

LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

03 2022



**Tutto il mondo in
un gruppo**

**BELL
FOOD
GROUP**





Contenuti

Dall'azienda

4 Scommetti, tifa e totalizza punti

Calcio scommesse per la Coppa del Mondo 2022

6 Lì dove le emozioni si scatenano

La febbre del calcio in seno al Bell Food Group

9 Partecipazione in Bell Food Group

Programma di partecipazione dei collaboratori

Lavorare presso il Bell Food Group

10 In buona compagnia sul lavoro

La formazione sotto mutati auspici

Storia di copertina

14 Tutto il mondo in un gruppo

Il Bell Food Group a livello internazionale forma sempre più un tutt'uno

Uno sguardo al personale

22 Ci congratuliamo e ci congediamo

Anniversari di servizio e pensionamenti da settembre a novembre 2022

Concorso

25 Quesito del concorso

Play and win

Sostenibilità e innovazione

26 Verso la meta su solide basi scientifiche

Verso un'organizzazione a impatto climatico zero

Il nostro mondo del piacere

29 Una cucina veloce che fa semplicemente star bene

NATUCO: il nuovo marchio bio di Hügli

32 L'estate se ne va, ma il piacere resta

Novità per padella, casseruola e mixer

Ecco come funziona la qualità

36 Pronti ai vostri posti

L'ultra-fresco di Sylvain & CO vince la gara

Il sapere non conosce confini

Gentili collaboratrici e collaboratori,

nata a Basilea nel 1869 come piccola macelleria con il nome di «Ochsenmetzg», la nostra azienda si è costantemente evoluta. Si sono aggiunte man mano nuove sedi, nonché ulteriori gruppi e assortimenti di prodotti. Con la crescita del Gruppo, abbiamo poi acquisito collaboratori di diverse nazionalità, tanto che il Bell Food Group è ormai presente in 15 paesi, impiega lavoratori provenienti da circa 100 nazioni e vende i suoi prodotti alimentari in tutto il mondo.

Care collaboratrici e cari collaboratori, sono dell'idea che la curiosità unita alla conoscenza sia alla base di ogni singolo progresso. E grazie al suo posizionamento internazionale, il nostro Gruppo vanta un approfondito sapere su innumerevoli argomenti. Sono già in essere numerosi progetti in cui i nostri dipendenti collaborano e condividono le loro esperienze al di là dei confini nazionali. Quanto più promuoviamo questo scambio e

«Presso di noi lavorano fianco a fianco persone provenienti da circa 100 nazioni diverse».

trasferimento di conoscenze e sfruttiamo le opportunità che ne derivano, tanto meglio riusciremo a posizionarci sul mercato. Durante la pandemia, la digitalizzazione ci ha aiutati a conoscerci meglio e a trarre vantaggio gli uni dagli altri. Nonostante la distanza personale che il controllo delle infezioni richiedeva, ci siamo avvicinati ancora di più. In questo modo si sono formate nuove e promettenti interazioni tra le varie sedi. Allo stesso tempo è anche vero che i team nelle sedi beneficiano, grazie alla propria composizione,

non solo delle competenze dei singoli, ma anche della diversità. Un gruppo eterogeneo è in grado di risolvere meglio un problema perché può considerarlo da diverse angolazioni. Un maggiore sforzo nella ricerca di una soluzione viene quindi ricompensato con una decisione che si rivela migliore nel lungo periodo.

Per via del mio ruolo viaggio molto fra le nostre sedi internazionali e ho l'opportunità di incontrare molte persone. Vedo ovunque un grande potenziale che dovremmo sfruttare ancora meglio. Stiamo pertanto pianificando un programma di stage che offrirà alle collaboratrici e ai collaboratori l'opportunità di trascorrere un periodo di lavoro all'estero e/o in un altro reparto. In questo modo è possibile combinare la crescita personale con lo scambio di preziose esperienze all'interno del nostro Gruppo.

Troverete ulteriori esempi di una riuscita collaborazione internazionale nella storia di copertina di questo numero. Buona lettura!

Lorenz Wyss
Presidente della Direzione del Gruppo



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

Colophon Rivista per i dipendenti del Bell Food Group, 4 numeri all'anno, n. 3/2022, ottobre 2022, volume 28.

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

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

Supporto editoriale: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Foto Philipp Jeker, Zurich, Svizzera: immagine di copertina, pp. 14, pp. 18.

Grafica: oblografik, Olten, Svizzera. Adattamento delle immagini: Proacteam AG, Allschwil, Svizzera. Stampa: Werner Druck & Medien AG, Basilea, Svizzera. Stampato su carta FSC.

Calcio scommesse per la Coppa del Mondo 2022

Scommetti, tifa e totalizza punti

Mentre i migliori calciatori del mondo fanno sfoggio delle proprie abilità in Qatar, l'eccitazione cresce anche nel Bell Food Group: fai anche tu un pronostico per la Coppa del Mondo 2022 e diventa un campione di scommesse. • sh

La Coppa del Mondo di quest'anno in Qatar sarà molto particolare: per la prima volta nella storia del calcio è infatti un Paese arabo a ospitare la manifestazione. A causa delle alte temperature estive che lo caratterizzano, la Coppa del Mondo di quest'anno avrà luogo in inverno. Nel periodo natalizio, fra il 20 novembre e il 18 dicembre 2022, le migliori squadre a livello internazionale si contenderanno quindi l'ambito titolo di campioni del mondo.

Anche in seno al Bell Food Group si farà il tifo come si deve: il gioco scommesse per la Coppa del Mondo porterà l'atmosfera calcistica direttamente negli uffici e nei reparti di produzione. Chi indovina accumula punti preziosi per la classifica, sia come singolo che in squadra con altri appassionati di calcio. Quanto più precisi saranno i pronostici, tanto più alte saranno le possibilità di vincere il primo premio: un viaggio da sogno del valore di 2.500 CHF.

Come funziona il gioco scommesse

A partire dal 31 ottobre 2022, tutti i collaboratori del Bell Food Group possono registrarsi sul sito <https://playandwin.bellfoodgroup.com> come giocatori singoli o come membri di una squadra di massimo cinque scommettitori. La partecipazione è gratuita.

Come funziona la registrazione



<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

1. Registrati a partire dal 31 ottobre 2022 su <https://playandwin.bellfoodgroup.com> con un indirizzo e-mail valido (privato o aziendale).
2. Riceverai quindi una e-mail con un link di conferma.
3. Clicca su questo link per completare la registrazione.
4. Accedi e invia i tuoi pronostici (l'invio è possibile fino a un'ora prima del fischio d'inizio della partita).

Novità: i tre oracoli del calcio

Non sai nulla di calcio o non hai tempo per scommettere? Nessun problema! Con la nuova funzione oracolo puoi sfruttare le conoscenze dei tre esperti di calcio. Ciascuno dei tre personaggi immaginari ha le proprie tattiche per calcolare i risultati e fornisce automaticamente un pronostico personalizzato per ogni partita.



Elsi, nonna oracolo



Pepe, allenatore di calcio



Alberto, matematico



Primo premio per scommettitore singolo

Quanto più precisi saranno i pronostici, tanto più alta sarà la possibilità di vincere uno degli allettanti premi in palio. In qualità di giocatore singolo potrai vincere un viaggio da sogno del valore di 2.500 CHF. I premi verranno consegnati al termine dei campionati sotto forma di buoni acquisto.

Premi per scommettitori in squadra

Le dieci migliori squadre di scommettitori riceveranno un contributo finanziario per un evento di gruppo pari a un massimo di 2.500 CHF in contanti.

La febbre del calcio in seno al Bell Food Group

Lì dove le emozioni si scatenano

Nel tardo autunno, gli animi si scaldano nei salotti di tutta Europa. Dal 20 novembre al 18 dicembre 2022, le migliori squadre del mondo si contenderanno infatti il titolo di campioni del mondo. Ma il calcio è di stagione tutto l'anno per il Bell Food Group. • *ap*

Eisberg Ungheria serve l'insalata agli eroi del calcio

Cosa hanno in comune il calcio e l'insalata? Entrambi sono simboli di uno stile di vita sano e consapevole. Lo pensa anche Eisberg Ungheria, che ha ideato la Fradi Sali: un'insalata mista per i sostenitori e i giocatori del Ferencváros TC di Budapest, chiamato affettuosamente Fradi dai suoi tifosi. «Una dieta equilibrata e un regolare esercizio fisico sono due aspetti che promuoviamo con la nostra partnership», spiega Laura Spielmann, Responsabile Marketing presso Eisberg Ungheria. La gustosa insalata mista con indivia, lattuga iceberg e cavolo cinese non è disponibile solo al Groupama Stadium, ma si può gustare anche vicino al campo da gioco, in esclusiva presso il supermercato Penny. Il messaggio alla base della partnership: Fradi Sali è l'insalata mista salutare per gli eroi del calcio dentro e fuori dal campo di gioco.

Cosa hanno in comune il calcio e l'insalata?

Bell Spagna lancia la palla ai giovani

Notoriamente il tre è il numero perfetto, ed è proprio questo il numero delle sponsorizzazioni calcistiche intrattenute da Bell Spagna. In primo luogo sostiene attivamente due squadre di calcio locali nelle cittadine di Azuaga e Fuensalida, entrambe sedi di produzione. In cambio, il logo di Sánchez Alcaraz viaggia

per tutto il paese esposto bene in vista sugli autobus della squadra. Un altro progetto è il sostegno alle giovani leve. «Lo sport è importante per i bambini, i quali ne traggono insegnamenti per la vita. E naturalmente deve essere anche divertente», afferma Marta Espinosa García, Assistente Marketing di Bell Spagna, a proposito della sponsorizzazione. Questa è la motivazione alla base della collaborazione con gli juniores dell'FPA Las Rozas di Madrid, che indossano con orgoglio il logo Sánchez Alcaraz sulle loro maglie negli stadi.

Il Country Manager di Bell Spagna Nikolaj Steber con un membro del team della FPA Las Rozas.



«Quando arrivo allo stadio sono pieno di aspettative»

Famiglia, amici, calcio. Ecco riassunta in poche parole la vita di Hamdin Aliu. Il 27enne macellaio-salumiere qualificato lavora nel reparto produzione della Bell Charcuterie di Basilea e nel tempo libero si dedica quasi totalmente all'FC Basilea. Eravamo curiosi di sapere perché il suo cuore batte per il calcio e quale squadra pensa che vincerà la Coppa del Mondo.

Sei un grande sostenitore dell'FC Basilea. E tu come te la cavi con il pallone? Ricordo che da piccolo giocavo spesso a calcio con mio padre al parco. Sicuramente è da lì che è nato il mio entusiasmo per questo sport. Successivamente ho iniziato ad allenarmi come si deve. All'FC Pratteln ho giocato a lungo come attaccante e sono stato anche allenatore delle giovanili, prima che mi lesionassi il ginocchio due anni

fa. La salute viene prima di tutto e quindi ho smesso di giocare. Oggi sostengo l'FC Pratteln da bordo campo. Per mantenermi in forma vado regolarmente in palestra.

Per quale motivo ti affascina il calcio? Il calcio è più di un semplice sport. La squadra è come una famiglia. E tutti hanno lo stesso obiettivo: la promozione. Si sperimentano successi e sconfitte. Le emozioni positive, ma anche quelle negative, rafforzano le relazioni e i compagni di squadra diventano amici. Si può dire che il calcio unisce le persone al di là dei confini nazionali e generazionali. Ho già avuto modo di provare questa sensazione quando mio nonno mi portò per la prima volta a vedere una partita dell'FCB allo stadio.



Bell Svizzera aggiunge un po' di pepe alla passione per il calcio

Basilea e Bell sono uniti come i colori rosso e blu sulle maglie dell'FC Basilea. Dalla primavera di quest'anno Bell è orgogliosa di chiamarsi partner dell'FCB e di rifornire l'intero catering dello stadio con i propri prodotti.

«Una particolarità, assaporabile allo stadio e in occasione di eventi selezionati, è la salsiccia Joggeli. Deve il nome allo stadio St.

Jakob Park, che a Basilea viene affettuosamente chiamato Joggeli. La miscela di carne di vitello e di maiale, la passione, la tradizione e un pizzico di FCB rende unica questa salsiccia cult», dichiara Micha Roth, Responsabile di progetto

Marketing presso Bell. Il CEO di Bell Lorenz Wyss è entusiasta di questa partnership: «Molti dei nostri collaboratori nutrono una profonda passione per la squadra e per la città. Per questo FCB e Bell si sposano alla perfezione».



Hilcona punta sulla tradizione e sul calcio professionistico

Schaan è la città natale, nonché sede principale, di Hilcona. E l'azienda ha a cuore la salute della sua regione. Pertanto è quasi ovvio che l'FC Schaan venga sostenuto attivamente.

«La pandemia, in particolare, ha dimostrato che i temi ecologici e sociali acquisiscono un'importanza sempre maggiore e che la responsabilità sociale è accresciuta», afferma Markus Amann, Responsabile della Comunicazione di Hilcona. Inoltre l'impresa del Liechtenstein sostiene due squadre di calcio della Bundesliga austriaca, Rheindorf Altach e SC Austria Lustenau, nell'ambito delle sue possibilità finanziarie.

«Sfruttiamo la cooperazione strategica con lo sport professionistico in modo efficace per la realizzazione di progetti innovativi. È particolarmente positivo il fatto che anche i collaboratori ne traggano beneficio, poiché possiamo offrire loro dei biglietti per le partite giocate in casa», afferma soddisfatto Markus Amann.



Hilcona ha a cuore la salute della regione.

Che cosa fa dell'FCB la tua squadra del cuore?

Se si chiede per strada alla gente di Basilea chi è il numero uno in ambito sportivo, si ottengono due risposte: l'FCB e Roger Federer. L'FC Basilea è conosciuto in tutta Europa. Almeno dal 2002, dopo il 2:0 contro il Celtic Glasgow, quando si è qualificato per la prima volta per la Champions League. Io assisto alla quasi totalità delle partite, sia al St. Jakob-Park che in trasferta. Quest'estate sono andato a vedere una partita in Danimarca con degli amici. Qualunque sia la squadra contro cui gioca l'FCB, mi smuove qualcosa dentro. Quando entro in uno stadio sono eccitato e pieno di aspettative riguardo allo spettacolo a cui assisterò.

La Coppa del Mondo ti darà sicuramente un'ulteriore scossa. Il tuo pronostico?

La palla è tonda. Tutto è possibile. Il mio cuore batte per la nazionale svizzera. Vedo un grande potenziale. Se si guarda alla composizione del gruppo, può sicuramente venire fuori qualcosa di buono. Svizzera a parte, seguo soprattutto il Brasile. Nella fase delle qualificazioni non ha praticamente perso una partita. Il bello del calcio è che nessuno può prevedere chi vincerà. Stiamo a vedere chi si aggiudicherà la coppa.

Fuori dagli abiti da lavoro e dentro alla maglia

La tecnica, lo spirito di squadra e la correttezza sono importanti tanto sul lavoro quanto sul campo. Vi presentiamo tre squadre aziendali che dimostrano regolarmente di che pasta sono fatte in campo.

Hilcona: gli spontanei

Perché complicare le cose quando possono essere semplici? La squadra mista di Hilcona ne è il miglior esempio. Nel 2022 le colleghe e i colleghi hanno formato molto spontaneamente una squadra intorno al capitano Zehra Kilic per il torneo di calcio aziendale del Liechtenstein. Con quattro partite vinte su cinque, la piccola squadra ha potuto festeggiare un grandioso esordio nel torneo ed è motivata a portare a casa anche il prossimo trofeo.

SC Manor/Bell: i veterani

Il predecessore della SC Manor/Bell fu fondato 90 anni fa con il nome di SC Rheinbrücke. L'attuale club nasce

dalla fusione di due squadre: quella della catena di grandi magazzini Manor e quella di Bell, entrambe afflitte da un calo di iscritti. La squadra dell'allenatore Livio Campana e del presidente Ernesto Campisi vanta 20 titoli di campionato e 10 vittorie in coppa. I giocatori appassionati di calcio di età compresa tra i 40 e i 50 anni sono sempre i benvenuti.

Team Bell Germania: i vittoriosi

Attiva dal 2017, la squadra aziendale di Bell Germania si è già aggiudicata diverse partite in passato. Guidata dall'allenatore Dieter Keil, questa squadra è composta da 19 uomini, assistenti compresi. La gran parte dei membri è costituita da calciatori che giocano con passione anche nel tempo libero. Quando si avvicina un torneo, da una a due settimane prima dell'inizio, la squadra comincia gli allenamenti. Non manca l'orgoglio, visto che il motto della squadra è: rosso e bianco per avere il premio sempre al proprio fianco.



Le squadre aziendali da sinistra a destra: Hilcona, Bell Svizzera e Bell Germania



20%
di riduzione

Periodo di
acquisto
1-30
novembre

Da 1 a 100
azioni

Acquisto azioni
e altre informazioni

myshares.bellfoodgroup.com

Programma di partecipazione dei collaboratori

Partecipazione in Bell Food Group

Care collaboratrici, cari collaboratori,

anche quest'anno, dal 1° al 30 novembre, potrete acquistare azioni di Bell Food Group AG a un prezzo agevolato («azioni dei collaboratori»), ottenendo così una quota di partecipazione diretta nella società. Ogni collaboratore/trice di Bell Food Group potrà comperare, durante il periodo di acquisto stabilito, da 1 a un massimo di 100 azioni dei collaboratori. Queste azioni sono vendute con un prezzo ridotto del 20 per cento e un periodo di sospensione di 4 anni.

Su myshares.bellfoodgroup.com troverete:

- l'accesso al portale delle azioni di Bell Food Group attraverso cui potete acquistare le azioni (registrazione possibile a partire dal 17 ottobre 2022)
- tutte le informazioni sul programma di partecipazione dei collaboratori di quest'anno
- a partire dal 1° novembre, il prezzo di acquisto per un'azione dei collaboratori

All'acquisto delle azioni dei collaboratori si applica il Regolamento sulla partecipazione dei collaboratori.

Lorenz Wyss
CEO

Xavier Buro
CFO

Per ulteriori informazioni vi preghiamo di rivolgervi all'ufficio Azioni di Bell Food Group:



n. tel. +41 (0)58 326 2020



share.registry@bellfoodgroup.com

BELL
FOOD
GROUP



La formazione sotto mutati auspici

IN BUONA COMPAGNIA SUL LAVORO

È di nuovo il momento degli auguri e dei saluti di benvenuto. 32 giovani leve hanno conseguito i propri attestati di formazione qualche settimana fa. Possono andare particolarmente orgogliosi dei propri risultati considerando le particolari condizioni poste dal coronavirus. Anche i gruppi successivi hanno già le prime settimane alle spalle. Porgiamo loro i migliori auguri per il futuro!

Gli apprendisti uscenti del Bell Food Group sanno fin troppo bene cosa significa imparare una professione sotto le restrizioni di una pandemia. Un motivo in più per attribuire maggiore

I responsabili della formazione hanno tenuto svariati colloqui.

valore ai risultati conseguiti. Requisiti igienici rigorosi, didattica digitale nella scuola professionale e, per alcuni, persino lunghe fasi di smart working – insomma dietro di loro si cela un periodo di formazione fuori del comune. Lo stesso si può dire per i loro formatori.

«I giovani vogliono essere inseriti in un gruppo, staccarsi da casa e a volte trasgredire anche un po'», afferma Andreas Begré, Responsabile della Formazione professionale presso Bell in Svizzera. «Abbiamo anche notato che molte di queste cose non erano possibili, o lo erano solo in misura limitata, e che mancavano importanti tappe di sviluppo per i giovani».

Per i responsabili della formazione questo implicava la necessità di parlare di più con gli apprendisti e

assisterli quanto più possibile. Nonostante tutti gli impedimenti del caso, il Bell Food Group ha ammesso alla vita professionale un'annata che dal punto di vista operativo è allo stesso livello di quelle precedenti al coronavirus.

Nel frattempo è partita la formazione del successivo gruppo di giovani leve. Rispetto ai loro predecessori, durante il periodo di formazione trarranno probabilmente maggiori benefici. Tuttavia, desiderano anche loro il miglior supporto possibile quando muovono i primi passi nella vita professionale. Un recente sondaggio condotto tra gli apprendisti della Bell in Svizzera ha rivelato cosa si augurano.

«I giovani di oggi vogliono essere messi alla prova e impiegati al massimo delle proprie capacità, vogliono assumersi delle responsabilità e incontrarsi con persone dalle opinioni affini, trasversalmente alle professioni e ai confini del proprio territorio», spiega Andreas Begré. «Le nostre formatrici e i nostri formatori sono chiamati ad andare incontro a tali esigenze».

Anche alle formatrici e ai formatori viene infatti chiesto un ulteriore sviluppo per cui, oltre al ruolo di esperti, sono tenuti ad assumere il ruolo di coach assistendo i giovani in base alle loro capacità e assolvendo a una funzione di modelli di riferimento.

«Il periodo di formazione è un momento che spesso ha un impatto sull'intera vita professionale», dichiara Andreas Begré. «Se accompagniamo bene i nostri allievi in questo percorso, possiamo influire positivamente sull'intera carriera successiva». • *mr*

DIAMO IL BENVENUTO A

BELL SVIZZERA

Levin Ibrahim, Operatore/Operatrice in automazione AFC, Basilea

Sarah Schmidt, Studio duale economia aziendale/ gestione del personale, Basilea

Raphael Brendel, Operatore informatico, Basilea

Valerio Apostolo, Sviluppatore di applicazioni informatiche AFC, Basilea

Anna-Lehna Grittke, Studio duale informatica gestionale/ Application Management, Basilea

Moritz Höft, Studio duale informatica gestionale/ Application Management, Basilea

Almina Bosnic, Commerciante AFC, Basilea

Egzona Dermaku, Commerciante AFC, Basilea

Monica Fankhauser, Assistente d'ufficio CFP, Basilea

Nuno Miguel Balmer, Tecnico alimentarista AFC, Basilea

David Cubas, Macellaio-salumiere AFC, Basilea

Michael Gerber, Macellaio-salumiere AFC, Basilea

Maksym Vanzhula, Impiegato in logistica AFC, Oensingen

Michèle Schärer, Impiegata in logistica AFC, Oensingen

Aldin Ljaljic, Tecnico alimentarista AFC, Oensingen

Anna Piaseczna, Addetta alimentarista CFP, Oensingen

Ermias Tesfagabr, Meccanico di produzione AFC, Oensingen

Mike Allemann, Meccanico di produzione AFC, Oensingen

Sheena Oriare, Macellaia-salumiere AFC, Oensingen

Fawad Haidari, Addetto di macelleria CFP, Oensingen

Christian Savoldi, Addetto di macelleria CFP, Oensingen

Abdullah Jalali, Operatore di edifici e infrastrutture AFC, Zell

Patrick Bartsch, Meccanico di produzione AFC, Zell

Nikola Stoilov, Tecnico alimentarista AFC, Zell

Michael Frey, Avicoltore AFC, Zell

Josephine Weber, Impiegata in logistica AFC, Zell

BELL GERMANIA

Dörte Propp, Commerciante industriale, Seevetal
Sebastian Schütz, Conduttore di macchine e impianti, Harkebrügge

Elias Wagner, Meccanico industriale, Harkebrügge

Lisa Jürgensen, Commerciante industriale, Seevetal

Jonas Meyer, Operatore di macchine e impianti, Harkebrügge

HILCONA

Frieda Sylvester, Commerciante AFC, Schaan

Riccardo Licci, Commerciante AFC, Schaan

Ivo Bucher, Tecnico alimentarista AFC, Schaan

Davide Zicchillo, Impiegato in logistica AFC, Schaan

Zsombor Lengyuel, Impiegato in logistica AFC, Schaan

Bruna Pereira, Addetta alimentarista AFC, Landquart

Joel Brotzer, Impiegato in logistica AFC, Landquart

HÜGLI SVIZZERA

Joanna Rusin, Commerciante AFC, Steinach

Petar Pasuljanovic, Commerciante AFC, Steinach

Nina Ruckstuhl, Tecnica alimentarista AFC, Steinach

Manuel Taddio, Tecnico alimentarista AFC, Steinach

Mia Lagnel, Tecnica alimentarista AFC, San Gallo

Dylan Rubino, Impiegato in logistica AFC, Steinach

EISBERG SVIZZERA

Gino Hübscher, Tecnico alimentarista AFC, Dällikon

CI CONGRATULIAMO!



BELL SVIZZERA

- Janjira Suwanthong**, Commercianta AFC, Basilea
- Paul-Philippe Wortmann**, Informatico AFC, Basilea
- Betim Aliu**, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
- Lukas Haurin**, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
(non presente in foto)
- Gian Knoepfli**, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
- Antonio Nedeski**, Macellaio-salumiere AFC, Basilea
- Faizullah Asinzai**, Assistente macellaio-salumiere CFP
(non presente in foto)
- Blagojce Stojanoski**, Assistente macellaio-salumiere CFP
- Luca Petersen**, Operatore in automazione AFC, Basilea
- Fesnike Rushiti**, Tecnica alimentarista AFC, Basilea
- Marko Bahor**, Cuoco AFC, Basilea
- Philippe Cattin**, Operatore di edifici e infrastrutture AFC, Basilea
- Raphael Meier**, Avicoltore AFC, Zell
- Lorena Schelb**, Studio duale economia aziendale/ gestione del personale, Basilea



BELL GERMANIA

- Lennart Jaspers**, Specialista in tecnologia alimentare, Edewecht
- Robin Thurm**, Studio duale economia aziendale, Seevetal
- Dominik Siemer**, Commercianta industriale, Seevetal
- Mostafa Azimi**, Elettronico per tecnica aziendale, Harkebrügge
(non presente in foto)

HILCONA

- Veronika Watzke**, Commercianta AFC, Schaan
(non presente in foto)
- Francisco Fernandez Alvite**, Impiegato in logistica AFC, Schaan
- Lars Meier**, Tecnico alimentarista AFC, Schaan
- Lorin Murk**, Tecnico alimentarista AFC, Schaan
- Dominic Dürr**, Addetto alimentarista CFP, Schaan
- Ilias Theodorakoudis**, Addetto alimentarista CFP, Schaan
- Hatice Kocatas**, Operatrice di linee di produzione AFC, Schaan
- André Alves Apolinario**, Operatore di linee di produzione AFC, Orbe
(non presente in foto)

HÜGLI

- Lara Brunner**, Commercianta AFC, Steinach
- Jordan Sutter**, Commercianta AFC, Steinach
- Jack Stepke**, Impiegato in logistica AFC, Steinach
- Patric Graf**, Tecnico alimentarista AFC, Steinach
- Christian Rolle**, Tecnico alimentarista AFC, Steinach
- Sebastian Sabol**, Addetto alimentarista CFP, Steinach





Questi collaboratori di Eisberg Svizzera, Dällikon sono i protagonisti della pagina di copertina:

Fila superiore da sinistra a destra:
Agnes Dahlhausen (Germania)
Responsabile produzione frutta e verdura

Andreas Lehmann (Germania)
Key User produzione e magazzino CSB

Pensri Turakit Beck (Tailandia)
Collaboratrice produzione vassoi

Fila inferiore da sinistra a destra:
Natalia Bonifacio Paulo (Portogallo)
Collaboratrice produzione vassoi

Bess Nnaedu Chibuogwu (Nigeria)
Collaboratrice produzione vassoi

Diego Bruno (Svizzera)
Tecnico alimentarista in formazione

Kateryna Kravchenko (Ucraina)
Collaboratrice produzione vassoi

Il Bell Food Group a livello internazionale
forma sempre più un tutt'uno

Tutto il mondo in un gruppo

Con sedi in 15 paesi, dipendenti provenienti da quasi 100 nazioni e oltre 50 mercati di esportazione, il Bell Food Group vanta da anni una forte posizione internazionale. Questo numero di «Look!» illustra alcuni esempi di come i team vivono e utilizzano con successo questa «internazionalità» nel proprio lavoro quotidiano. • mr

Hügli e Eisberg

Insieme per fare la differenza



La qualità delle acque reflue dell'impianto di trattamento di Brivio è migliorata.

Un buon esempio di cooperazione non solo transfrontaliera, ma anche trasversale al gruppo, è la sede Hügli di Brivio, nel nord Italia, o meglio il suo impianto di trattamento delle acque reflue. Il trattamento inadeguato delle acque reflue creava problemi da tempo: da un lato ingenerava costi elevati e dall'altro non era più aggiornato sotto il profilo ambientale.

A fornire assistenza per questa sede è stato un collega di Eisberg, responsabile della gestione dell'impianto di trattamento delle acque reflue ad alte prestazioni di Dällikon, in Svizzera. «Nel corso della sua visita in Italia, Kornel Eggenschwiler ha affrontato il problema con grande passione ed esperienza», afferma Andreas Höllmann, Project Manager Operational Services & Engineering Operations presso Hügli. «Grazie alla sua assistenza, in breve tempo siamo riusciti a compiere i primi passi volti a migliorare l'efficienza del trattamento delle acque reflue».

La buona collaborazione fra le due imprese consociate a Brivio sta già sortendo i suoi effetti: la quantità di acque reflue è diminuita e la loro qualità è aumentata. Ora stanno appurando insieme in che misura siano necessari ulteriori interventi migliorativi.

Bell Germania e Bell Spagna

¡Hola! dalla Spagna

Javier Castillo taglia prosciutto da quando era piccolo. Infatti, nella sua terra d'origine, la regione spagnola dell'Extremadura, troviamo un prosciutto iberico pronto da tagliare in pressoché ogni cucina.

Oggi, l'ingegnere laureato specializzato nell'industria alimentare è un rappresentante commerciale di Bell España. Per Bell Germania questo multitalento ha inoltre spesso assunto il ruolo di ambasciatore del Serrano in occasione delle fiere.

Questa primavera si è persino presentato davanti alla macchina da presa in questo ruolo. Per alcuni spot sui social media, infatti, non solo ha dato prova dell'approfondita competenza acquisita, ma anche della sua conoscenza del tedesco.

«Bell Germania è un partner importante per noi in Spagna, quindi mi

sono dedicato volentieri a illustrare i nostri prodotti Serrano», racconta Javier Castillo.

Risultato: diversi filmati in cui il 38enne spiega simpaticamente, con un amichevole ¡Hola! di benvenuto, l'universo del Serrano. Le differenti varietà sono visionabili sui canali Instagram e Facebook di Abraham, oltre che sul sito web della stessa azienda.

Javier Castillo è stato ambasciatore del Serrano davanti alle telecamere.



www.abraham.de/serrano



Intervista a tre rappresentanti di vendita Hügli

I giovani chef si sbizzarriscono con varie cucine internazionali



Jean-Philippe Yannic è il responsabile vendite di Hügli per la regione sudoccidentale e cura anche il mercato francese.

André Steinmann è referente presso la Hügli in Svizzera per i clienti con sede fra Basilea e Berna.

Björn Stib è il responsabile di area della regione sudoccidentale nella Foresta Nera meridionale.

Quale ruolo riveste l'internazionalità nel vostro lavoro quotidiano?

Björn Stib: Nella mia regione, nel sud della Foresta Nera, abbiamo molti ristoranti internazionali oltre a quelli tradizionali. Ma si può dire che tutti i cuochi e le cuoche pensano e agiscono in modo simile. Uno è un po' più riservato, l'altra un po' più aperta. Ma questo ha più a che fare con la generazione che con la nazionalità.

André Steinmann: Nella mia regione di confine, nella Svizzera settentrionale, mi trovo più spesso di fronte a cuochi tedeschi e francesi che a cuochi svizzeri. Per me non fa differenza, sono tutti amici. Ma il vantaggio con i cuochi e le cuoche tedesche è che spesso conoscono già Hügli per il loro vissuto in Germania.

Quanto è internazionale la nuova generazione di chef?

Jean-Philippe Yannic: Molti dei giovani chef che seguiamo hanno lavorato in diversi paesi del mondo. I sapori che hanno nel palato sono completamente diversi e quindi hanno anche aspettative diverse dai nostri prodotti.

Björn Stib: I giovani amano sperimentare e provare anche nuovi piatti, mentre la generazione precedente ci ha accolto con un po' più di scetticismo all'inizio. Ma il nostro portafoglio di prodotti ha qualcosa da offrire per ogni palato. Possiamo portare l'esempio in particolare del marchio Bress, che per noi è diventato un apriporta nei confronti di molti ristoratori.

Adattate voi stessi o la vostra offerta ai clienti di diverse nazionalità?

André Steinmann: Ogni cliente è diverso, quindi bisogna sempre adattarsi al singolo. A Basilea, per esempio, curo alcuni ristoranti turchi dove molto si basa sulle pacche sulle spalle e i legami familiari. Molti non mi chiamano più André, ma «papà». È qualcosa di davvero particolare.

Jean-Philippe Yannic: Un esempio di adattamento nell'ambito dei prodotti è la nostra gamma bio. Quando siamo partiti in Francia quattro anni fa, ci siamo subito resi conto che gli chef francesi hanno esigenze diverse in termini di sapori e consistenza. Le ricette che abbiamo successivamente adeguato si sono poi affermate in tutti i mercati convincendo i nostri clienti anche altrove.



Il team CSB

Immergersi in altre culture

Ogni volta che si verifica un problema con il software di pianificazione delle risorse «CSB», si richiede l'intervento del team di 11 persone diretto da Peter Ettrich. Con la sua sede principale a Basilea e le filiali in Ungheria e Austria, supporta oltre 1.000 utenti in Spagna, Germania, Polonia, Ungheria, Austria, Romania e Svizzera.

«Per noi internazionalità significa anche conoscere altre culture, mentalità e, non da ultimo, legislazioni», riferisce Peter Ettrich, Head of DevOps Center CSB. «Se si viaggia molto in Europa dell'Est, ad esempio, ci si rende subito conto di quanto sia semplice a confronto il diritto fiscale svizzero».

Sebbene l'inglese sia ampiamente parlato all'interno del Bell Food Group, di tanto in tanto è necessario superare le barriere linguistiche. È positivo che il team sia internazionale e possa risolvere i problemi ad esempio anche in spagnolo o in ungherese.

«Un'altra grande differenza rispetto alle sedi svizzere è che non possiamo andare di persona se, ad esempio, ci sono difficoltà con il sistema in uno stabilimento di produzione in Romania», dichiara Peter Ettrich.

È quindi molto utile che gli specialisti del CSB possano collegarsi esternamente a tutti i computer del Bell Food Group. Quando è opportuno, sono previsti anche interventi in loco. «Si tratta sempre di buone opportunità per conoscere meglio i paesi e le persone con cui lavoriamo», riferisce Peter Ettrich.



Peter Ettrich
Head of DevOps Center CSB
presso IT Bell Food Group

Bell Svizzera

Ad Harkebrügge per imparare il tedesco



Yannik Wettlé
Responsabile di processo pulizia,
Bell Basilea

Quando Yannik Wettlé ha iniziato a lavorare nel 2003 nella divisione di confezionamento prosciutto e insaccati della Bell in Svizzera, le sue carenti conoscenze del tedesco non erano ancora un problema, poiché lavorava in un team esclusivamente francofono. Tuttavia, per la nuova posizione a cui aspirava qualche anno dopo, si rendeva necessario migliorare il suo tedesco.

Il suo capo reparto di allora trovò la soluzione. «Nel 2018, d'intesa con la direzione e l'ufficio risorse umane, mi organizzò un soggiorno di sette settimane presso Bell Germania ad Harkebrügge».

«Direttamente dalla teoria alla pratica».

Oltre a un corso intensivo, ebbe modo di immergersi nella lingua mentre lavorava in azienda. «Ho così avuto la possibilità di passare qui direttamente dalla teoria alla pratica. I membri del team sono stati tutti molto aperti e mi hanno aiutato quando avevo difficoltà a esprimermi in tedesco».

In questo modo, l'attuale responsabile di processo pulizia presso la sede centrale di Basilea ha potuto migliorare notevolmente il suo livello linguistico. Consiglia a chiunque si trovi in una situazione simile alla sua di contattare il proprio capo reparto o un responsabile delle risorse umane per trovare una soluzione.

Non deve sempre trattarsi subito di un soggiorno all'estero. Anche i corsi interni alla propria sede, come quelli offerti da Bell Svizzera, possono migliorare le competenze linguistiche dei collaboratori. «Ho anche imparato che non bisogna avere paura di esercitarsi, di sbagliare o di dire che non si è capito qualcosa».



Eisberg Austria

Il progetto faro mostra il proprio potenziale

Come si fa ad aprirsi a un mercato internazionale completamente nuovo? Eisberg conosce la risposta. Nel settembre 2017 venne infatti posta la prima pietra del primo stabilimento di produzione in Austria, a Marchtrenk. Oggi, a distanza di cinque anni, i quattro capannoni di produzione del sito di 24.000 metri quadrati accolgono linee altamente automatizzate e le promettenti previsioni di penetrazione nel mercato sono state confermate.

La posizione nel cuore dell'Europa è ideale per collaborare con i fornitori locali grazie ai brevi percorsi di consegna. Inoltre, il mercato austriaco e quello della vicina Germania offrono numerose opportunità di crescita agli esperti di insalate. Eisberg Austria rifornisce così ora da Marchtrenk numerosi rivenditori al dettaglio in entrambi i paesi.

Inoltre, anche i membri del Bell Food Group, Transgourmet e Hilcona, sono clienti del sito. «L'ingresso nel mercato austriaco è stato un progetto faro nella

storia di Eisberg», riferisce Franco Mühlgrabner, Amministratore delegato di Eisberg Austria. «Questo dipende in primis dal fatto che, per la prima volta nella storia del Bell Food Group, diversi marchi e gamme di prodotti sono riuniti sotto lo stesso tetto».

I primi passi nel nuovo mercato sono quindi compiuti. A breve ne seguiranno altri, tra cui un impianto ad alte prestazioni per la produzione di prodotti convenienza a base di pollo.



Franco Mühlgrabner
Amministratore delegato
Eisberg Austria

Bell Food Group

Dove l'internazionalità è un'attività quotidiana

Se c'è un settore del Bell Food Group che conosce bene l'internazionalità, è quello delle esportazioni. «A eccezione dell'Antartide esportiamo in tutti i continenti del mondo. Nella maggior parte dei paesi collaboriamo con gli importatori o direttamente con le locali catene di supermercati», spiega Daniel Böhny, responsabile della divisione Bell Western & Eastern Europe. E Stefano Bianchi, CEO di Bell Francia, aggiunge: «Esempi noti dei nostri clienti retail internazionali sono Carrefour e Auchan, ad esempio, che riforniamo anche nei dipartimenti d'oltremare francesi, nonché Costco in Canada o Kesko in Finlandia».

In questo modo, il Bell Food Group si adatta con flessibilità ai desideri dei propri clienti esteri. Effetti sinergici sono garantiti inoltre dalla

composizione dell'organizzazione export intersettoriale, che riunisce esperti di tutte le componenti del Bell Food Group. Il prosciutto crudo francese viene così esportato in Marocco, i tortellini Hilcona nelle mense scolastiche svedesi, i prodotti meno richiesti in Europa, come gli zamponi, arrivano in Cina e molto altro ancora in tutto il mondo.

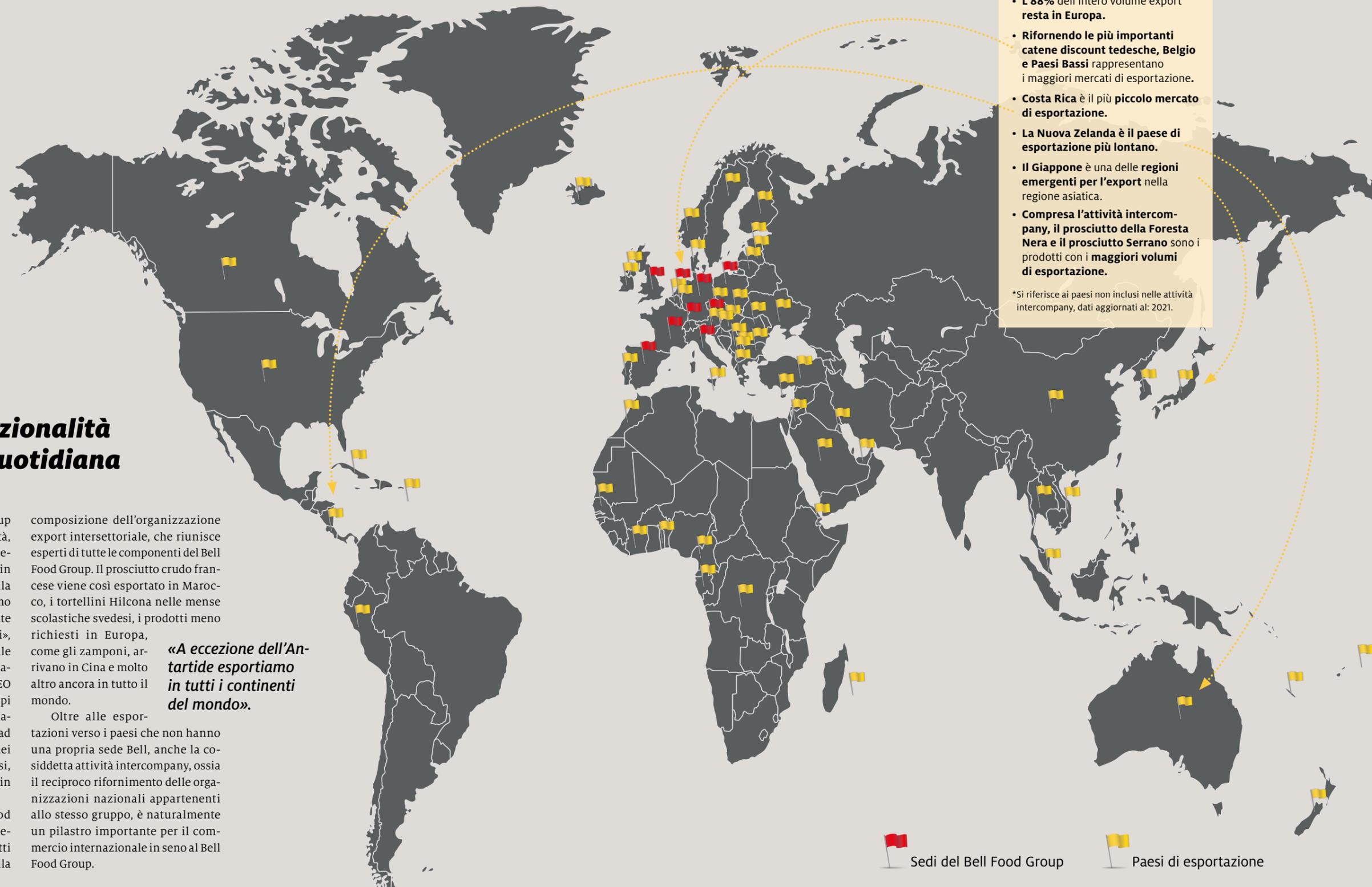
Oltre alle esportazioni verso i paesi che non hanno una propria sede Bell, anche la cosiddetta attività intercompany, ossia il reciproco rifornimento delle organizzazioni nazionali appartenenti allo stesso gruppo, è naturalmente un pilastro importante per il commercio internazionale in seno al Bell Food Group.

«A eccezione dell'Antartide esportiamo in tutti i continenti del mondo».

I dati entusiasmanti sulle esportazioni del Bell Food Group*

- Il gruppo esporta **in oltre 50 paesi al mondo**.
- **L'88%** dell'intero volume export **resta in Europa**.
- **Rifornendo le più importanti catene discount tedesche, Belgio e Paesi Bassi** rappresentano i maggiori mercati di esportazione.
- **Costa Rica** è il più **piccolo mercato di esportazione**.
- **La Nuova Zelanda** è il **paese di esportazione più lontano**.
- **Il Giappone** è una delle **regioni emergenti per l'export** nella regione asiatica.
- **Compresa l'attività intercompany, il prosciutto della Foresta Nera e il prosciutto Serrano** sono i prodotti con i **maggiori volumi di esportazione**.

*Si riferisce ai paesi non inclusi nelle attività intercompany, dati aggiornati al: 2021.



 Sedi del Bell Food Group  Paesi di esportazione

Per le attuali offerte
di lavoro consultare:
bellfoodgroup.com/karriere

Ci congratuliamo e ci congediamo

Anniversari di servizio e pensionamenti da settembre a novembre 2022

Bell Svizzera

20 anni di servizio

Carlos De Carvalho Lopes, 1 luglio, Geiser, Schlieren (*supplemento*)
Trashe Rrasi, 22 luglio, Geiser, Schlieren (*supplemento*)
Dossè Bossou, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Pascal Didier, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Guy Eigenmann, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Hizir Kücükgörmez, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Alexander Nobs, 1 settembre, Bell Svizzera, Oensingen
José Manuel da Silva Gomes, 1 ottobre, Bell Svizzera, Cher-Mignon
Moukhtar Mouhim, 1 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Brahim El Ouardi, 14 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Thomas Grauwiler, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Raveendran Narayanapillai, 1 novembre, Bell Svizzera, Oensingen
Konrad Oertle, 1 novembre, Bell Svizzera, Gossau
Valérie Unternaehrer, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Hasime Berisha, 4 novembre, Bell Svizzera, Oensingen
Léoncino Patrick Picot, 11 novembre, Bell Svizzera, Basilea

25 anni di servizio

Christine Schlatter, 1 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Vjollca Bytyçi-Dakaj, 2 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Pavo Marojevic, 3 novembre, Bell Svizzera, Churwalden
Drita Avdyli, 12 novembre, Bell Svizzera, Oensingen
Bojan Nikolic, 17 novembre, Bell Svizzera, Basilea

30 anni di servizio

Philippe Lieby, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Ivan Fischer, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea

35 anni di servizio

Marcel Berger, 1 ottobre, Bell Svizzera, Gossau
Hamid Boudechicha, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Teresa Penas-Mendez, 1 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Patrick Bubendorff, 5 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Marie-Chantal Gracyasz, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Clotilde Pehlic, 1 novembre, Bell Svizzera, Basilea

Pensionamenti

Jasna Popijac Xhigoli, 30 settembre, Bell Svizzera, Oensingen
Shake Lokaj, 30 novembre, Bell Svizzera, Gossau

Pensionamenti anticipati

Nafje Avdiu-Sylejmani, 31 luglio, Bell Svizzera, Oensingen (*supplemento*)
William Ritt, 31 luglio, Bell Svizzera, Basilea (*supplemento*)
Isabelle Lancelot, 30 settembre, Bell Svizzera, Basilea
Kurt Fuhrmann, 31 ottobre, Bell Svizzera, Oensingen
Divna Ilic, 31 ottobre, Bell Svizzera, Zell
Francois Vidale, 31 ottobre, Bell Svizzera, Basilea
Christian Fontaine, 30 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Joachim Grinan, 30 novembre, Bell Svizzera, Basilea
Dany Sutterlin, 30 novembre, Bell Svizzera, Basilea

Ci congediamo

Pascal Figenwald, 10 giugno, Bell Svizzera SA, Basilea
Radoine Boufelaas, 20 giugno, Bell Svizzera SA, Basilea

Bell International

20 anni di servizio

Christian Launer, 2 settembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Katjana Schürmann, 1 ottobre, Bell Germania, Harkebrügge
Frank Rössler, 7 ottobre, Bell Germania, Seevetal
Bernd Gardewin, 1 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Galina Meyer, 1 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Olga Wilhelm, 4 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Olga Fleck, 11 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Tatjana Engel, 12 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Anja Oltmanns, 12 novembre, Bell Germania, Edewecht

25 anni di servizio

Diana Stöfhase, 4 settembre, Bell Germania, Harkebrügge
Bianca Plaggenborg, 1 ottobre, Bell Germania, Harkebrügge

30 anni di servizio

Quoc Minh Ngo, 9 ottobre, Bell Germania, Edewecht
Gordana Krstic, 19 ottobre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

35 anni di servizio

Gerlinde Reichinger, 1 settembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Brigitte Bruns, 12 novembre, Bell Germania, Harkebrügge
Manfred Olling, 24 novembre, Bell Germania, Edewecht

Pensionamenti

Joelle Broche, 30 ottobre, Bell Francia, Aime
Yves Theveneau, 31 ottobre, Bell Francia, Teilhède

Ci congediamo

Ameti Hajri, 13 marzo, Süddeutsche Truthahn, Ampfing
Antal Nemeth, 5 maggio, Süddeutsche Truthahn, Ampfing
Stefan Faschang, 18 giugno, Frisch Express, Pfaffstätt

Eisberg

20 anni di servizio

José Antonio Costa, 16 settembre, Eisberg Svizzera, Dällikon (Feldhof)
Güley Ikizer, 1 ottobre, Eisberg Svizzera, Dällikon (Feldhof)
Nicoleta Scarlat, 1 ottobre, Eisberg Romania, Pantelimon
Nicolas Pointurier, 14 ottobre, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Roselyne Pasteur, 11 novembre, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

25 anni di servizio

Nicolas Perret, 1 ottobre, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Isa Aliu, 6 ottobre, Eisberg Svizzera, Dänikon

35 anni di servizio

Maria Ramos Santinha Marques, 1 settembre, Eisberg Svizzera, Dällikon (Feldhof)

Hilcona

25 anni di servizio

Alexander Erhardt, 16 dicembre, HFC, Bad Wünnenberg

Pensionamenti

Heinrich Lohre, 31 agosto, HFC, Bad Wünnenberg (*supplemento*)

Hügli

20 anni di servizio

Birgit Hauser, 1 settembre, Hügli, Radolfzell

Lisa Weber, 1 settembre, Inter-Planing, Langenhaslach

Gertjan van der Wouden, 2 settembre, Bresc, Werkendam

Sibylle Koschoreck, 1 ottobre, Hügli, Radolfzell

Fareeq Mirza, 21 novembre, Hügli, Radolfzell

25 anni di servizio

Rute Pintado, 1 settembre, Hügli, Radolfzell

Holger Grundmann, 6 ottobre, Hügli, Radolfzell

35 anni di servizio

Yvonne Stocker, 1 novembre, Hügli, Radolfzell

Pensionamenti

Hans-Joachim Haug, 31 maggio, Hügli Germania, Radolfzell (*supplemento*)

Jarmila Dědková, 31 luglio, Hügli Repubblica Ceca, Zásmuky (*supplemento*)

Luisa Eichler, 31 luglio, Hügli Germania, Radolfzell (*supplemento*)

Nikolaus Hubert, 31 luglio, Hügli Germania, Radolfzell (*supplemento*)

Lilli Zimbelmann, 31 luglio, Inter-Planing, Langenhaslach (*supplemento*)

Brian Dugmore, 26 agosto, Hügli England, Redditch (*supplemento*)

Heinz Walther, 30 settembre, Hügli Germania, Radolfzell

Play & Win!

PLAY AND WIN

Quesito del concorso

Quale prodotto di NATUCO si nasconde qui?



In palio dieci confezioni prova di NATUCO.

Ulteriori informazioni su NATUCO sono riportate a pagina 29.

Il concorso scade il 27 gennaio 2023

Invia la soluzione indicando anche il tuo nome, la tua (ex) sede di lavoro e il tuo datore di lavoro a info@natuco.bio

Tra i partecipanti che avranno inviato la soluzione corretta verranno estratti a sorte i vincitori. Non saranno prese in considerazione le partecipazioni multiple. I vincitori saranno informati direttamente. Non verranno fornite informazioni in merito all'estrazione, né per posta né tramite telefono.



Verso un'organizzazione a impatto climatico zero

Verso la meta su solide basi scientifiche

Il Bell Food Group si è impegnato molto sul fronte della sostenibilità. Ad esempio, l'azienda vuole ridurre sempre di più le proprie emissioni di CO₂ nei prossimi anni, con l'obiettivo di raggiungere un impatto climatico pari a zero per l'intera catena di fornitura entro il 2050. Per mettere in atto questo piano punta verso obiettivi dalle basi scientifiche.

Il 28 luglio è ricorso l'«Earth Overshoot Day» di quest'anno. Si tratta del giorno calcolato in cui gli abitanti di

Le conseguenze dell'eccessivo sfruttamento del pianeta sono note a tutti.

tutto il mondo hanno consumato le risorse naturali che la terra mette a disposizione per un anno. Le conseguenze di questo utilizzo eccessivo sono note a tutti: si va dal cambiamento climatico alla riduzione della biodiversità sino alla competizione globale per il cibo.

Per ridurre l'impronta ecologica e preservare il mondo come luogo vivibile anche per le generazioni future, le organizzazioni per la tutela dell'ambiente ritengono che, oltre ai

politici, siano soprattutto le imprese ad avere il dovere di agire.

Il Bell Food Group è consapevole della propria responsabilità al riguardo. Si occupa infatti di questo tema da anni e ha integrato il suo impegno per una maggiore sostenibilità nel proprio mission statement.

«In sede di elaborazione di misure atte a proteggere l'ambiente e il clima, fin dall'adozione della Strategia di sostenibilità 2026+ ci siamo ispirati agli obiettivi dell'Accordo sul clima di Parigi. Questi obiettivi per le imprese sono stati definiti dalla «Science Based Target initiative», spiega Samuel Widmer, Responsabile di progetto della divisione Sostenibilità del Bell Food Group. «Coop ha aderito a questa iniziativa e si è impegnata a porsi dei propri obiettivi climatici basati su dati scientifici. In



qualità di membro del Gruppo Coop, questo accordo si applica anche al Bell Food Group».

L'iniziativa, nota in breve come «SBTi», sostiene le aziende nella riduzione delle loro emissioni sulla base di dati scientifici fondati. Così queste riescono allo stesso tempo a contribuire alla lotta contro il riscaldamento globale e ad aumentare la loro competitività nella transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Gli obiettivi sono considerati «scientificamente fondati» se seguono lo stato attuale della ricerca sul clima per limitare il riscaldamento globale a 1,5 gradi Celsius sopra i livelli preindustriali, come stabilito nell'Accordo di Parigi.

Su questa base, il Bell Food Group nella nuova strategia di sostenibilità, recentemente adottata, ha fissato obiettivi concreti per i prossimi anni.

Fra questi vi è l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas a effetto serra aziendali del 21% entro il 2026 ai sensi dei cosiddetti

Scope 1 e 2. Ciò riguarda le emissioni dirette, ad esempio quelle derivanti dalla produzione, nonché quelle indirette, ossia prodotte, tra l'altro, dai partner che forniscono l'energia.

«A fine di raggiungere questo obiettivo ci impegneremo, tra l'altro, a ridurre i nostri consumi energetici aumentandone al contempo l'efficienza. Per ottenere tutto questo, ad esempio, recupereremo il calore residuo e di processo negli stabilimenti di produzione», riferisce Samuel Widmer.

La riduzione delle emissioni è in primo piano.



Le categorie delle emissioni

Calendario per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra del Bell Food Group

Entro il 2026

Riduzione del 21% delle emissioni aziendali di gas a effetto serra di cui agli Scope 1 e 2

Entro il 2035

Visione: neutralità climatica in azienda di cui agli Scope 1 e 2

Entro il 2050

Visione: neutralità climatica in azienda di cui agli Scope 1, 2 e 3



«Inoltre, rinunceremo sempre più ai combustibili fossili come fonti energetiche, ad esempio generando la nostra energia con impianti fotovoltaici o a biogas».

E il Bell Food Group persegue anche la visione della «neutralità climatica in azienda» per gli Scope 1 e 2 entro il 2035. Ove possibile, le quantità delle emissioni di anidride carbonica evitabili andranno ridotte invece di essere compensate sostenendo progetti di tutela ambientale.

«Per prima cosa dobbiamo bilanciare completamente la nostra impronta di CO₂ secondo gli standard del Greenhouse Gas Protocol e della SBTi», dichiara Roger Peier, Responsabile del progetto Sostenibilità presso il Bell Food Group. «Sulla base dei risultati ottenuti potremo identificare il potenziale di ottimizzazione con l'aiuto di esperti interni ed esterni e ricavarne le misure appropriate. Per la realizzazione dei progetti è essenziale il contributo di tutte le collaboratrici e di tutti i collaboratori».

Entro il 2050, il Bell Food Group si è impegnato a ridurre a zero l'impatto climatico per l'intera catena di fornitura. Questo obiettivo include anche le diverse emissioni di cui allo Scope 3, che derivano ad esempio dalla produzione agricola a monte e dalla logistica.

«Sulla base del nostro modello di business, nello Scope 3 rientrano emissioni significativamente superiori rispetto a quelle che riguardano i nostri processi aziendali», spiega Basil

Mörikofer, Responsabile del progetto Sostenibilità presso il Bell Food Group. «Poiché queste emissioni non rientrano nella nostra sfera di influenza diretta, sia l'analisi che la successiva riduzione rappresentano una sfida importante».

A tal riguardo possono essere utili, fra l'altro, i progetti di produzione integrata. Ad esempio, il nostro gruppo aziendale sta progettando di costruire un maggior numero di polai secondo lo standard di efficienza energetica SRRApplus. I responsabili sono anche sulle tracce di nuove soluzioni, ad esempio per ridurre le emissioni di metano dei bovini. Nel settore della logistica, insieme ai partner si ricercano inoltre idee per un trasporto più sostenibile delle merci.

Il Bell Food Group rientra così fra le aziende che hanno tracciato la strada per una maggiore tutela dell'ambiente e del clima, affinché tutti noi riusciamo a spostare l'«Earth Overshoot Day» a una data sempre più lontana negli anni a venire. • *mr*

«Per la realizzazione dei progetti i collaboratori svolgono un ruolo centrale».

NATUCO: il nuovo marchio bio di Hügli

Una cucina veloce che fa semplicemente star bene



A tavola con la famiglia, a cena con gli amici o per un'intima serata in due: NATUCO è la risposta contemporanea alla cucina veloce. Ingredienti genuini e della migliore qualità biologica stuzzicano la voglia di una dieta sana e sostenibile.

NATUCO è già rappresentato a livello regionale nei punti vendita V-Markt, EDEKA e Spar.

Gli alimenti biologici sono molto apprezzati. La domanda non accenna a calare e probabilmente aumenterà nei prossimi anni. Le consumatrici e i consumatori sono sempre più attenti a un'alimentazione consapevole e sana e selezionano i propri prodotti in modo mirato in base a tali criteri. Pertanto finiscono nel carrello della spesa

sempre più articoli prodotti in modo sostenibile con ingredienti sani che fanno sentir bene i consumatori con sé stessi e l'ambiente. Sono finiti i tempi in cui il biologico era considerato una nicchia e per gli alimenti di qualità biologica occorre recarsi al negozio specializzato in alimenti salutari. Il marchio Hügli «Natur Compagnie», pioniere del biologico e leader di mercato per i prodotti convenienza secchi nel retail, tiene conto di questo andamento. Con il marchio NATUCO di recente creazione, la Hügli porta nei supermercati zuppe, miscele di spezie, salse e brodi di altissima qualità biologica, un'importante alternativa alla concorrenza convenzionale nella categoria degli alimenti convenienza secchi.

«I primi successi che abbiamo già ottenuto sono gli inserimenti negli elenchi dei fornitori regionali presso V-Markt in Baviera e presso EDEKA Südwest in Germania, nonché presso Spar in Austria. Inoltre, i prodotti sono disponibili anche nelle catene di supermercati REWE regionali», afferma Bianca Reutebuch, Brand Manager di Hügli, soddisfatta del successo del lancio.



MANGIAMO MEGLIO.



Varietà per ogni giorno e per ogni gusto

Le ricette NATUCO sono sinonimo dei migliori ingredienti, di una preparazione rapida e di un'esperienza di gusto intensa senza sensi di colpa. Con tutti i prodotti più venduti della categoria e i preferiti del momento, l'assortimento si rivolge nella stessa misura a piccoli e grandi buongustai.

La pastina alfabeto, la preferita dai bambini, fa parte dell'assortimento di prodotti convenienti secchi al pari di altre zuppe classiche. Fra queste, ad esempio, le zuppe di pomodoro, zucca e pollo. Undici diverse miscele di spezie, come spaghetti alla bolognese, chili con carne e crema di salmone gratinata, assicurano un gusto autentico ai piatti affermati. A questi si aggiungono gli gnocchi di verdure in padella e le verdure al forno per la cucina vegetariana.

Un'ampia scelta di salse diverse completa la gamma NATUCO: dalla salsa a base di panna alla salsa olandese o alla salsa al curry, per offrire l'aroma adatto per ogni palato. Il brodo vegetale, di pollo e di manzo viene proposto in cubetti e in vasetto. Per il prossimo anno sono previsti altri prodotti nel segmento degli alimenti in vasetto.

Buono per l'ambiente

Tutte le materie prime utilizzate nei prodotti NATUCO provengono da coltivazioni controllate sotto l'aspetto ecologico. L'attenzione nei confronti dell'ambiente non si traduce solo in un'intensa esperienza di gusto, ma mostra i propri effetti in modo molto concreto anche nella natura.

Grazie all'agricoltura biologica e alle fasi di rigenerazione, il terreno coltivato ha infatti il tempo di riprendersi. E rinunciando ai pesticidi si protegge l'habitat di insetti utili.

L'allevamento rispettoso delle specie si fonda sull'armonia con il comportamento e l'habitat originari degli animali. Ma non è solo il contenuto dei prodotti NATUCO a essere straordinario. Anche tutto il contorno fa la sua figura. Per quanto riguarda l'imballaggio, si evita il più possibile la plastica. I vassoi dei prodotti sono realizzati con carta riciclata al 100% e l'imballaggio è progettato in modo da poter essere riciclato al meglio attraverso la raccolta differenziata. Entro il 2025 tutti gli imballaggi dovranno essere riciclabili al 100%.

Entro il 2025 tutti gli imballaggi dovranno essere riciclabili al 100%.

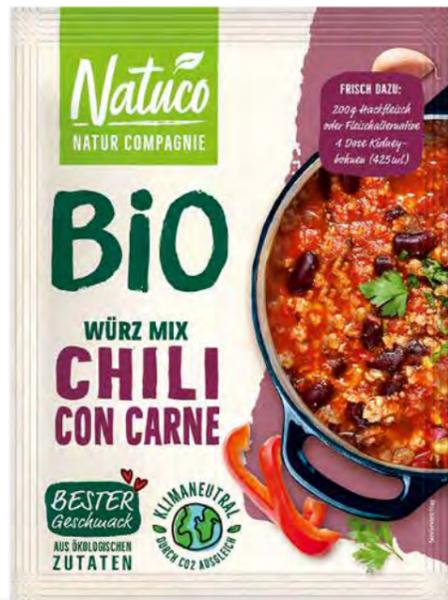


AUTENTICA ORIGINE BIO

Con 20 anni di esperienza nel settore, NATUCO propone una credibile offerta bio. Utilizziamo ingredienti da agricoltura biologica per una dieta equilibrata e sostenibile.

GUSTO OTTIMO

I prodotti NATUCO offrono un gusto perfetto e fanno star bene con sé stessi grazie a ingredienti genuini di qualità e all'assenza di additivi artificiali.



IMPATTO CLIMATICO ZERO

NATUCO riduce le emissioni al minimo grazie a una produzione efficiente e sostenibile e crea un equilibrio atto a compensare le emissioni che vengono ancora prodotte. In questo modo NATUCO si presenta a impatto climatico zero.

La risposta alle esigenze di oggi

Hügli, produttore dei prodotti NATUCO, vanta 20 anni di esperienza nel settore biologico con Natur Compagnie. Anche in materia di sostenibilità, l'azienda è sulla buona strada. Ad esempio, i due siti produttivi di Radolfzell e Steinach utilizzano già oggi il 100% di elettricità verde. Grazie all'impiego di impianti fotovoltaici e alla reimmissione nella rete elettrica si risparmia energia, per un valore annuo pari al consumo annuo di oltre 50 famiglie. La produzione di NATUCO non richiede praticamente acqua e il trasporto degli alimenti produce emissioni di CO₂ esigue grazie al loro peso ridotto.

Oltre all'enfasi posta sulla riduzione delle proprie emissioni, l'azienda sostiene anche progetti che concorrono a neutralizzare le emissioni di CO₂. Per esempio, NATUCO sta lavorando a un progetto climatico in Malawi che

fornisce accesso sicuro all'acqua potabile e forneli più efficienti, due aspetti che concorrono a ridurre le emissioni. NATUCO è quindi a impatto climatico zero.

La combinazione fra autentica coltivazione biologica, basata sulla ventennale competenza in materia, gusto ottimale degli ingredienti biologici e impatto climatico zero grazie alla compensazione delle emissioni di CO₂ fa della ricetta NATUCO la risposta contemporanea alla cucina veloce. «Con il nuovo marchio, uniamo il piacere e il gusto alla responsabilità sociale e ci rivolgiamo a un gruppo target in crescita per il quale anche il valore aggiunto sociale è importante oltre agli aspetti funzionali», riassume Bianca Reutebuch. • ap

«Con NATUCO uniamo il piacere del gusto alla responsabilità sociale».



Novità per padella, casseruola e mixer

L'estate se ne va, ma il piacere resta

Quando su un piatto le verdure croccanti e la pasta vegana incontrano una carne succulenta e condimenti decisi, dobbiamo ancora una volta ringraziare gli sviluppatori di prodotti del Bell Food Group. Qui vi sveliamo le novità dell'autunno in vendita al dettaglio e per la ristorazione. • *mr*



Interessanti concept di Hügli

Prodotti con marchio proprio destinati ai rivenditori

Hügli lancia sul mercato le ultime tendenze alimentari con prodotti e concept orientati al futuro da commercializzare con i propri marchi.

Con sei alternative alla carne, quattro bouillon speziati asiatici, la «bevanda d'avena in polvere» e i «macinati di farro verde», il team B2C di Hügli propone ancora una volta interessanti innovazioni per i distributori di articoli del marchio, i rivenditori specializzati e i dettaglianti di generi alimentari. I prodotti e le gamme sono concepiti in modo da poter essere incorporati nelle linee a marchio proprio esistenti o lanciati con nuovi label.

«Il nostro obiettivo è quello di continuare a offrire ai nostri clienti prodotti e concept individuali orien-

tati al futuro per i loro private label», dichiara Anna-Lena Kasperek, Junior Innovation and Category Manager B2C.

Questo obiettivo è già stato raggiunto con successo con i piatti di pasta espressi e le alternative alla carne, inseriti nell'assortimento di noti discount tedeschi. La commercializzazione dei prodotti con i marchi dei clienti B2C assicura a Hügli un ampio raggio d'azione e favorisce l'ulteriore crescita della divisione.



I concept B2C assicurano a Hügli un ampio raggio d'azione.

Hilcona Originali vegani

Hilcona ha ampliato il proprio assortimento per il crescente gruppo target composto da persone che desiderano rinunciare agli alimenti di origine animale. Con i «Ravioli Bolognese Vegani» e gli «Gnocchi Vegani», vengono ora offerte due versioni integralmente vegetali degli apprezzati classici italiani. I ravioli convincono con un ripieno cremoso a base di proteine di piselli e a una pasta sottilissima cosparsa di farina. Gli gnocchi, anch'essi cosparsi di farina e realizzati con patate succulente, sono perfetti anche per essere saltati in padella.



Hügli Mix di condimenti provenienti da tutto il mondo

I ristoratori che vogliono prolungare la stagione delle vacanze estive dei loro clienti, almeno dal punto di vista culinario, possono ora contare sul supporto di Hügli. I nuovi «Mix di condimenti della World Cuisine» si ispirano infatti alle cucine di India, Argentina, Messico, Thailandia, Marocco e della regione mediterranea. La regola generale di aggiungere 30 grammi di mix di condimenti a un chilo di ingrediente base, ad esempio a un piatto indiano a base di lenticchie, semplifica enormemente la quotidianità in cucina. In questo modo, gli chef possono inserire sempre nuove creazioni internazionali nei loro menu.



Eisberg Ungheria Frullato fresco

Gli amanti degli smoothie in Ungheria non dovranno più perdere tanto tempo a tagliare per ottenere la loro bevanda energetica. Da luglio è infatti disponibile il nuovo «Red Drink» di Eisberg. Gli ingredienti, tra cui insalata iceberg, finocchio e barbabietola, sono già pronti e devono essere solo ridotti in purea con una banana e acqua utilizzando il frullatore. Oltre all'ottimo gusto e agli ingredienti di qualità, il suo colore rosso brillante lo rende un vero e proprio richiamo visivo.



Eisberg Svizzera Creazioni vegetali autunnali

I colleghi svizzeri di Eisberg sono ancora una volta all'altezza della loro fama di esperti di bowl: puntuali per l'inizio della stagione fredda, sono quattro i nuovi abbinamenti di tendenza. Le Buddha Bowl «Pickled Pumpkin & Feta» e «Pickled Pumpkin & Beetroot» sono le proposte vegetariane. La «Cauliflower Bowl» e la «Bio Vegan Bowl» sono invece idonee per un'alimentazione vegana.

Inoltre, i mix per quiche «Autunno», in cui la zucca butternut è protagonista, e «Inverno», che combina la barbabietola con carote e porri, permettono di preparare una deliziosa torta salata di verdure con poca fatica.

Eisberg Austria L'offensiva vitaminica

Con le sue ultime novità, Eisberg Austria fa ancora una volta in modo che molte buone pietanze arrivino al piatto con poca fatica. Questo vale, ad esempio, per i nuovi prodotti convenienze vegetali «verdure grigliate» e «verdure da cuocere al vapore», «verdure Asia», «bistecca di verdure» e «verdure classiche Esterhazy». I mix sono pronti per essere preparati in padella o alla griglia.

E il team ha pensato anche agli amanti delle insalate: mentre la «valerianella con bietole e microgreens di ravanello» in busta è una proposta di pure verdure, «l'insalata di proteine» con uova, feta e legumi è un pranzo leggero completo.



Bell Germania testa gli espositori separati

Il prosciutto in una collocazione nuova

Per attirare ancora di più l'attenzione sulle specialità di prosciutto crudo di Abraham in occasione delle ricorrenze stagionali, Bell Germania le lancia ora in espositori separati.

Il prosciutto crudo è sempre di stagione con i diversi accompagnamenti nel corso dell'anno. Ora i clienti in Germania non devono più cercare a lungo le loro pietanze preferite durante i periodi delle promozioni. Grazie al nuovo concept degli espositori separati di Bell Germania, le apprezzate specialità di Abraham, come il Serrano Gran Reserva spagnolo, il Prosciutto Crudo italiano e il Prosciutto di Savoia francese, si trovano ora ad esempio direttamente nel reparto frutta e verdura.

«A differenza di altri paesi, in Germania non è ancora così comune presentare il prosciutto crudo affettato

come prodotto self-service al di fuori dei banconi refrigerati», riferisce Stephan Holst, responsabile del settore Marketing & comunicazione presso Bell Germania. «Grazie al loro elevato grado di essiccazione e alla lunga durata di conservazione, sono invece prodotti perfettamente idonei per una collocazione in spazi non refrigerati».

Così vengono ora accostate pietanze che spesso si scelgono in abbinamento: classici prosciutti crudi di alta qualità di Abraham con teneri asparagi o tapas per i giorni di festa.

Nessuno dovrà più cercare a lungo le specialità di Abraham.



Bell Svizzera Classici per una cucina rapida

A partire da metà novembre, i clienti svizzeri potranno gustare due piatti tradizionali che possono essere preparati in pochissimo tempo. Per gli «involtini di carne» – simili agli involtini conosciuti altrove – Bell ha avvolto carne magra di manzo svizzero attorno a una classica farcia di pancetta, carne macinata e pane bianco e l'ha poi cotta sotto vuoto per nove ore. A casa basterà mescolare il sugo da arrosto concentrato in dotazione e riscaldare gli «involtini di carne» al suo interno per 15 minuti.

Nello stesso arco di tempo si prepara anche il nuovo «bollito». La base è costituita da carne bovina magra svizzera proveniente da vacche nutrici, che viene delicatamente precotta per 14 ore nel sacchetto. Con il ricco brodo contenuto nella confezione e alcune verdure, si può preparare molto rapidamente una deliziosa zuppa di manzo. Se si preferisce, la carne tenera è gustosa anche affettata con un po' di senape o rafano.

Bell Polonia Per pause con snack messicani

Per la nuova linea «Desperinos» Bell Polonia si è ispirata alle spezie del Messico. Con le salsicce essiccate e saporite, i primi prodotti rappresentativi di questo concept sono stati lanciati con successo in primavera. Ora seguiranno sia i chips e le fette di salsiccia che le salsicce intere da brace. L'intera gamma è perfetta per uno spuntino piccante.



L'ultra-fresco di Sylvain & CO vince la gara

Pronti ai vostri posti

Dall'acquisto degli ingredienti alla produzione e alla consegna della merce trascorrono poche ore. I prodotti ultra-freschi trovano spazio sugli scaffali in men che non si dica. Le colleghe e i colleghi di Sylvain & CO ci offrono una panoramica dei punti salienti al riguardo.

I prodotti ultra-freschi hanno un sapore che ricorda quelli fatti in casa. Dietro il piacere della freschezza si nasconde un processo di produzione impegnativo. La Sylvain & CO nel Canton di Vaud è specializzata nella produzione di insalate, verdure e frutta pronte al consumo. Per garantire che la lattuga venga venduta fresca e croccante, viene raffreddata a 4°C subito dopo la raccolta. «Alla ricezione della merce ne controlliamo la temperatura, le dimensioni, il colore e altri criteri prima che la materia prima entri in produzione con un numero di lotto», spiega Boris Du Fretay, Responsabile Produzione/

Al cliente vengono proposte solo le migliori foglie di insalata.

Infrastrutture e Vice Direttore Generale della Eisberg/Sylvain & CO. Solo le foglie migliori del cespo di lattuga vengono poi tagliate a mano con un coltello. Le foglie non utilizzate possono invece essere impiegate per produrre biogas. I corpi estranei, ad es. i sassolini, vengono rimossi durante i diversi cicli di lavaggio successivi. La delicatezza del lavaggio consente di non danneggiare le foglie.

Le foglioline passano successivamente in un tunnel di asciugatura ad aria, mentre le foglie più robuste vengono asciugate all'interno di una centrifuga. Dopo un ulteriore controllo di qualità da parte di un selezionatore ottico, segue il processo di confezionamento.

Non appena ordini è già in viaggio

A seconda del prodotto, di solito la durata di conservazione varia da due a sei giorni. Per questo motivo la produzione viene effettuata just-in-time, dalle 4.00 di mattina alle 21.00 di sera. «Siamo in grado di consegnare il giorno stesso gli ordini che riceviamo entro le ore 16.00», afferma Daniel Erni, Responsabile Logistica presso Eisberg/Sylvain & CO. «La merce arriva da noi in logistica e qui vengono commissionati gli ordini per i clienti finali. I trasporti della merce ordinata partono dal reparto logistica fino alle 2.00 di notte».

Per garantire la massima qualità, l'efficace cooperazione tra i diversi reparti e collaboratori riveste un ruolo importante. «Grazie all'eccellente comunicazione tra i singoli reparti, possiamo reagire e adattarci rapidamente a qualsiasi situazione», dichiara Stéphanie Picard, Responsabile Acquisti presso Eisberg/Sylvain & CO. La stessa Picard definisce l'ordinazione della giusta quantità al momento giusto tenendo anche conto degli influssi esterni quali le condizioni meteo una delle sfide insite nell'acquisto delle materie prime. E il cliente non deve notare nulla di tutte queste problematiche. Che si tratti di insalata, verdura o frutta, i prodotti devono infatti avere sempre le stesse caratteristiche, ossia essere freschissimi, tenerissimi e semplicemente buoni. • ap

Gli ordini ricevuti fino alle ore 16.00 vengono consegnati il giorno stesso.

