratrice, comme des lunettes de protection et des gants, protège de dangers inopinés. Aux postes de travail exposés à un fort bruit, les collaboratrices et collaborateurs se protègent avec des protections auditives sur mesure. « Nous enregistrons 0,2 pour cent d'absences dues aux accidents du travail. Chaque accident du travail est soumis à analyse afin de prendre à l'avenir les mesures appropriées », explique Pascal Kilchmann, directeur adjoint de l'entretien de l'atelier et responsable de la sécurité chez Hügli Suisse.



Collaboration avec les autorités

Stephan Streich, responsable de la sécurité chez Eisberg Suisse, met l'accent sur la « procédure d'approbation des plans » obligatoire, qui intervient entre autres avant et pendant des modifications de constructions et lors de restructurations dans l'entreprise. La sécurité au travail et la santé des employé-e-s jouent dans ce contexte un rôle central. Si Eisberg soumet une telle demande, celle-ci est soumise à un contrôle des autorités cantonales. Le cas échéant, les autorités demandent un co-rapport de l'assurance accidents ou, pour des cas exceptionnels, une prise de position de l'Inspection fédérale du travail. Les travaux de transformation sur le site peuvent alors seulement commencer une fois la demande autorisée et tous les amendements éventuels mis en œuvre.

« Dans tous les cas où une procédure d'approbation des plans a été réalisée, nous enregistrons nettement moins d'accidents », selon Stephan Streich. Chez Eisberg, où les employé-e-s préparent généralement des salades, des légumes et des fruits à la main, il s'agit de réduire avant tout le risque de coupures. « Les thèmes de la sécurité et des accidents font partie intégrante de toute réunion d'atelier », déclare Stephan Streich.

Développer une culture durable de la sécurité

Un coup d'œil dans les différents sites montre que la sécurité est un thème dont on se préoccupe au quotidien chez Bell Food Group. Malgré des concepts et mesures de sécurité extensifs, il reste impossible d'assurer une sécurité à cent pour cent. Des défauts techniques ou technologiques aux erreurs humaines, le quotidien du travail comporte toujours des facteurs de risque. Il s'agit donc de minimiser autant que possible ces risques.

La mise en œuvre du concept de sécurité est actuellement en cours de réalisation dans un tiers des sites de Bell Suisse. « Il s'agit d'établir un système de sécurité efficace et de développer une culture durable de la sécurité en collaboration avec l'assurance accidents », explique le directeur de la sécurité Mischa Zeller. Le plus haut degré de sécurité dans l'entreprise est garanti par la promotion de conditions et de comportements sécuritaires. Pour que cela réussisse, tous les employé-e-s sont encouragé-e-s à prendre conscience de leur responsabilité. • ap



Actualités du programme Top Excellence de Bell Food Group

Des résultats « au top » avec TopX

Voilà environ plus de deux ans qu'a été créée, avec le déploiement du programme Top Excellence, la base d'une voie commune vers le sommet. Il s'est passé beaucoup de choses depuis. L'heure est venue de faire un bilan intermédiaire.

En mai 2020, la direction de Bell Food Group a décidé de remplacer les différents programmes d'optimisation d'entreprise à l'intérieur du groupe par le programme « Top Excellence » (abrégé « TopX ») appliqué à l'échelle du groupe. L'objectif en est de promouvoir les initiatives d'amélioration de processus dans tout le groupe, de façon uniforme et efficace. Le mécanisme de TopX prescrit la marche à suivre par tous les sites de production dans le cadre du programme.

Lors de la première phase, l'accent a été mis sur les entreprises de plus de 50 employé-e-s. En octobre 2020, les cinq premières entreprises ont démarré en mode pilote, les 24 autres usines sélectionnées devaient suivre jusqu'à fin 2021.

Maintenant, près de deux ans plus tard, l'heure est venue d'établir un bilan intermédiaire. Où en est TopX actuellement et où mènera le voyage au cours des mois prochains? • sh

« Le personnel des départements est entendu et impliqué. »

« Grâce à TopX, nous sommes mieux connectés et pouvons résoudre des problèmes sans bureaucratie. »

« TopX et la structure de réunion me permettent de faire le point tous les jours sur mes objectifs. »

« TopX m'aide à diriger mon département de façon plus structurée. »

« TopX rend nos projets plus visibles, motivant ainsi d'autres à se lancer dans cette voie. »



**1^{er} jalon : 29
2^e jalon : 10**

Les jalons certifient que les sites ont franchi une certaine étape du processus TopX avec succès. La première phase a consisté à identifier les champs d'action les plus importants et à définir des projets ciblés. La deuxième étape se concentrait entre autres sur l'établissement d'une gouvernance du site ou la création d'un concept de communication clairement défini.

Établissements mettant actuellement TopX en œuvre : 32

32 sites de production se sont lancés dans l'aventure TopX jusqu'en janvier 2022.

Projets ciblés : 256

Dans le cadre de projets ciblés, les établissements travaillent en équipes interdisciplinaires à des potentiels d'amélioration concrets émanant des champs d'action identifiés.

**Économies :
CHF 16 000 000.–**

La mise en œuvre de TopX a apporté des économies de 16 millions de francs suisses. Cela correspond à un rapport coûts/bénéfices de 1 sur 6.

Personnel impliqué : 60 %

Dans la production ou les domaines proches de la production, plus de 4 455 personnes travaillent tous les jours selon les méthodes TopX.

« Il s'agit maintenant d'apprendre les uns des autres. »

« Tout d'abord, je souhaite remercier toutes les personnes qui ont été impliquées. La collaboration constructive et le fort engagement des collègues n'ont pas encore fini de m'impressionner.

D'autant plus que je m'étais attendu à davantage de résistance au début du programme. Lorsque nous avons lancé TopX, des programmes Operational Excellence étaient déjà en œuvre à de nombreux sites. Je suis très reconnaissant que les membres des usines aient été disposés à remplacer les programmes existants et à repartir de zéro. Cela n'était pas évident, d'autant plus que les deux dernières années avaient avant tout été marquées par la pandémie de coronavirus. Nous pouvons vraiment tirer fierté de ce que nous avons atteint jusqu'ici.

Grâce à TopX, nous parlons maintenant dans toutes les usines un langage commun et suivons

des processus communs, comme la façon dont nous abordons les projets ou menons nos réunions quotidiennes.

Au cours des mois à venir, il s'agira principalement d'apprendre les uns des autres et d'échanger des pratiques d'excellence. En cas de problèmes, il n'est pas forcément besoin de réinventer la roue, mais nous pouvons d'abord nous renseigner auprès d'autres usines de solutions éprouvées.

C'est ce qu'apportera l'Académie TopX, dont la vocation est de réunir des personnes de toutes les parties de l'entreprise. En plus d'une formation méthodique, cela permettra aussi un échange sur des mises en œuvre concrètes. C'est la base qui nous permettra de bâtir une voie commune vers le sommet. »



Alexander Duss,
Directeur de TopX

Davantage d'ergonomie au poste de travail pour protéger la santé

Des projets moteurs

Pour atténuer les troubles du système locomoteur, voire ne pas les laisser apparaître du tout, Bell Suisse coopère depuis 2021 avec la caisse-maladie SWICA pour davantage d'ergonomie au poste de travail. Des membres de Bell Food Group d'autres pays également mettent ce thème au premier plan et le promeuvent par une grande variété de projets.

Chacun-e de nous a probablement déjà fait l'expérience de la façon dont lever des objets lourds, se pencher souvent ainsi que des stations debout ou assises prolongées peuvent impacter le système locomoteur.

Il est possible de faire quelque chose contre les douleurs et les tensions.

Mais il est possible d'entreprendre quelque chose contre les maux de dos et les tensions dans la nuque. C'est ce que démontre Bell Suisse, avec le projet «L'ergonomie au poste de

travail», qui a démarré l'an dernier en collaboration avec la caisse-maladie SWICA.

En particulier, il permet aux collaboratrices et collaborateurs de la production de consulter individuellement un physiothérapeute à tous les sites de la Suisse. Qu'il s'agisse de troubles déjà apparus ou qu'il faille les prévenir.

«L'une des forces du programme est que nous pouvons examiner individuellement les activités ressenties comme délétères», rapporte le physiothérapeute Roland Reilly, spécialiste pour la gestion de la prévention chez SWICA et coordinateur de l'initiative chez Bell. «Nous remédions au problème par des moyens simples, comme des séquences de mouvements ergonomiques, des moyens auxiliaires ou des exercices de compensation. Lors des contrôles consécutifs, je constate souvent que les collaborateurs et collaboratrices ont été en mesure d'influencer eux-mêmes leurs troubles.»

«Le programme que nous offrons dans le cadre de notre gestion de la santé en entreprise trouve une très bonne acceptation auprès des différentes équipes», témoigne Monika Suppiger, directrice des RH à Zell et responsable du projet Ergonomie. «Plus de 180 évaluations de l'ergonomie et contrôles consécutifs ont été



Eisberg a lancé plusieurs projets ciblés sur le thème de l'ergonomie.



Le conseil du physiothérapeute Roland Reilly ...

... dans la production :

Il est possible de nettement réduire les sollicitations lors de manipulation de charges lourdes par rotation du corps entier et en utilisant les jambes plutôt que le dos.

De plus, la plupart des gens s'habituent à effectuer des mouvements invariés au cours des années. Pour rompre avec ces modèles de mouvements et s'exercer à d'autres séquences, une application pratique directement au poste de travail est nécessaire.

... au bureau :

L'une des erreurs les plus fréquentes est une inclinaison inappropriée de l'écran. La configuration la plus ergonomique est d'avoir le regard dirigé à angle droit vers l'écran. De plus, des micropauses régulières accompagnées d'exercices physiques, comme des étirements, ainsi que de courtes promenades dans les pauses plus prolongées permettent d'activer le corps et d'accroître la concentration.

réalisés depuis son lancement et ont donné lieu à des améliorations correspondantes.»

Cependant, Bell Food Group suisse n'est pas le seul à se préoccuper de ce sujet. Le site de Harkebrügge, de Bell Allemagne, s'est ainsi attaqué, dans le cadre du programme de promotion de la santé en entreprise, à l'amélioration de l'ergonomie dans le service de découpes en tranches prêtes à servir, en tant que premier projet partiel. Après analyse des postes de travail, des améliorations correspondantes sont en cours d'élaboration en collaboration avec le partenaire, la caisse-maladie AOK.

Eisberg s'engage également pour un environnement de travail plus ergonomique. Entre autres, l'entreprise a installé à Marchtrenk une plateforme fixe au lieu d'une échelle sur une ensacheuse. Cela permet maintenant de tendre le film dans une posture plus ergonomique tout en réduisant nettement le risque de chute. Par ailleurs, plusieurs projets ciblés sur ce thème ont été réalisés chez Eisberg Suisse dans le cadre de TopX, pour lesquels, entre autres, de

nouveaux chariots d'empilage avec des hauteurs d'empilage plus basses ont vu le jour.

Hügli est aussi active en matière d'ergonomie et équipe ses sites de moyens auxiliaires correspondants. En font partie, par exemple, des bureaux et fauteuils réglables en hauteur dans les locaux administratifs ou des aides au levage pour les équipes de la production.

Hilcona aborde le thème encore d'une autre façon : en tant que l'une des trois entreprises pilotes au Liechtenstein, elle encourage depuis mars, dans le cadre de la campagne «beWEGt», collaboratrices et collaborateurs à se déplacer au travail à vélo ou à pied pendant douze semaines. Une excellente façon d'allier promotion de la santé et protection de l'environnement. • mr



Les spécialités avec garantie d'origine ont une tradition chez Bell Food Group

La passion pour l'authenticité

Certaines sont de véritables célébrités, d'autres ne sont plutôt connues que d'initiés. Il s'agit de spécialités, dont l'origine ou la recette traditionnelle est protégée par un label. Chez Bell Food Group, plus de 25 produits de charcuterie en tout arborent une telle distinction. Et de plus en plus de produits viennent s'y ajouter.



Les articles de charcuterie portant un label d'origine sont une promesse de délice.

Vue d'ensemble des labels

Appellation d'origine protégée (AOP)

Ces labels garantissent qu'un produit a été fabriqué dans une certaine région géographique, selon un procédé reconnu et défini ainsi qu'à partir de matières premières locales.



Indication géographique protégée (IGP)

Ce label confirme un lien entre le produit et sa région d'origine, seulement l'une des étapes de la fabrication – donc la production, la transformation ou la préparation – devant avoir lieu dans la région d'origine.



Spécialité traditionnelle garantie (STG)

Ce label désigne un produit fabriqué selon une recette traditionnelle ou un mode de fabrication défini. Il n'est pas lié à une région géographique.



Les préparatifs de Bell Pologne pour la certification STG ont démarré en avril 2021.

Parfois, la procédure de reconnaissance bien méritée d'une spécialité peut durer assez longtemps. Cela fut le cas pour le « saucisson de Cracovie à l'ancienne » : bien qu'il jouisse d'une longue histoire en Pologne, le pays des saucisses, c'est seulement en 2018 qu'il a reçu la distinction de « spécialité traditionnelle garantie » (STG).

Il se classe ainsi dans la section des aliments dont la recette ou l'origine est particulièrement protégée. En plus du label STG, il existe dans l'Union Européenne les deux labels de qualité « Appellation d'Origine Protégée » (AOP) et « Indication Géographique Protégée » (IGP). Ces deux désignations existent également en Suisse.

Mais revenons en Pologne et au « saucisson de Cracovie à l'ancienne ». Ce saucisson saumuré et fumé, agrémenté d'arômes de poivre, d'ail et de noix de muscade est un fin mets particulièrement apprécié. Un délice dont nos collègues de Bell Pologne n'ont pas voulu priver leurs clients.

C'est pourquoi ils ont lancé en avril 2021 les préparatifs pour la reconnaissance STG de leur saucisson. « Pour demander la certification, il nous a fallu prouver que nous respectons toutes les exigences prescrites », relate Magda Kamińska, directrice du marketing chez Bell Pologne. « Cela signifie que nous avons dû respecter toutes les spécifications : de la sélection de la viande, des épices et des additifs au processus de fabrication, en passant par la recette. »

Un peu moins d'un an plus tard, l'audit de certification avait lieu, que Bell Pologne a passé avec brio. C'est à la

mi-mai de cette année que la confirmation tant espérée est arrivée, sous la forme du certificat de conformité. Depuis, cette vieille spécialité polonaise porte également l'étiquette jaune et bleue ronde qui frappe directement le regard dans le commerce et qui comme tous les labels d'origine, sert d'argument de vente.

L'équipe polonaise fait maintenant aussi partie des membres du « club des porteurs de label de qualité ». Actuellement, plus de 25 spécialités de Bell Food Group en tout portent l'un de ces labels si convoités. Un grand nombre d'entre elles sont connues bien au-delà des frontières, comme le jambon de la Forêt-Noire ou le jambon de Serrano, ainsi que la viande des Grisons. D'autres font plutôt figure de personnalités locales, comme le saucisson sec d'Auvergne ou la saucisse à rôtir OLMA.

Mais elles ont toutes quelque chose en commun : elles sont produites par les mains de personnes qui connaissent leur artisanat de boucherie et se sentent impliquées dans la tradition de leur région. Les articles de charcuterie portant un certificat d'origine sont ainsi synonyme de délectation particulière et d'excellente qualité. • mr



« Saucisson vaudois » et « saucisse aux choux vaudoise » : deux authentiques vaudois

On ne reconnaît pas seulement le saucisson vaudois et la saucisse aux choux vaudoise à leur couleur marron doré typique lors de ses achats, mais aussi au plomb vert, qui les distingue comme produits de charcuterie traditionnels vaudois certifiés IGP. Les deux versions sont des produits de charcuterie crus, fumés et affinés ou séchés avec interruptions. La grande différence entre les deux : la saucisse aux choux vaudoise contient, en plus de viande, également du chou cabus, ce qui, en plus d'un arôme épice de viande et de fumé, confère également une consistance extrêmement savoureuse.

Selon une légende, la recette remonte à une visite de l'empereur allemand Charles en 879 à Orbe. Alors qu'il y avait une pénurie de viande, de la chair à saucisse aurait été mélangée avec du chou cabus. Les deux produits de tradition du Vaud sont protégés depuis 2004 par le label IGP.

La savoureuse saucisse aux choux vaudoise contient du chou cabus en plus de viande.



« La saucisse aux choux vaudoise est fermement ancrée dans les habitudes alimentaires de la Suisse romande. L'acidité du chou s'accorde merveilleusement avec la viande de porc – et cela permet de manger en même temps de la viande et des légumes. De plus, les deux spécialités vaudoises sont souvent utilisées pour la potée traditionnelle appelée 'Papet Vaudois', auxquelles viennent s'ajouter du poireau et des pommes de terre.

Lors la fabrication du saucisson vaudois et de la saucisse aux choux vaudoise, il faut respecter scrupuleusement les critères définis dans le cahier des

charges, sous peine de perdre le droit de fabrication. Cela est une garantie de la qualité de ces fins produits. Des contrôles réguliers non annoncés par une organisation externe ainsi qu'une dégustation dans l'entreprise contribuent également au maintien de la haute qualité de ces produits de charcuterie. »

Christophe Maillard, directeur de l'usine de charcuterie de Cheseaux



Le « jambon de la Forêt-Noire » : l'authentique fumé au bois de sapin

Le jambon de la Forêt-Noire doit son goût unique à la note fumée et à l'arôme épicé à sa macération en saumure et son fumage au-dessus de bois de sapin et d'épicéa. Ces qualités

Le jambon de la Forêt-Noire a été l'un des premiers de sa catégorie à recevoir le label IGP.

particulières en ont fait l'un des jambons crus les plus vendus en Allemagne. Mais ce n'est pas seulement dans son propre pays que cette spécialité a la cote. Il est au niveau international tout aussi symbolique de la région que les horloges à coucou et les chapeaux à pompons. Le jambon de la Forêt-Noire a reçu le label IGP en tant que l'un des premiers de cette catégorie de produit en 1997 et c'est aussi depuis cette année qu'Abraham, devenue marque de Bell, fabrique cette authentique spécialité du sud-est de l'Allemagne.

« Ce qui rend le jambon de la Forêt-Noire si particulier, c'est le fumage à froid traditionnel au-dessus de bois de conifères régional. Les jambons sont à cet effet suspendus à une température entre 20 et env. 30 degrés Celsius dans des fumoirs. Les conifères de la Forêt-Noire utilisés procurent une saveur particulièrement corsée. Le bois que nous utilisons à cet effet – il doit être naturel – provient de scieries situées dans un rayon de dix kilomètres autour de notre site de production de Schiltach. »

Hans-Christian Herzog, chef de la production Bell Allemagne à Schiltach

Le « Saucisson sec d'Auvergne » : un vrai talent naturel

Ce saucisson brut d'Auvergne est fabriqué à partir de viande de porc sélectionnée d'animaux plus lourds ou plus âgés. Séché au bon air de la région verte du centre de la France, il n'enthousiasme pas seulement par un goût corsé dû à sa franche note d'ail. Affiné en boyau naturel et recouvert d'une fleur, il émane de son apparence tout ce que devrait présenter une spécialité traditionnelle de caractère artisanal. Selon la partie de boyau utilisée, ces saucissons peuvent présenter des formes et des épaisseurs différentes. En plus du label IGP, certains d'entre eux portent également le « Label Rouge » de qualité officiel bien connu en France.

Le boyau naturel et la fleur en surface sont des témoins visuels du caractère artisanal de ce saucisson.



Entretien avec
Sophie Lucas

Sophie Lucas est gestionnaire de marketing produit chez Bell France et présidente du Consortium des Salaisons d'Auvergne.

Quel est, selon vous, l'impact d'un label d'origine pour la commercialisation de spécialités ?

Je pense que la marque d'origine est très importante pour la commercialisation de nos produits. En effet, elles servent d'orientation pour les consommatrices et consommateurs et leur donnent simultanément une promesse de qualité. La demande de produits de charcuterie de haute qualité et portant un label de qualité s'est accrue en France pendant la pandémie. Au cours des confinements, les gens ont choisi – pratiquement pour se reconforter – des produits de qualité et donc aussi fait la part belle aux produits portant des labels d'origine.

En tant que présidente du Consortium des Salaisons d'Auvergne, vous vous engagez pour mieux faire connaître les produits IGP de votre région. Comment poursuivez-vous cet objectif ?

Nous avons établi une stratégie très diversifiée pour attirer l'attention sur nos produits. Nous atteignons les consommateurs finaux par exemple sous la forme de campagnes médiatiques à la télévision, de présences dans les médias sociaux comme Facebook et Instagram ou des dégustations au supermarché. En outre, nous participons à des salons professionnels et publions dans des médias professionnels. Et, en septembre, nous allons organiser pour la première fois un événement festif à Clermont-Ferrand, au cours duquel, bien sûr, nos produits seront mis sous les feux de la rampe.

Votre engagement a-t-il déjà contribué à faire davantage connaître les produits IGP d'Auvergne en France ?

Oui, ça marche déjà très bien. Bien que le jambon et le saucisson d'Auvergne portent le label d'origine depuis 2016 seulement, sa réputation est déjà assez élevée en France. Cela montre aussi que l'Auvergne se classe entre-temps dans notre pays au palmarès des 3 régions les plus connues pour la charcuterie.



La « saucisse à rôtir OLMA » : la plus grande célébrité de la Suisse orientale

« Pendant la période difficile de la guerre, la saucisse à rôtir OLMA s'est présentée comme un aliment nutritif à prix abordable. »

La saucisse à rôtir OLMA, tout comme sa petite sœur, la saucisse à rôtir de Saint-Gall, est fabriquée à partir de la meilleure viande de veau et de porc suisse. D'autres ingrédients, comme du lait, de l'écorce de citron et du macis lui procurent son goût particulier, qui se développe optimalement si dégustée avec un peu de pain. Pour les connaisseurs, la moutarde et d'autres sauces sont tabou. Elle se distingue de plus des autres saucisses à rôtir suisses par sa couleur claire. Elle se compose entre autres d'une portion élevée de viande de veau (50 pour cent) ainsi que d'un assaisonnement sans ajout de saumure nitritée. Cette éminente saucisse de la Suisse orientale porte le label IGP depuis 2008.

« La saucisse à rôtir OLMA n'est pas seulement une spécialité particulière, son origine est aussi toute particulière. La recette de la saucisse à rôtir de Saint-Gall, sur laquelle elle se base, remonte à l'année 1438. En 1943, la saucisse à rôtir OLMA a été présentée sur le grill comme variante de plus grande taille et de 160 grammes sur le salon agricole du même nom et ayant eu lieu la même année. L'intention était de proposer un aliment nutritif à un prix abordable pendant la difficile période de la guerre.

De nos jours, cette saucisse, disponible toute l'année dans le commerce, est connue et populaire dans tout le pays. »

Cristiano Zapatero, directeur des emballages Bell Suisse à Gossau



La « viande séchée du Valais » : le mets de noblesse du XVIe siècle



Les origines de la viande séchée du Valais remontent à bien plus de 400 ans et la recette a à peine changé depuis. À cette époque comme aujourd'hui, cette spécialité à base de la meilleure viande de bœuf suisse fabriquée à partir de pièces de longe et soigneusement frottée avec un mélange de sel, d'herbes et d'épices. Pendant le temps de séchage, une fleur se forme, qui procure son délicat goût à la viande séchée du Valais, protégée depuis 2003 par un standard IGP.

« Parmi les prescriptions IGP les plus strictes, la viande doit provenir de bœufs suisses. Également, les pièces de viande à utiliser sont clairement définies : seulement les pièces maigres de noix, de sous-noix et des tranches carrées et rondes sont autorisées. De plus, il est exigé exigences que le produit soit salé et séché dans le Valais. »

La quantité de sel est également décisive : une quantité insuffisante expose à un risque pour la salubrité alimentaire. Par contre, s'il y en a trop, le produit final en pâtit. Mais le facteur le plus important pour la fabrication reste la qualité de la viande. Il n'existe en effet pas de poudre de perlimpinpin qui puisse faire d'une matière première de moindre qualité une viande séchée de haute qualité. »

Sébastien Studer, chef de l'usine de Cher-Mignon

La « viande des Grisons » : le fin mets rectangulaire



À l'origine, un mets rustique de conservation pour l'hiver, la viande des Grisons a entre-temps fait son entrée dans les rayons d'épicerie fine. Rien d'étonnant que cette viande rouge foncée et maigre, dans sa forme typiquement rectangulaire convainque par sa grande tendresse ainsi qu'un goût épicé et légèrement salé. Le mélange d'épices utilisé pour la saumure, contenant, en plus de sel, un peu de poivre, de l'ail, du gingembre ou des baies de

genièvre, n'y contribue pas pour le moindre. Cette célébrité suisse non seulement porte depuis 1999 le label IGP, mais elle est, depuis 2001, aussi devenu une marque déposée.



« La viande des Grisons est traditionnellement fabriquée à partir de pièces de longe. Nous n'utilisons que des pièces de haute qualité de bœufs suisses (noix, gîte à la noix et rond de gîte). Elles sont maigres et peu tendineuses. Elles se prêtent ainsi à un séchage uniforme pour donner une belle couleur rouge profond à la viande des Grisons prête à la consommation. »

La viande des Grisons est un produit authentique de grande tradition. Même les installations techniques les plus modernes et les plus récentes connaissances dans la production n'ont pu qu'assister la fabrication. Un produit parfait exige surtout beaucoup de doigté. Pour assurer la qualité, nous surveillons avec une attention particulière certaines étapes du processus de fabrication, contrôlons des échantillons de produits finis en laboratoire et procédons régulièrement à des dégustations. »

Thomas Pfindel, responsable de la gestion de la qualité en charcuterie de Churwalden

Nous félicitons et disons adieu

Anniversaires de service et départs en retraite de juin à août 2022

Bell Suisse

20 années de service

Johan Edmond, 1^{er} juin, Bell Suisse, Bâle
Thierry Vuillot, 3 juin, Bell Suisse, Bâle
Olivier Rousseaux, 10 juin, Bell Suisse, Cheseaux
Tony Blazek, 17 juin, Bell Suisse, Bâle
Doris Hoffschier, 17 juin, Bell Suisse, Bâle
Denis Colas, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Cheseaux
Imrlije Idrizi, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Gossau
Shake Lokaj, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Gossau
Jürgen Otteny, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Bâle
Muriel Vetter, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Bâle
Valbone Lataj, 8 juillet, Bell Suisse, Gossau
Jean-Luc Lardi, 15 juillet, Bell Suisse, Bâle
Michael Roth, 1^{er} août, Bell Suisse, Bâle
Stefan Seiler, 1^{er} août, Bell Suisse, Bâle
Alexandre Kucia, 5 août, Bell Suisse, Bâle

25 années de service

Jayarajan Navaratnam, 23 juin, Bell Suisse, Zell
Kenan Imer, 11 août, Bell Suisse, Zell

30 années de service

Daniel Gisler, 1^{er} juin, Bell Suisse, Oensingen
Ahmet Koeksecen, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Bâle
Peter Hodel, 6 juillet, Bell Suisse, Zell

35 années de service

André Folzer, 15 juin, Bell Suisse, Bâle
Eric Loigerot, 1^{er} juillet, Bell Suisse, Bâle
Cengiz Sekerci, 7 juillet, Bell Suisse, Bâle
Kurt Fuhrmann, 14 juillet, Bell Suisse, Oensingen
Pascal Leonarczyk, 20 juillet, Bell Suisse, Bâle
Peter Ruepp, 11 août, Bell Suisse, Zell
Jelena Teofilovic, 17 août, Bell Suisse, Bâle

40 années de service

Clarisse Waltensperger, 5 juillet, Bell Suisse, Bâle

Départs en retraite

Rolf Affolter, 30 juin, Bell Suisse, Oensingen
Maria De Sousa Quaresma Longa, 30 juin, Bell Suisse, Oensingen
Hanspeter Gutenberger, 30 juin, Bell Suisse, Bâle
Manfred Greiner, 31 juillet, Bell Suisse, Bâle
Beat Lüthi, 31 août, Bell Suisse, Oensingen

Départs en retraite anticipée

Manuel Da Silva Goncalves, 31 mai, Bell Suisse, Zell (*addendum*)
Jean-Luc Thomas, 31 mai, Bell Suisse, Cheseaux (*addendum*)
Didier Mayer, 30 juin, Bell Suisse, Bâle
Yvan Radukic, 30 juin, Bell Suisse, Oensingen
Rolf Rothenbühler, 30 juin, Bell Suisse, Oensingen
William Schmitt, 30 juin, Bell Suisse, Bâle
Risto Ugrinovski, 30 juin, Bell Suisse, Cheseaux
Kurt Anderegg, 31 août, Bell Suisse, Oensingen
Jean-Luc Lardi, 31 août, Bell Suisse, Bâle
Franz Reichmuth, 31 août, Bell Suisse, Oensingen

Une erreur s'est produite lors de la dernière édition des anniversaires de service de Bell Suisse. Les jours et mois n'étaient pas corrects. Nous prions les personnes concernées de nous en excuser.

Bell International

20 années de service

Luisa Ritter, 17 juin, Bell Allemagne, Harkebrügge
Alexander Lupenzow, 17 juin, Bell Allemagne, Harkebrügge
Klaus Thien, 17 juin, Bell Allemagne, Seevetal
Ramiz Krasniqi, 18 juin, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Michael Kiebe, 1^{er} juillet, Bell Allemagne, Edewecht
Aliev Achmasolta, 8 juillet, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Ferdinand Katzberger, 11 juillet, Frisch Express, Pfaffstätt
Hazir Beha, 15 juillet, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Franziska Salzlechner, 22 juillet, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Helga Meyer, 1^{er} août, Bell Allemagne, Seevetal
Rolf Deeken, 12 août, Bell Allemagne, Edewecht
Zenel Avdyli, 21 août, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

25 années de service

Rudolf Graml, 1^{er} juin, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Hermann Buchheister, 7 juillet, Frisch Express, Pfaffstätt
Sabine Elfert, 1^{er} août, Bell Allemagne, Seevetal
Sueleyman Aydogan, 20 août, Bell Allemagne, Schiltach

30 années de service

Olivier Monteil, 29 juin, Bell France, Teilhède
Yvonne Stibitz, 6 juillet, Bell Allemagne, Edewecht
Yvonne Meirose, 1^{er} août, Bell Allemagne, Edewecht

Eisberg

20 années de service

Rosa Cacaes, 1^{er} mars, Eisberg Espagne, Águilas (*addendum*)
Árpád Béláné Drobecz, 1^{er} mai, Eisberg Hongrie, Gyál (*addendum*)
Maria Joao Guimaraes Sebo Cannizzaro, 1^{er} juin, Eisberg Suisse, Villigen
Eric Montandon, 10 juin, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Ramazan Türkmen, 1^{er} juillet, Eisberg Suisse, Dänikon
Carmen Manuela Da Silva Monteiro, 6 août, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Leopoldina De Almeida Soares, 12 août, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
José Manuel Veira Guimaraes, 12 août, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent

25 années de service

Célia Maria Pinto Correia Ventura, 19 juin, Eisberg Suisse, Dällikon
Paula Cristina Teopista Pinto, 1^{er} juillet, Eisberg Suisse, Dällikon
Manuel Antonio Pereira Nogueira, 17 juillet, Eisberg Suisse, Dällikon

35 années de service

José Barros Luis, 30 juin, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent

Départs en retraite

Kupendrarasa Ratnam, 25 juillet, Eisberg Suisse, Dällikon
Bernard Ruppenner, 31 août, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent

Play & Win!

PLAY AND WIN

La question du concours

Au-dessus de quel bois le jambon de la Forêt-Noire est-il fumé ?



A) Bois de sapin

B) Bois de chêne

C) Bois d'érable

Hilcona

20 années de service

Isabel Pereira, 14 juin, Hilcona Gourmet, Orbe
Yvette Ebelle Ebimbe, 18 juin, Hilcona Gourmet, Orbe
David maillard, 1^{er} juillet, Hilcona Gourmet, Orbe
Mayte Lema Trigo, 1^{er} août, Hilcona, Schaan
Monika Mueller-Gassner, 1^{er} août, Hilcona, Schaan
Samantha Castelmur, 3 août, Hilcona, Schaan
Birgil Ameti, 5 août, Hilcona Gourmet, Orbe
Laura Barbosa Soares, 19 août, Hilcona Gourmet, Orbe
Sonia Groux, 26 août, Hilcona Gourmet, Orbe

25 années de service

Harald Marte, 1^{er} juin, Hilcona, Schaan
Hueseyin Semiz, 3 juin, Hilcona, Schaan
Perfecto Dominguez Blanco, 1^{er} juillet, Hilcona, Schaan
Michaela Gassner, 8 juillet, Hilcona, Salez
Heike Schleidt, 31 juillet, Hilcona Feinkost, Leinfeld-Echterdingen

30 années de service

Christa Ender, 1^{er} juin, Hilcona, Schaan
Monica Esperante Paris, 2 juin, Hilcona, Schaan

40 années de service

Thomas Drissner, 2 août, Hilcona, Schaan

Hügli

20 années de service

Thomas Heinle, 1^{er} juillet, Hügli, Autriche
Jan Kubelka, 1^{er} juin, Hügli, Zásmuky
Miloslav Cíkán, 3 juin, Hügli, Zásmuky
Ewald Brügel, 17 juin, Hügli, Radolfzell
Mirjam Both, 1^{er} juillet, Besc, Werkendam
Annemarie Heer, 1^{er} juillet, Hügli, Radolfzell
Renate Schuler, 1^{er} août, Hügli, Radolfzell
Jaroslav Konopáč, 30 août, Hügli, Zásmuky

25 années de service

Martin Bertsch, 23 juin, Hügli, Radolfzell
Sandra Straub, 28 juillet, Hügli, Radolfzell

30 années de service

Peter Beck, 1^{er} janvier, Hügli, Steinach (addendum)
Susanna Bulatovic, 1^{er} juillet, Hügli, Radolfzell
Güzide Dere, 28 juillet, Hügli, Radolfzell

35 années de service

Birgit Bali, 1^{er} juillet, Hügli, Radolfzell
Manfred Kindrat, 13 juillet, Hügli, Radolfzell

Départs en retraite

Olga Fleiner, 28 février, Hügli, Radolfzell (addendum)
Filippo Barbarotto, 30 avril, Hügli Nahrungsmittel, Steinach (addendum)
Elena Engelmann, 31 mai, Hügli, Radolfzell (addendum)
Alfred Hois, 31 mai, Hügli, Autriche (addendum)
Brigitte Trippel, 31 mai, Hügli, Radolfzell (addendum)
José Del Bosque, 1^{er} juin, Granovita, Vall d'Uixò
Rolf Vielsäcker, 30 juin, Hügli, Radolfzell
Bärbel von Cuyck, 30 juin, Hügli, Radolfzell
Georg-Reinhold Lepel, 31 juillet, Hügli, Radolfzell

Départ en retraite anticipée

Hansruedi Schneider, 30 avril, Hügli Nahrungsmittel, Steinach (addendum)

Nous rendons hommage à celles et ceux qui nous ont quittés

Diane Fleeman, 25 février, Hügli Royaume-Uni, Redditch
 Nous adressons nos sincères condoléances à tous les proches des personnes décédées.

Les prix

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

La date limite de participation est le 21 octobre 2022.

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

Des brochettes créatives et autres variations
pour le plaisir du barbecue

En bonne compagnie

Attention, ça va piquer ! Pour cette édition de LOOK!, nous avons demandé des recettes originales de brochettes à quelques véritables experts du goût de Bell Food Group. Nous vous présentons ici leurs résultats créatifs – de viandards à véganes. Et pour tous ceux qui souhaitent poser davantage de choses sur la grille, nous avons de nouveau de nombreuses nouveautés pour le barbecue. • mr

Brochettes de saucisses à rôtir « The Green Mountain » à la mexicaine

Michael Lock du Centre de
compétence des Arts culinaires
d'Hilcona de Schaan



Ingrédients pour 4 personnes :

4 saucisses à rôtir
« The Green Mountain » coupées
en tronçons de 3 cm
4 tomates (Datterini rouges)
1 courgette coupée en
rondelles de 1 cm
4 piments de Padrón
Huile d'olive
Sel, poivre noir
4 brochettes

Pour la salsa :

160 g de tomates coupées en dés
40 à 50 g d'huile d'olive
15 g de ciboule coupée en fines
rondelles
10 g d'oignon rouge coupé en dés
1 g d'ail frais finement haché
5 g de coriandre fraîche,
grossièrement hachée
10 g de zeste de citron vert
10 g de jus de citron vert
2 g de sel
1 g de paprika fumé
5 g de sucre
1 g de cumin
Chili en poudre ou chipotle
selon le goût

Préparation :

Couper la saucisse à rôtir en tronçons de 3 cm et les courgettes en rondelles de 1 cm de largeur. Alternier à volonté les ingrédients sur les brochettes, badigeonner avec de l'huile d'olive, saler et poivrer. Pour la salsa, couper les tomates en petits dés, couper les oignons en fines rondelles ou en dés, hacher l'ail finement et la coriandre grossièrement. Mélanger tous les ingrédients, épicer avec du chili en poudre ou du chipotle au goût et laisser mariner pendant une heure.

Griller les brochettes jusqu'à ce qu'elles soient dorées à souhait et les présenter avec la salsa sur une assiette.



Brochettes « Pair et impair »

Recette d'Alessio Arieta, cuisinier formateur chez Bell à Zell, avec le soutien de René Hunkeler (à droite), chef du restaurant du personnel



Ingrédients pour 4 personnes :

720 g de poitrine de poulet
4 brochettes

Pour la marinade de pistaches et de menthe :

70 g d'huile d'olive
¼ bouquet de menthe
120 g de pistaches
½ oignon rouge
1 gousse d'ail
17 g de jus de citron ou de citron vert
Sel, poivre

Préparation :

Couper le poulet en dés d'env. 2 cm. Pour la marinade, hacher grossièrement les pistaches et les faire légèrement dorer à la poêle. Hacher grossièrement la menthe et les oignons et presser l'ail. Mettre tous les ingrédients de la marinade dans un verre doseur, saler et poivrer au goût. Réduire le tout en purée grossière de sorte à garder encore des petits morceaux. Mélanger uniformément les morceaux de poulet avec la marinade, puisembrocher 6 à 8 morceaux sur chaque brochette.

Saisir les brochettes de poulet sur le gril sur tous les côtés, puis terminer la cuisson à feu moyen.

L'été en brochettes

Recette de l'équipe de développement de produits chez Eisberg Autriche, représentée ici par Roman Gsell-Elmecker



Ingrédients pour 4 personnes :

¼ de pastèque
1 à 2 courgettes
250 g de fromage à griller au chili
4 brochettes

Pour la marinade :

4 c. à s. d'huile d'olive
2 c. à s. de vinaigre balsamique
Romarin et thym frais
Fleur de sel
Poivre moulu

Pour la salade de roquette :

320 g de roquette
6 c. à s. d'huile d'olive
3 c. à s. de vinaigre balsamique
20 g de pignons de pin
1 pincée de sucre
1 pincée de sel
Poivre fraîchement moulu
Crema di balsamico pour la décoration

Préparation :

Préparer la pastèque et la couper en dés. Si possible, la mettre aussi fortement que possible sous vide ou la presser légèrement pour en extraire le jus. Couper les courgettes en longues tranches d'env. 2 à 3 mm d'épaisseur, de préférence à l'aide d'une trancheuse. Envelopper le fromage à griller dans les tranches de courgette et les embrocher en alternance avec les morceaux de melon. Hacher les herbes, les mélanger avec l'huile d'olive et le vinaigre balsamique en marinade et en badigeonner les brochettes. Pour la salade, faire légèrement griller les pignons de pin et les mélanger à la roquette et aux autres ingrédients de la salade.

Faire dorer uniformément les brochettes sur le barbecue à feu moyen pendant env. 3 à 6 minutes par côté. Assaisonner au goût avec de la fleur de sel et du poivre, les disposer avec la salade sur les assiettes et décorer avec de la Crema di balsamico.

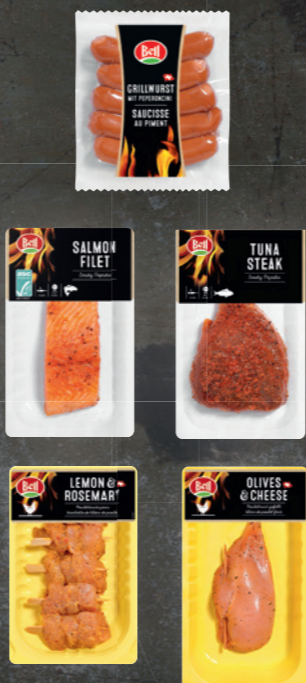


Ce qui va avec ...

Bell Suisse

Les stars méditerranéennes de l'été

Pour l'ultime sensation de vacances les soirs de barbecue, les développeurs de produits de Bell se sont cette année inspirés de la cuisine méditerranéenne. Les résultats en sont la poitrine de poulet « Olives & Cheese » farcie aux olives parfumées et au fromage aromatique ou les mini-brochettes de poitrine de poulet « Lemon & Rosemary » en marinade de citron et de romarin. Les adeptes des saucisses ne devront pas passer à côté de la « Salsiccia au fenouil » classique italienne et de la « Saucisse à griller au peperoncini », très piquante. Et, avec le « Salmon Filet » et le « Tuna Steak » – les deux aromatisés d'une note de paprika fumé – sur l'assiette, on pourrait presque entendre le roulement des vagues de la méditerranée jusqu'en Suisse.



Eisberg Autriche

Salade mixte pour les repas spontanés

Vous avez spontanément envie de faire des grillades, mais sans investir trop d'efforts ? C'est possible, avec le nouvel assortiment pour barbecue d'Eisberg Autriche. Lollo Bionda, radis, carottes, chou cabus, tomates cerises et bien d'autres ingrédients sont prêts en un éclair. Il suffit d'ouvrir la barquette, d'ajouter une sauce au choix et de se délecter d'une salade fraîche et craquante.



Eisberg Suisse

Des bols pour le plein d'énergie

Avec les quatre nouveaux « bols du Bouddha » et un « Bol éléphant », Eisberg assure en Suisse un apport suffisant de vitamines sur les tables des repas de grillade. Les variétés « Green », « Vegan Caesar Salad » et « Summer Salad » conviennent aussi pour une alimentation végétalienne, alors que la « Salade mixte à l'œuf » et le « MSC Tuna Bowle » s'adressent aux végétarien-ne-s ou aux adeptes du poisson.

Bell Suisse

Les nouveautés dans les saucisses

Avec la « Chicken Griller », Bell présente à ses clients suisses la version 2.0, de la « Super Griller », l'épatant succès développé par les apprenti-e-s en 2021 à l'occasion d'un atelier. Afin de continuer de soutenir les bonnes idées à l'avenir, une partie du bénéfice est investi dans la promotion des apprenti-e-s. Une saucisse classique du Vaud se présente également en une nouvelle variante dans les rayons réfrigérés : les « Mini-saucissons » parfumés en petit format tendance s'assortissent à la perfection, par exemple avec une salade de pommes de terre crémeuse.



Bell Suisse

Des bouchées originales

Parmi les « Special Cuts », Bell Suisse présente encore deux nouvelles sensations dans son programme pour cette saison des grillades : le « Secreto Pork » est une pièce de muscles à la structure grossière en forme d'éventail incroyablement tendre et aromatique. Les « Brochettes Spider », tout aussi « cochonnement » délicieuses sont en araignée de porc. Elles doivent leur nom à la structure marbrée en toile d'araignée de cette découpe de viande et convainquent également par une grande tendresse et leur saveur.



Bell International

Bell Allemagne lance des spécialités pour barbecue de Pologne

Avec une authentique spécialité polonaise, Bell Allemagne offre un plaisir international de la grillade : la « Saucisse silésienne », produite par Bell Pologne à partir de la meilleure viande de porc d'origine UE, est une spécialité très appréciée et déjà connue en Allemagne en format XXL promotionnel. Avec leur arôme savoureux, ainsi qu'également disponibles en plus petits emballages, elles seront lancées cet été à la conquête des barbecues allemands.

The Green Mountain

Attention : risque de confusion !

« The Green Mountain » avec ses deux alternatives végétales assure le plaisir de sa communauté d'adeptes. Le « Plant-Based Filet » a été développé sur le modèle d'une tendre poitrine de poulet et le « Plant-Based Steak » sur celui d'un savoureux steak de bœuf. Ce dernier se prépare même comme l'original : donc à souhait « saignant », à point ou bien cuit. Vos invités remarqueront-ils la différence ? Les développeurs du produit de la marque d'Hilcona en doutent.



Hügli Bresc

Concept de barbecue avec garantie gustative

Les nouvelles marinades et salsa et les nouveaux glaçages de la société Bresc, affiliée à Hügli, ajouteront cet été encore plus de goût, de tendresse et de brillant sur l'assiette de grillades. Le nouveau concept des experts des épices « Nous nous impliquons entièrement pour un barbecue inoubliable. » procure aux clients du secteur de la restauration une profusion d'inspirations. Les restaurateurs y trouveront de nombreuses impulsions, de la préparation de marinades à base d'eau à l'agrément par de délicieuses salsas, en passant par le glaçage après le passage sur le grill.

Brochettes Surf 'n' Turf avec chutney de tomates

Recette de Philipp Glauser,
chef des conseillers culinaires
chez Hügli



Ingrédients pour 4 personnes :

8 crevettes (taille 8/12)
350 à 400 g de filet de bœuf
1 gousse d'ail
Zeste d'1 citron
100 ml d'huile d'olive
1 branche de romarin
Huile de friture
Sel, poivre
4 brochettes

Pour le chutney de tomates :

30 ml d'huile d'olive
50 g d'échalotes
30 g de sucre
50 g de vinaigre balsamique blanc
250 g de tomates cerises
50 g de tomates séchées
3 c. à s. de ketchup
Sel, poivre
Baies roses et romarin pour
la garniture

Préparation :

Décortiquer les crevettes, retirer le boyau et les faire mariner avec du sel, du poivre, la gousse d'ail pressée et l'huile d'olive. Couper la viande de bœuf en dés d'env. 30g, les assaisonner également avec du sel et du poivre. Faire mariner dans un peu d'huile d'olive. Ajouter la branche de romarin. Alternier les crevettes et les morceaux de filet de bœuf sur les brochettes.

Pour le chutney, émincer finement les échalotes et les faire revenir avec un peu d'huile d'olive dans une poêle. Ajouter le sucre et faire caraméliser. Mouiller avec le vinaigre balsamique blanc. Couper les tomates cerises en deux, les ajouter dans la poêle, saler et poivrer. Hacher finement les tomates séchées, les ajouter au tout avec le ketchup et faire réduire le tout à petit feu pendant env. 30 minutes. Remuer de temps à autre.

Pour terminer, ajouter éventuellement du sucre et du vinaigre, puis mettre au réfrigérateur. Saisir les brochettes Surf'n-Turf à feu vif sur le barbecue. Laisser ensuite reposer à côté de la braise. Le filet de bœuf doit atteindre une température à cœur de 52°C. Au choix, on peut déposer des herbes fraîches sur les brochettes pendant le repos.

Ensuite, disposer la brochette décorativement avec le chutney de tomates et garnir de baies roses et de branches de romarin.



Brochettes Sweet Surprise

Recettes d'apprenti-e-s
en boucherie
de Bell Oensingen



De gauche à droite:
Firouz Yousefi
Maria Godino
Aron Debesay



Teumzgi Hadish
Arthur Friedrich
Abdulsalam Mohamed,
formateur à la pratique
professionnelle
Alen Mumdzic (absent
de l'image)

Ingrédients pour 4 personnes :

400 g de noix de porc
8 tranches de lard
8 pruneaux
8 abricots séchés
4 brochettes

Pour la marinade :

50 ml de cidre
50 ml d'huile de colza
40 g d'épices à barbecue
20 g de sambal oelek

Préparation :

Couper la noix de porc à la trancheuse ou avec un couteau bien aiguisé en fines tranches d'env. 2 à 3 millimètres et plier les tranches dans le sens de la longueur. Envelopper chacun des fruits séchés dans une demi-tranche de lard. Alternier la viande de porc embrochée en ondulation et les fruits séchés enveloppés sur les brochettes. Il faut avoir 2 abricots et 2 pruneaux par brochettes.

Mélanger soigneusement tous les ingrédients de la marinade. Faire mariner les brochettes quelque temps à température ambiante. Faire griller sur le barbecue env. 4 minutes par côté. Veiller à régler la température ou placer les brochettes de sorte que les fruits séchés et la viande maigre de porc ne brûlent pas. Avant de disposer sur les assiettes, laisser encore reposer les brochettes à côté de la source de chaleur pendant env. 1 à 2 minutes.

Brochettes de tofu à la mode thaïlandaise

Recette de Michael Lock,
du Centre de compétence des Arts
culinaires d'Hilcona de Schaan



Ingrédients pour 4 personnes :

1 bloc de tofu (nature)
4 ciboules
8 pois mangetout
2 oignons rouges
Huile d'olive
Sel, poivre
Selon le goût : petits champignons
et herbes fraîches pour la garniture
4 brochettes

Pour la sauce :

10 g de sésame noir
10 g de sésame blanc
20 g de poivron rouge
30 g de tomates
6 g de coriandre fraîche
2 g d'ail en poudre
50 g d'huile d'olive
3 g de zeste de citron
3 g de sel
1 g de poivre noir
30 g de sauce de soja
2 g d'huile au chili
5 g de zeste de citron vert
5 g de sucre de palme
3 g de curry doux

Préparation :

Couper le tofu en gros cubes d'env. 3 x 3 cm, les ciboules et les pois mangetout en morceaux d'env. 3 cm de longueur, les oignons rouges en huit. Alternier les ingrédients dans un ordre quelconque sur la brochette. Badigeonner d'huile d'olive, saler et poivrer. Pour la sauce, faire brièvement griller le sésame, couper le poivron et les tomates en petits morceaux et hacher grossièrement la coriandre. Bien mélanger les ingrédients dans un bol.

Faire griller les brochettes à feu moyen et les garnir à souhait avec des champignons fraîchement grillés et des herbes. On peut aussi simplement servir les brochettes avec un peu de sauce dessus.



Consommation de viande et durabilité

UNE QUESTION DE RESPONSABILITÉ

Dans le contexte des débats sur le climat, la discussion publique a fortement évolué. Les anciennes habitudes sont soumises à critiques et remises en cause quant à leurs effets sur l'être humain et l'environnement. La consommation de viande fait, entre autres, partie des aspects faisant l'objet de scrutations.

Bien que le discours médiatique ait changé dans les nations industrielles occidentales et que des questions de durabilité font de plus en plus l'objet d'attention, à échelle globale et au moyen terme, la consommation de viande ne reculera pas, au contraire.

Une consommation durable de viande, est-ce possible ?

Selon la plupart des pronostics, elle augmentera même davantage dans les années à venir. La question n'est ainsi pas si l'humanité continuera de manger de la viande à l'avenir, mais comment. Cela vaut en particulier en Europe, où la discussion publique concernant l'élevage d'animaux de rapport met de plus en plus l'accent sur des thèmes de durabilité, comme le bien-être animal, le climat, la biodiversité et l'écologie ainsi que des aspects sociaux. Une consommation de viande durable est donc devenue un précepte, mais est-elle possible du tout ? La réponse est aussi complexe qu'elle comporte de nombreuses imbrications, et, surtout, elle n'est pas noire ou blanche. En particulier lorsqu'on considère la durabilité dans ses trois dimensions : environnement, économie et équité sociale.

La consommation sous le signe de la prospérité

Les constituants de la viande, comme les protéines, les graisses, les acides aminés et les vi-

tamines, jouent un rôle important d'un point de vue nutritionnel, comme ils sont facilement absorbés par le corps. Dans les nations industrielles occidentales, nous mangeons en partie plus de viande que recommandable pour une alimentation équilibrée. Pour une comparaison au niveau international, la Suisse, avec une consommation de presque 52 kilogrammes par personne et par an, est inférieure à la moyenne européenne d'env. 60 kilogrammes. Les pays de l'Amérique du Nord et du Sud et d'Océanie consomment davantage de viande, avec une moyenne de 70 kilogrammes par personne par an. En Asie et en Afrique, par contre, la consommation est nettement inférieure, avec presque 25, resp. env. 12 kilogrammes par personne. Dans une perspective globale, les statistiques montrent une nette différence entre le nord et le sud. Cela est d'une part lié aux différentes cultures, mais aussi à la richesse. Les sociétés d'un plus haut niveau de vie mangent plus de viande. Plus d'un tiers de la population mondiale vit en Asie et en Afrique. Dans ces régions, une grande partie de la population vit toujours en dessous du seuil de pauvreté. En même temps, la richesse augmente dans ces régions et la croissance de la classe moyenne qui en résulte a pour effet que la consommation de viande augmentera dans ces pays dans les années à venir.

Importance de l'agriculture

La production agricole a une longue tradition en Europe. Dans de nombreux pays, y compris la Suisse, entre 60 et 70 % de la surface exploitée sont des prairies qui ne se prêtent pas à la culture maraîchère. Ces surfaces ne sont exploitables pour la production d'aliments que sous la forme de pâturages et seraient sinon vouées à l'embroussaillage. Les vaches, moutons et chèvres produisent ainsi de précieux aliments, comme du lait et de la viande sans concurrencer des aliments d'autres cultures. La production laitière aussi est liée par un cycle naturel à la production de viande, comme une vache ne produit du lait que si elle met bas tous les ans et que les veaux non utilisés à fins de reproduction passent alors à l'engraissement. La production de viande est un aspect important de la chaîne de valeur ajoutée agricole et présente ainsi une importance économique. Un grand nombre d'agriculteurs et d'agricultrices sont directement ou indirectement liés à l'industrie de la viande. À cela vient s'ajouter bon nombre de travailleuses et travailleurs dans la propre production, la logistique, chez des fournisseurs et des prestataires de service.

Aspects de la durabilité

La consommation de biens et de services est le moteur d'une économie nationale. C'est pourquoi l'attention s'est concentrée pendant de nombreuses décennies sur une consommation ou production croissante, y compris de produits carnés. Il en va autrement de nos jours : les aspects de durabilité sont de plus en plus importants pour les consommatrices et consommateurs. Ces aspects sont cependant complexes et en partie contradictoires. Le bien-être animal et la pollution peuvent en effet aboutir à un conflit d'objectifs. Un exemple : l'élevage de poulets bio avec peu d'animaux dans de petits poulaillers et sur prairies présente de nets avantages concernant le bien-être animal. Les poules de systèmes d'élevage conventionnels sont de composition génétique autre : elles grandissent plus rapidement, nécessitent moins de fourrage et présentent ainsi un meilleur bilan CO₂. Ce sont ainsi les aspects de durabilité que l'on prendra en considération et ce à quoi l'on accordera davantage d'importance qui pondéreront les priorités.

Production de viande et durabilité

Une considération holistique de la durabilité dans ses trois dimensions – environnement, économie et équité sociale – est complexe et comporte de nombreuses imbrications. LOOK! se consacrera régulièrement à ce thème dans les éditions à venir et examinera plus en profondeur différents aspects de la durabilité. Vous trouverez de plus un aperçu de l'engagement de durabilité de Bell Food Group dans le Rapport de durabilité 2021, qui sera publié à la fin juin 2022.

Assumer la responsabilité

Les êtres humains mangent volontiers de la viande. La viande est une bonne source de protéines. Et cela depuis des millions d'années d'histoire de l'humanité. Avec une population mondiale croissante, il sera cependant nécessaire d'évoluer vers une industrie de la viande économe en ressources. C'est pourquoi il est important que des entreprises comme Bell Food Group assurent leur responsabilité pour adopter un mode de production alimentaire dont les effets sur l'environnement ne nuiront pas aux générations à venir. Cela englobe de la transparence ainsi qu'une exploitation profitable, autant que la valorisation de son propre personnel, un rapport respectueux avec les animaux, une utilisation économe des ressources naturelles ainsi que l'atténuation des effets négatifs pour l'environnement. Bell Food Group est consciente de cette responsabilité et a en conséquence défini des objectifs ambitieux dans sa nouvelle stratégie de durabilité. Une nouvelle étape importante pour pouvoir remplir notre mission, « Nous vivons la responsabilité ». • fv

Notre mission : « Nous vivons la responsabilité »

Des prix remportés par Bell Allemagne et Bell France

L'innovation et le goût récompensés

Abraham remporte une fois de plus la palme :

Bell Allemagne s'est de nouveau mesurée à la scène internationale à l'occasion du Global Packaging Award. Son emballage innovant remporte le WorldStar Award de renom. Et les collaboratrices et collaborateurs de Bell France ont aussi toutes les raisons de fêter.

L'emballage portefeuille plat et refermable est fabriqué en monomatériau recyclable. En contraste aux emballages multi-matériau, il est recyclable à 93 pour cent. « Cette solution d'un poids plus léger réduit en outre les déchets plastiques de 35 tonnes par an », déclare Stephan Holst, chef du secteur Marketing/Communication chez Bell Allemagne. Le recyclage permet à ce matériau de rester dans un cycle de réutilisation d'emballages, ce qui économise des ressources naturelles et profite à l'environnement. En même temps, le matériau protège fiablement les aliments contre les altérations, satisfaisant ainsi aux hautes exigences de qualité envers ce jambon, et évite le gaspillage alimentaire. L'excellence à tous

points de vue ! C'est également à cette conclusion qu'est parvenu le jury de la World Packaging Organisation, qui élit tous les ans les emballages les plus innovants et

durables du monde. La solution d'emballage durable de Bell Allemagne remporte en 2022 le WorldStar Award tant prisé. Lors de la remise des prix début mai à Milan, les responsables ont reçu les honneurs pour leur travail.

Dès l'an passé, les solutions d'emballage innovantes des spécialités de jambon d'Abraham avaient su convaincre les experts du secteur. En Autriche, Bell Allemagne a reçu le Green Packaging Star Award de renom. Ce qui lui a en même temps valu la nomination pour le WorldStar Award.

L'emballage permet d'économiser 35 tonnes de déchets plastiques par an.



Deux médailles pour de fins saucissons

Les collaborateurs et collaboratrices de Bell France ont également des raisons de se réjouir. Lors de la 58^e édition du Salon International de l'Agriculture, au cœur de Paris, deux produits ont ce printemps impressionné le jury indépendant. Le « Saucisson Sec de Savoie Nature » et le « Saucisson sec d'Auvergne IGP LR » ont tous les deux reçu une médaille d'argent pour leur exceptionnelle qualité de produit. « Voir nos Saucissons reconnus à ce point et notre travail récompensé nous rend fiers. Cela prouve que nos efforts ont porté leurs fruits et que nous fabriquons un produit d'un excellent goût ! », se réjouit Sylvain Stéphane, gestionnaire de produit chez Bell France, de la double récompense. • ap