

LOOK!

Magazyn firmowy

03 2022



**Cały świat
w jednej grupie**

**BELL
FOOD
GROUP**





Spis treści

Z codzienności przedsiębiorstwa

4 Obstawiaj, kibicuj i zdobywaj punkty
Zakłady bukmacherskie na mistrzostwa świata w 2022 r.

6 Wśród emocji sięgających zenitu
Bell Food Group w ferworze piłkarskich emocji

9 Dołącz do Bell Food Group
Program współudziału pracowników

Praca w Bell Food Group

10 Wsparcie na start
Edukacja w burzliwych czasach zmian

Artykuł z okładki

14 Cały świat w jednej grupie
Bell Food Group coraz bardziej rozwija się międzynarodowo

Osobisty

22 Gratulujemy i żegnamy się
Jubileusze i przejścia na emeryturę od września do listopada 2022

Konkurencja

25 Pytanie konkursowe
Play and win

Ekologia i innowacja

26 Osiągnięcie celu możliwe w oparciu o solidne podstawy naukowe
Na drodze do organizacji neutralnej klimatycznie

Nasz świat smaków

29 Szybkie gotowanie, które sprawia, że czujesz się po prostu dobrze
NATUCO: nowa ekologiczna marka Hügli

32 Lato mija, ale wspomnienia smaku zostają
Nowe przysmaki na patelnię, do garnka i blendera

Tak osiąga się jakość

36 Na miejsca – gotowi – smacznego!
Ultraświeże produkty od Sylvain & CO to istny wyścig z czasem

Wiedza nie zna granic

Drogie Koleżanki, drodzy Koledzy,

Rozpoczynaliśmy w 1869 roku w Bazylei jako niewielki sklep z wołowiną («Ochsenmetzg») i nasza firma stale się rozwija. Doszły nowe lokalizacje, kolejne grupy produktów i asortymenty. Wraz z rozwojem grupy pozyskiwaliśmy pracowników z wielu krajów. Bell Food Group jest obecnie reprezentowana w 15 krajach, zatrudnia pracowników należących do około 100 narodowości i sprzedaje swoją żywność na całym świecie.

Drodzy Pracownicy, uważam, że ciekawość w połączeniu z wiedzą to początek każdego postępu. A dzięki międzynarodowej strukturze nasza grupa dysponuje szeroką wiedzą z wielu dziedzin. Już teraz istnieje wiele projektów, w przypadku których pracownicy współpracują ze sobą ponad granicami państw i dzielą się swoimi doświadczeniami. Im bardziej promujemy tę wymianę i transfer wiedzy oraz korzystamy z możliwości, jakie nam daje, tym skuteczniej możemy pozycjonować się na rynku.

«Mamy pracowników z blisko 100 krajów.»

W czasie pandemii cyfryzacja pomogła nam jeszcze lepiej się poznać i czerpać z siebie wzajemnie korzyści. Pomimo całego osobistego dystansu wymaganego do ochrony przed infekcją, zbliżyliśmy się do siebie jeszcze bardziej. Dzięki temu we wszystkich lokalizacjach powstały nowe, obiecujące konstelacje. Jednocześnie zespoły na miejscu korzystają nie tylko z umiejętno-

ści jednostek, lecz także z różnorodności. Różnorodna grupa lepiej radzi sobie z rozwiązywaniem problemów, ponieważ może patrzeć na nie z różnych perspektyw. Większy wysiłek włożony w poszukiwanie rozwiązania zostaje nagrodzony lepszą – w dalszej perspektywie – decyzją.

Pełniąc moją funkcję, dużo podróżuję do naszych międzynarodowych lokalizacji i mam okazję poznać wiele osób. Wszędzie dostrzegam ogromny potencjał, który powinniśmy jeszcze lepiej wykorzystywać. Dlatego planujemy program stażów, który umożliwi pracownikom wykonywanie przez określony czas pracy za granicą i/lub w innym dziale. W ten sposób rozwój osobisty łączy się z transgranicznym przekazywaniem cennego doświadczenia w ramach naszej grupy.

Więcej przykładów udanej współpracy międzynarodowej można znaleźć w artykule z okładki tego numeru. Mam nadzieję, że spodoba się Wam lektura.

Lorenz Wyss
Przewodniczący Zarządu Grupy



LOOK! można też zapnumerować, przeczytać lub pobrać online na stronie look.bellfoodgroup.com

Impressum Magazyn pracowniczy Bell Food Group, 4 wydania rocznie, nr 3/2022, październik 2022, 28. rocznik.

Wydawca: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Szwajcaria. Adres: Bell Schweiz AG, Redakcja Bell LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Szwajcaria. Tel. +41 58 326 2447, faks +41 58 326 2114, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com. Zespół redakcyjny: Sara Heiniger (sh), kierownik, Fabian Vetsch (fv). Wsparcie redakcyjne: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Zdjęcia Philipp Jeker, Zürich, Szwajcaria: zdjęcie na okładkę, str. 14, str. 18.

Grafika: obłografik, Olten, Szwajcaria. Zdjęcia: Proacteam AG, Allschwil, Szwajcaria. Druk: Werner Druck & Medien AG, Basel, Szwajcaria. Druk na papierze FSC

Zakłady bukmacherskie na mistrzostwa świata w 2022 r.

Obstawiaj, kibicuj i zdobywaj punkty

Podczas gdy najlepsi piłkarze świata prezentują swoje umiejętności sportowe w Katarze, emocje sięgają zenitu również w Bell Food Group. Weź udział w zakładach i obstawiaj wygrane podczas tegorocznych Mistrzostw Świata w piłce nożnej. Zostań mistrzem zakładów. • sh

Tegoroczny mundial w Katarze będzie miał wyjątkowy charakter: po raz pierwszy w historii piłki nożnej gospodarzem będzie kraj arabski. Ze względu na panujące tam latem wysokie temperatury, będą to zatem zimowe mistrzostwa świata. Od 20 listopada do 18 grudnia 2022 roku najlepsze drużyny świata będą walczyć o upragniony tytuł mistrzów świata. A wszystko to w samym środku okresu świątecznego.

Entuzjazm ten towarzyszyć będzie również w Grupie Bell Food: nasza gra w obstawianie wyników pozwoli przenieść piłkarską atmosferę wprost do biur i na hale produkcyjne. Kto trafnie wytypuje, zbierze cenne punkty w rankingu – niezależnie od tego, czy będzie obstawiać jako osoba indywidualna, czy w drużynowo z innymi pasjonatami piłki nożnej. Im trafniejsze wytypowania, tym większe szanse na wygraną nagrody głównej: wycieczki marzeń o wartości 2500 CHF.



Jak działają zakłady

Wszyscy pracownicy Grupy Bell Food mogą rejestrować się na stronie <https://playandwin.bellfoodgroup.com> od 31 października 2022 roku – zarówno jako osoba indywidualna, jak i jednorazowo w ramach grupy liczącej maksymalnie pięć osób. Udział w zakładach jest bezpłatny.

Jak wygląda rejestracja



<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

1. Zarejestruj się na stronie <https://playandwin.bellfoodgroup.com> podając ważny adres e-mail (prywatny lub służbowy). Rejestracja rusza 31 października 2022 r.
2. Następnie otrzymasz e-mail z linkiem potwierdzającym.
3. Kliknij na ten link, aby dokończyć rejestrację.
4. Zaloguj się i prześlij swoje typy (typy mogą być przesłane do godziny przed rozpoczęciem meczu).

Nowość: trzy piłkarskie wyrocznie

Nie masz pojęcia o piłce nożnej lub nie masz czasu na typowanie? Żaden problem! Dzięki nowej funkcji wyroczni możesz wykorzystać wiedzę trzech ekspertów piłkarskich. Każda z trzech fikcyjnych postaci ma swoją własną taktykę obliczania wyników i automatycznie generuje spersonalizowany typ dla każdego meczu.



Elsi, babcia z intuicją



Pepe, trener piłki nożnej



Alberto, matematyk

Główna nagroda dla pojedynczego gracza

Im dokładniejsze będą Twoje typy, tym większa szansa na wygraną jednej z atrakcyjnych nagród. Wygraj podróż marzeń o wartości 2500 CHF jako pojedynczy gracz. Nagrody zostaną wydane w formie bonów na koniec zabawy.

Nagrody grupowe

Dziesięć najlepszych grup może liczyć na dofinansowanie wspólnej imprezy grupowej w wysokości maksymalnie 2500 CHF w gotówce.

Bell Food Group w ferworze piłkarskich emocji

Wśród emocji sięgających zenitu

Późną jesienią w europejskich domach robi się naprawdę gorąco. Od 20 listopada do 18 grudnia najlepsze drużyny świata będą walczyć o tytuł mistrza świata. Ale w Bell Food Group sezon piłki nożnej trwa przez cały rok. • *ap*

Eisberg Węgry zaserwuje sałatę fanom piłki nożnej

Co mają wspólnego piłka nożna i sałata? Oba są symbolem zdrowego i świadomego stylu życia. Pomysł ten wykorzystał węgierski oddział Eisberg i stworzył Fradi Sali, mieszankę sałat dla kibiców i zawodników budapeszteńskiego Ferencváros TC, zwanego przez fanów Fradi. «Zbilansowana dieta i regularne ćwiczenia to dwie rzeczy, które promujemy dzięki naszej współpracy» – mówi Laura Spielmann, szefowa marketingu w Eisberg Węgry. Pyszna mieszanka sałat z cykorią, sałatą lodową i kapustą pekińską można się cieszyć nie tylko na stadionie Groupama,

Co mają wspólnego piłka nożna i sałata?

ale także poza boiskiem w Pennym. Przesłanie płynące z tej współpracy: Fradi Sali to zdrowa mieszanka sałat dla fanów piłki nożnej na boisku i poza nim.

Bell Hiszpania podaje piłkę młodemu pokoleniu

Jak powszechnie wiadomo, szczęście chodzi parami, ale w przypadku Bell Hiszpania nawet trójkami. Firma sponsoruje aż trzy projekty piłkarskie. Po pierwsze, aktywnie wspiera dwie lokalne drużyny piłkarskie w małych miasteczkach Azuaga i Fuensalida, w obu lokalizacjach obywateli się produkcja. W zamian za to logo Sánchez Alcaraz zostało umieszczone

na autobusach drużyny w całym kraju. Kolejny projekt to wspieranie młodych ludzi. «Sport jest ważnym obszarem rozwoju dla dzieci, które wynoszą z niego doświadczenie na życie. I oczywiście sport musi też dawać frajdę», mówi o sponsoringu Marta Espinosa García, asystentka ds. marketingu w Bell Hiszpania. Na tej motywacji opiera się współpraca z juniorami madryckiego FPA Las Rozas, którzy z dumą noszą na swoich koszulkach logo Sánchez Alcaraz.

Country Manager Bell Hiszpania
Nikolaj Steber z członkiem
zespołu FPA Las Rozas.



«Kiedy przychodzę na stadion, jestem pełen radosnego oczekiwania»

Rodzina, przyjaciele, piłka nożna. Tak w skrócie można podsumować życie Hamdina Aliu. Ten wykwalifikowany specjalista od mięsa pracuje na produkcji w Bell Charcuterie w Bazylei. W wolnym czasie 27-latek niemal wszystko kręci się wokół FC Basel. Chcieliśmy się dowiedzieć, dlaczego jego serce bije dla piłki nożnej i która drużyna jego zdaniem zdobędzie mistrzostwo świata.

Jesteś wielkim kibicem FC Basel. A co z Twoim prywatnym doświadczeniem w kopaniu piłki? Pamiętam, jak jako mały chłopiec grałem z ojcem w piłkę w parku. Od tego chyba zaczął się mój entuzjazm do tego sportu. Później zacząłem trenować bardziej profesjonalnie. W FC Pratteln przez długi czas grałem na boisku na pozycji napastnika,

trenowałem też juniorów. Do czasu, gdy dwa lata temu doznałem kontuzji kolana. Zdrowie jest na pierwszym miejscu i przestałem grać w piłkę. Dziś z trybun kibicuję FC Pratteln. Aby utrzymać formę, regularnie chodzę na siłownię.

Dlaczego fascynuje Cię akurat piłka nożna? Piłka nożna to coś więcej niż tylko sport. Drużyna jest jak rodzina. Wszystkie mają ten sam cel – zwycięstwo. Doświadczasz sukcesów i porażek. Pozytywne, ale i negatywne emocje zespalają was, a koledzy z drużyny stają się przyjaciółmi. Można powiedzieć, że piłka nożna łączy ludzi ponad granicami państw i pokoleń. Czuję to, gdy dziadek zabrał mnie po raz pierwszy na stadion na mecz FCB.



Bell Szwajcaria dodaje pikanterii piłkarskiej frajdzie

Bazyli i Bell przynależą do siebie niczym czerwień i granat na koszulkach FC Basel. Od wiosny tego roku firma Bell może z dumą nazywać się partnerem FCB i zaopatrywać w swoje produkty cały stadionowy catering.

«Specjalnością, którą będzie można skosztować na stadionie i podczas wybranych imprez jest kielbasa Joggeli. Swoją nazwę zawdzięcza stadionowi St. Jakob Park, pieszczotliwie nazywanemu w Bazylei «Joggeli». Mieszanka cielęciny i wieprzowiny, pasja, tradycja i szczypta FCB czynią tę kulturową kielbasę wyjątkową» - mówi Micha Roth, Marketing Project Manager w firmie Bell. Prezes Bell Lorenz Wyss jest zachwycony współpracą: «Wielu z naszych pracowników jest bardzo zżytych z drużyną i są lokalnymi patriotami. Dlatego FCB i Bell to bardzo zgrany duet.»



Hilcona stawia na tradycję i profesjonalny futbol

Schaan jest miejscem narodzin i siedzibą firmy Hilcona. Dlatego ten region jest szczególnie bliski sercu firmy. Nie ma się więc co dziwić, że Hilcona wspiera miejscową drużynę FC Schaan. «Pandemia pokazała dobitnie, że kwestie ekologiczne i społeczne nabierają w naszym życiu coraz większego znaczenia, a odpowiedzialność społeczna to już fakt», mówi Markus Amann, szef działu komunikacji w firmie Hilcona. Firma w ramach swoich możliwości finansowych wspiera również dwie drużyny piłkarskie austriackiej Bundesligi - Rheindorf Altach i SC Austria Lustenau. «Strategiczną współpracę ze sportem zawodowym skutecznie wykorzystujemy do realizacji innowacyjnych projektów. A co najważniejsze: z tej symbiozy korzystają też pracownicy, bo możemy im zaoferować bilety na mecze», cieszy się Markus Amann.

Dlatego ten region jest szczególnie bliski sercu firmy Hilcona.



Co sprawia, że FCB jest Twoją ulubioną drużyną? Zapytaj kogokolwiek na ulicy w Bazylei, kto jest numerem jeden jeśli chodzi o sport, a otrzymasz dwie odpowiedzi: FCB i Roger Federer. FC Basel to marka znana w całej Europie. Przynajmniej od 2002 roku, po meczu 2:0 z Celtikiem Glasgow, kiedy to po raz pierwszy chłopaki zakwalifikowały się do Ligi Mistrzów. Jestem na prawie każdym meczu, czy to w St. Jakob-Park, czy na wyjeździe. Tego lata wybrałem się z przyjaciółmi na mecz do Danii. Niezależnie od tego, z kim gra FCB, to ich gra coś we mnie porusza. Kiedy przychodzę na stadion, jestem podekscytowany i pełen oczekiwania na to, co mnie czeka.

Mistrzostwa Świata w piłce nożnej powinny podnieść Twój puls jeszcze wyżej. Twoja prognoza? Piłka jest okrągła. Dlatego wszystko jest możliwe. Moje serce bije dla reprezentacji Szwajcarii. Widzę duży potencjał. Jeśli spojrzeć na skład grupy, coś może się wydarzyć. Śledzę jeszcze poczynania Brazylii. W eliminacjach nie przegrali prawie żadnego meczu. Piękno piłki nożnej polega na tym, że nikt nie jest w stanie przewidzieć, kto ostatecznie wygra. Dajmy się zaskoczyć, kto zdobędzie puchar.

Z ubrania roboczego, w strój do piłki

Technika, duch zespołu i uczciwość są tak samo ważne w pracy, jak podczas kopania w piłkę. Przedstawiamy trzy firmowe drużyny, które regularnie pokazują na co je stać na boisku.

Hilcona: na spontanie

Po co komplikować, skoro może być prosto: mieszana drużyna Hilcony jest tego najlepszym przykładem. Koledzy i koleżanki z otoczenia kapitanki Zehry Kilic dość spontanicznie uformowali się na potrzeby turnieju piłkarskiego w 2022 roku. Wygrali cztery z pięciu spotkań i w pełni zasłużenie mogli świętować świetną turniejową passę, pobudzając apetyt na kolejne zwycięstwa.

SC Manor/Bell: z historią

Przed SC Manor/Bell był SC Rheinbrücke, który został założony 90 lat temu. Obecny klub jest połączeniem dwóch drużyn Manor i Bell, ponieważ obie cierpiały z powodu kurczą-

cej się liczby członków. Zespół trenera Livio Campy i kierownika sekcji Ernesto Campisiego może pochwalić się 20 tytułami mistrzowskimi i 10 zwycięstwami w pucharach. Mile widziani entuzjaści piłki nożnej w wieku od 40 do 50 lat.

Team Bell Niemcy: żądza zwycięstwa

Działająca od 2017 roku drużyna firmy Bell Niemcy w przeszłości wygrała już kilka spotkań. Drużyna skupiona wokół trenera Dietera Keila liczy 19 mężczyzn, w tym trenerów. Większość członków to także entuzjaści kopania w wolnym czasie. Jeśli zbliża się jakiś turniej, drużyna trenuje razem z wyprzedzeniem od jednego do dwóch tygodni. Nie brakuje im pewności siebie, jak głosi chwytliwe motto zespołu: bialo-czerwoni zgarniają nagrodę w pogni.



Drużyny firmowe od lewej do prawej: Hilcona, Bell Szwajcaria i Bell Niemcy

20%
rabatu

Okres subskrypcji
Od 1 do 30
listopada

Od 1 do 100
akcji

Subskrypcja akcji i
dodatkowe informacje

myshares.bellfoodgroup.com

Program współudziału pracowników

Dołącz do Bell Food Group

Szanowni Pracownicy,

również w tym roku od 1 do 30 listopada mogą Państwo nabyć w korzystnej cenie akcje Bell Food Group AG («akcje pracownicze») i w ten sposób bezpośrednio dołączyć do spółki. Każdy pracownik Bell Food Group w okresie subskrypcji może subskrybować od 1 do maksymalnie 100 akcji pracowniczych. Akcje pracownicze są sprzedawane z 20% rabatem i zakazem ich zbywania wynoszącym 4 lata.

Pod adresem myshares.bellfoodgroup.com można znaleźć:

- dostęp do portalu akcji Bell Food Group, za pośrednictwem którego można subskrybować akcje (rejestracja możliwa od 17 października 2022 r.);
- wszystkie informacje o tegorocznym programie współudziału pracowników;
- cenę sprzedaży akcji pracowniczej obowiązującą od 1 listopada.

Regulamin programu współudziału pracowników ma zastosowanie w przypadku subskrypcji akcji pracowniczych.

Lorenz Wyss
CEO

Xavier Buro
CFO

Aby zasięgnąć dodatkowych informacji, należy skontaktować się z biurem ds. akcji Bell Food Group:



Tel. +41 (0)58 326 2020



share.registry@bellfoodgroup.com

BELL
FOOD
GROUP



Edukacja w burzliwych czasach zmian

WSPARCIE NA START

Nadszedł znów czas na gratulacje i powitania. 32 praktykantów już od kilku tygodni trzyma w rękach swoje świadectwa ukończenia szkoły. Mogą być naprawdę bardzo dumni ze swoich osiągnięć, szczególnie, że musieli zмагаć się z wieloma zmiennymi związanymi z pandemią. Ich następcy mają już za sobą pierwsze tygodnie. Życzymy powodzenia na przyszłość!

Nauczyciele przeprowadzili wiele rozmów.

Odchodzący praktykanci z Bell Food Group wiedzą aż za dobrze, co to znaczy uczyć się zawodu w warunkach ograniczonych przez pandemię. Tym bardziej powinni doceniać swoje wyniki i osiągnięcia. Surowe wymogi higieniczne, zdalne lekcje w szkole zawodowej, a w przypadku

niektórych homeoffice ciągnący się tygodniami – w takich warunkach przyszło im zdobywać wiedzę i fach. To samo dotyczy całej kadry szkoleniowej i nauczycielskiej.

«Młodzi ludzie potrzebują interakcji społecznych, wyrwania się z domu i przekraczania granic», mówi Andreas Begré, kierownik ds. kształcenia zawodowego w Bell w Szwajcarii. «Zauważyliśmy, że wiele z tych aspektów nie było możliwe do zrealizowania lub jedynie w ograniczonym zakresie, młodzieży brakowało ważnych etapów rozwoju.»

Dla osób odpowiedzialnych za kształcenie oznaczało to, że muszą więcej rozmawiać i zintensyfikować

swoje działania. Mimo wszystkich przeszkód, Bell Food Group wypuściła szereg uzdolnionych uczniów, których wiedza i umiejętności w niczym nie odbiegają od poziomu tych, którzy kończyli praktyki przed pandemią.

W międzyczasie ruszył kolejny nabór. Zapewne ich edukacja nie będzie naznaczona takimi zmiennymi. Ale my musimy zrobić wszystko, co w naszej mocy, aby być jak najlepszym wsparciem na start. Ostatnie badanie przeprowadzone wśród praktykantów w firmie Bell w Szwajcarii pokazało, jakie są rzeczywiste potrzeby uczniów.

«Młodzi ludzie chcą dziś stawiać sobie wyzwania i wykorzystywać je, chcą brać na siebie odpowiedzialność i spotykać się z ludźmi o podobnych poglądach, nawet w różnych zawodach i miejscach.», wyjaśnia Andreas Begré. «Nasi nauczyciele zawodu mają za zadanie dostosować się do tych potrzeb.»

Dlatego również od kadry nauczycielskiej wymaga się dalszego rozwoju i oprócz roli ekspertów technicznych muszą pełnić również rolę mentorów, którzy będą wspierać młodych ludzi zgodnie z ich możliwościami i stanowić dla nich wzór do naśladowania.

«Praktyki to okres, który często ma wpływ na całe życie zawodowe», mówi Andreas Begré. «Jeśli towarzyszymy naszym uczniom na tej drodze, możemy pozytywnie wpłynąć na rozwój ich późniejszej kariery.» • *mr*

WITAMY NA POKŁADZIE

BELL SZWAJCARIA

Levin Ibrahim, technik automatyk EFZ, Bazylea
Sarah Schmidt, program studiów dualnych Zarządzanie biznesem/Zasobami Ludzkimi, Bazylea
Raphael Brendel, specjalista ds. ICT, Bazylea
Valerio Apostolo, specjalista informatyk ds. rozwoju aplikacji EFZ, Bazylea
Anna-Lehna Grittke, program studiów dualnych Informatyka Biznesowa/Zarządzanie Aplikacjami, Bazylea
Moritz Höft, program studiów dualnych Informatyka Biznesowa/Zarządzanie Aplikacjami, Bazylea
Almina Bosnic, spec. ds. sprzedaży EFZ, Bazylea
Egzona Dermaku, spec. ds. sprzedaży EFZ, Bazylea
Monica Fankhauser, asystentka biura EBA, Bazylea
Nuno Miguel Balmer, technolog żywności EFZ, Bazylea
David Cubas, rzeźnik FEZ, Bazylea
Michael Gerber, rzeźnik FEZ, Bazylea
Maksym Vanzhula, logistyk EFZ, Oensingen
Michèle Schärer, logistyk EFZ, Oensingen
Aldin Ljaljic, technolog żywności EFZ, Oensingen
Anna Piaseczna, pracownik produkcji żywności EBA, Oensingen
Ermias Tesfagabr, mechanik produkcji EFZ, Oensingen
Mike Allemann, mechanik produkcji EFZ, Oensingen
Sheena Oriare, rzeźnik EFZ, Oensingen
Fawad Haidari, asystent rzeźnika EBA, Oensingen
Christian Savoldi, asystent rzeźnika EBA, Oensingen
Abdullah Jalali, specjalista ds. utrzymania ruchu EFZ, Zell
Patrick Bartsch, mechanik produkcji EFZ, Zell
Nikola Stoilov, technolog żywności EFZ, Zell
Michael Frey, drobiarz EFZ, Zell
Josephine Weber, logistyk EFZ, Zell

BELL NIEMCY

Dörte Propp, specjalista ds. zakupów przemysłowych, Seevetal
Sebastian Schütz, operator maszyn i urządzeń, Harkebrügge
Elias Wagner, mechanik przemysłowy, Harkebrügge
Lisa Jürgensen, specjalista ds. zakupów przemysłowych, Seevetal
Jonas Meyer, operator maszyn i urządzeń, Harkebrügge

HILCONA

Frieda Sylvester, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Schaan
Riccardo Licci, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Schaan
Ivo Bucher, technolog żywności EFZ, Schaan
Davide Zicchillo, logistyk EFZ, Schaan
Zsombor Lengyuel, logistyk EFZ, Schaan
Bruna Pereira, pracownik produkcji żywności EFZ, Landquart
Joel Brotzer, logistyk EFZ, Landquart

HÜGLI SZWAJCARIA

Joanna Rusin, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Steinach
Petar Pasuljanovic, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Steinach
Nina Ruckstuhl, technolog żywności EFZ, Steinach
Manuel Taddio, technolog żywności EFZ, Steinach
Mia Lagnel, technolog żywności EFZ, St. Gallen
Dylan Rubino, logistyk EFZ, Steinach

EISBERG SZWAJCARIA

Gino Hübscher, technolog żywności EFZ, Dällikon

GRATULACJE!



BELL SZWAJCARIA

- Janjira Suwanthong**, spec. ds. sprzedaży EFZ, Bazylea
- Paul-Philippe Wortmann**, informatyk EFZ, Bazylea
- Betim Aliu**, rzeźnik EFZ, Bazylea
- Lukas Haurin**, rzeźnik EFZ, Bazylea (nieobecny na zdjęciu)
- Gian Knoepfli**, rzeźnik EFZ, Bazylea
- Antonio Nedeski**, rzeźnik EFZ, Bazylea
- Faizullah Asinzai**, pomocnik rzeźnika EBA, Bazylea (nieobecny na zdjęciu)
- Blagojce Stojanoski**, pomocnik rzeźnika EBA, Bazylea
- Luca Petersen**, technik automatyk EFZ, Bazylea
- Fesnike Rushiti**, technolog żywności EFZ, Bazylea
- Marko Bahor**, kucharz EFZ, Bazylea
- Philippe Cattin**, specjalista ds. utrzymania ruchu EFZ, Bazylea
- Raphael Meier**, drobiarz EFZ, Zell
- Lorena Schelb**, program studiów dualnych Zarządzanie biznesem/Zasobami Ludzkimi, Bazylea

BELL NIEMCY

- Lennart Jaspers**, specjalista ds. technologii żywności, Edewecht
- Robin Thurm**, studia dualne w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem, Seevetal
- Dominik Siemer**, specjalista ds. sprzedaży przemysłowej, Seevetal
- Mostafa Azimi**, technik elektronik, Harkebrügge (nieobecny na zdjęciu)

HILCONA

- Veronika Watzke**, specjalistka ds. sprzedaży EFZ, Schaan (nieobecna na zdjęciu)
- Francisco Fernandez Alvite**, logistik EFZ, Schaan
- Lars Meier**, technolog żywności EFZ, Schaan
- Lorin Murk**, technolog żywności EFZ, Steinach
- Dominic Dürr**, pracownik produkcji żywności
- Ilias Theodorakoudis**, pracownik produkcji żywności EBA, Schaan
- Hatice Kocatas**, operator urządzeń EFZ, Schaan
- André Alves Apolinario**, operator urządzeń EFZ, Orbe (nieobecny na zdjęciu)

HÜGLI

- Lara Brunner**, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Steinach
- Jordan Sutter**, specjalista ds. sprzedaży EFZ, Steinach
- Jack Stepke**, logistik EFZ, Steinach
- Patric Graf**, technolog żywności EFZ, Steinach
- Christian Rolle**, technolog żywności EFZ, Steinach
- Sebastian Sabol**, pracownik produkcji żywności EBA, Steinach





Poniżsi pracownicy Eisberg Szwajcaria w Dällikon są gwiazdami ze strony tytułowej:

górną rzad od lewej:

Agnes Dahlhausen (Niemcy)
Kierownik działu produkcji owoców i warzyw

Andreas Lehmann (Niemcy)
Key User CSB działu produkcji i przechowywania

Pensri Turakit Beck (Tajlandia)
Pracownik działu produkcji misek

dolną rzad od lewej:

Natalia Bonifacio Paulo (Portugalia)
Pracownik działu produkcji misek

Bess Nnaedu Chibuogwu (Nigeria)
Pracownik działu produkcji misek

Diego Bruno (Szwajcaria)
Technolog żywności, uczeń

Kateryna Kravchenko (Ukraina)
Pracownik działu produkcji misek

Bell Food Group coraz bardziej rozwija się międzynarodowo

Cały świat w jednej grupie

Z lokalizacjami w 15 krajach, pracownikami z blisko 100 krajów i ponad 50 rynkami eksportowymi Bell Food Group od lat ma dobrą pozycję na arenie międzynarodowej. To, jak zespoły te doświadczają tej «międzynarodowości» i z powodzeniem wykorzystują ją w swojej codziennej pracy, pokazujemy w tym wydaniu «Look!» na kilku przykładach. . mr

Hügli i Eisberg Zróbcie razem różnicę



Jakość ścieków w oczyszczalni Brivio uległa poprawie.

Dobrym przykładem współpracy nie tylko między krajami, lecz również między grupami jest północnowłoski zakład Hügli w Brivio, lub jego oczyszczalnia ścieków. Niedostateczne oczyszczanie ścieków od dawna powoduje problemy. Z jednej strony wiązało się ono z wysokimi kosztami, z drugiej strony jego poziom nie był już aktualny z punktu widzenia ochrony środowiska.

Zakład otrzymał pomoc od kolegi z firmy Eisberg, który odpowiada za eksploatację wysokowydajnej oczyszczalni ścieków w Dällikon w Szwajcarii. «Podczas wizyty we Włoszech Kornel Eggenschwiler zaangażował się w nasz problem z dużą pasją i doświadczeniem», mówi Andreas Höllmann, Project Manager Operational Services & Engineering Operations w Hügli. «Wkrótce potem dzięki jego wsparciu byliśmy w stanie podjąć pierwsze kroki w celu poprawy efektywności oczyszczania ścieków.»

Dobra współpraca między dwiema siostrzanymi firmami w Brivio już przyniosła efekty: ilość ścieków zmniejszyła się, a jakość wzrosła. Teraz wspólnie zbadamy, w jakim stopniu konieczne są dalsze działania usprawniające.

Bell Niemcy i Bell Hiszpania

¡Hola! z Hiszpanii

Javier Castillo kroi szynkę odkąd pamięta. Ponieważ w jego ojczyźnie, hiszpańskim regionie Extremadura, w niemal każdej kuchni iberyjska szynka czeka na pokrojenie.

Obecnie ten dyplomowany inżynier przemysłu spożywczego jest przedstawicielem handlowym Bell Hiszpania. Dla firmy Bell Niemcy ten wszechstronnie utalentowany człowiek często wcielał się na targach w rolę ambasadora Serrano.

Tej wiosny stanął nawet w tej roli przed kamerą. W niektórych spotach w mediach społecznościowych wykazał się nie tylko ogromną wiedzą, lecz także znajomością języka niemieckiego.

«Bell Niemcy jest dla nas ważnym partnerem w Hiszpanii, dlatego z przyjemnością poświęciłem czas na

wyjaśnienie, czym są nasze produkty Serrano», mówi Javier Castillo.

Efekt: kilka klipów, w których 38-latek z przyjaznym ¡Hola! w sympatyczny sposób tłumaczy, czym jest świat Serrano. Można je zobaczyć na kanałach Abrahama, na Instagramie i Facebooku oraz na stronie internetowej Abrahama.

Javier Castillo stanął przed kamerą jako ambasador Serrano.



www.abraham.de/serrano



Wywiad z trzema przedstawicielami handlowymi Hügli Młodzi kucharze mają na podniebieniu międzynarodowe smaki



Jean-Philippe Yannic jest kierownikiem sprzedaży w Hügli w regionie południowo-zachodnim, a także opiekuje się rynkiem francuskim.

W Hügli w Szwajcarii André Steinmann jest osobą do kontaktu dla klientów między Bazyleją i Bernem.

Björn Stib, jako osoba odpowiedzialna, podróżuje po regionie południowo-zachodnim w południowym Schwarzwaldzie.

Jaką rolę w Pana codziennej pracy odgrywa międzynarodowość?

Björn Stib: W moim regionie w południowym Schwarzwaldzie, oprócz tradycyjnych restauracji, mamy wiele międzynarodowych zakładów gastronomicznych. Ale można powiedzieć, że wszyscy kucharze są podobni. Jeden jest trochę bardziej zamknięty, drugi trochę bardziej otwarty. Ma to jednak więcej wspólnego z pokoleniem niż z narodowością.

André Steinmann: W moim przygranicznym regionie północnej Szwajcarii opiekuję się większą liczbą niemieckich i francuskich kucharzy niż Szwajcarów. Dla mnie to nie ma znaczenia, wszyscy są przyjaciółmi. Jednak zaletą niemieckich kucharzy jest to, że często znają Hügli z czasów pobytu w Niemczech.

Jak międzynarodowe jest nowe pokolenie szefów kuchni?

Jean-Philippe Yannic: Wielu młodych kucharzy, którzy pozostają pod naszą opieką, pracowało wcześniej w różnych krajach na całym świecie. Mają oni na podniebieniu zupełnie inne smaki, a co za tym idzie różne wymagania stawiane naszym produktom.

Björn Stib: Młodzi ludzie lubią eksperymentować i próbować, podczas gdy starsze pokolenie podcho-

dziło do nas na początku z nieco większą rezerwą. Ale w naszym portfolio produktów każdy znajdzie coś dla siebie. Można na przykład wyróżnić markę Bresc, która otworzyła dla nas drzwi do wielu restauratorów.

Czy Pan lub Pana oferta jest szczególnie adresowana do klientów różnych narodowości?

André Steinmann: Każdy klient jest inny, zawsze należy do niego podejść indywidualnie. Opiekuję się na przykład kilkoma tureckimi restauracjami w Bazylei. Tam jest dużo poklepywania się po ramieniu i panuje rodzinna atmosfera. Wiele osób nie nazywa mnie już André, ale Papą. To coś wyjątkowego.

Jean-Philippe Yannic: Przykładem dostosowań z obszaru produktu jest nasza oferta BIO. Kiedy cztery lata temu wystartowaliśmy we Francji, szybko zauważyliśmy, że francuscy szefowie kuchni mają inne wymagania, jeśli chodzi o aromaty i konsystencję. Dostosowane do tych oczekiwań receptury przyjęły się na wszystkich rynkach, ponieważ przekonały również naszych klientów w innych miejscach.



Zespół CBS

Zanurz się w inne kultury

Jeśli oprogramowanie do planowania zasobów «CSB» zatnie się, potrzebna będzie interwencja jedenastoosobowego zespołu skupionego wokół Petera Ettricha. Z siedzibą w Bazylei oraz oddziałami na Węgrzech i w Austrii obsługuje ponad 1000 użytkowników w Hiszpanii, Niemczech, Polsce, na Węgrzech, w Austrii, Rumunii i Szwajcarii.

«Dla nas międzynarodowość oznacza również zanurzenie się w inne kultury, mentalności i, co nie mniej ważne, w różne ustawodawstwa», stwierdza Peter Ettrich, szef DevOps Center CSB. «Jeśli na przykład dużo podróżujesz po Europie Wschodniej, szybko zdasz sobie sprawę, jak stosunkowo proste jest szwajcarskie prawo podatkowe.»

Chociaż znajomość języka angielskiego jest w Bell Food Group powszechna, od czasu do czasu konieczne jest również pokonywanie barier językowych. Dobrze więc, że sam zespół jest nastawiony międzynarodowo

i potrafi rozwiązywać problemy na przykład w języku hiszpańskim czy węgierskim.

«Duża różnica w porównaniu z lokalizacjami w Szwajcarii polega na tym, że nie możemy tak po prostu wpaść osobiście, jeśli na przykład w zakładzie produkcyjnym w Rumunii pojawiły się problemy», mówi Peter Ettrich.

Dlatego bardzo pomocne jest to, że specjaliści CSB mogą podłączyć się z zewnątrz do wszystkich komputerów w Bell Food Group. W razie potrzeby spotkania odbywają się oczywiście również na miejscu. «To zawsze są dobre okazje, aby dowiedzieć się nieco więcej o krajach i ludziach, z którymi pracujemy», mówi Peter Ettrich.



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

Bell Szwajcaria

Nauka niemieckiego w Harkebrügge



Yannik Wettlé
Kierownik procesu sprzątania,
Bell Basel

Kiedy w 2003 roku Yannik Wettlé rozpoczął pracę w dziale pakowania szynki i wędlin w Bell w Szwajcarii, brak znajomości języka niemieckiego nie stanowił problemu, ponieważ pracował on w czysto francuskojęzycznym zespole. Jednak aby zająć nowe stanowisko, do którego aspirował kilka lat później, musiał poprawić swój niemiecki.

«Prosto od teorii do praktyki.» Rozwiązanie znalazł jego ówczesny kierownik działu.

«W porozumieniu z kierownictwem i HR w 2018 roku zorganizował dla mnie siedmiodniowy pobyt w Bell Niemcy w Harkebrügge.»

Oprócz intensywnego kursu podczas pracy w firmie miał również możliwość zanurzyć się w języku. «Umożliwiło mi to przejście od teorii do praktyki. Wszyscy członkowie zespołu byli bardzo otwarci i pomagali mi, gdy miałem problemy z wypowiedzianiem się po niemiecku.»

W ten sposób obecny kierownik procesu sprzątania w centrali w Bazylei był w stanie znacznie poprawić poziom znajomości języka. Każdemu, kto znalazł się w podobnej sytuacji, radzi, aby skontaktował się z kierownikiem swojego działu lub kierownikiem HR w celu znalezienia rozwiązania.

Nie zawsze musi to być pobyt za granicą. Umiejętności językowe można poprawić również, uczestnicząc w kursach wewnętrznych w siedzibie firmy, takich jak te oferowane przez Bell Szwajcaria. «Nauczyłem się również, że nie należy obawiać się ćwiczeń, bać się popełniać błędów czy powiedzieć, że czegoś się nie rozumie.»



Eisberg Austria

Pionierski projekt pokazuje swój potencjał

Jak od podstaw stworzyć międzynarodowy rynek? Eisberg zna odpowiedź. We wrześniu 2017 r. w Marchtrenk odbyła się uroczystość symbolicznego wbicia łopaty pod pierwszy zakład produkcyjny w Austrii. Dziś, pięć lat później, cztery hale produkcyjne na obszarze 24 000 metrów kwadratowych są domem dla najnowszych, wysoce zautomatyzowanych systemów, potwierdzając obiecujące prognozy dotyczące wejścia na rynek.

Lokalizacja zakładu w sercu Europy idealnie nadaje się do współpracy z lokalnymi dostawcami ze względu na krótkie drogi dostaw. Ponadto rynek austriacki i sąsiedni rynek niemiecki oferują specjalistom od sałatek wiele możliwości rozwoju. I tak Eisberg Austria zaopatruje teraz z Marchtrenk wielu detalistów w obu krajach.

Ponadto do grona jego klientów należą członkowie Bell Food Group, Transgourmet i Hilcona. «Wejście do Austrii był pionierskim projektem w historii Eisberg», mówi Franco Mühlgrabner, dyrektor zarządzający Eisberg Austria. «Jednym z powodów jest to, że

po raz pierwszy w historii Bell Food Group kilka marek i asortymentów zostało połączonych pod jednym dachem.»

Tak więc pierwsze kroki na nowym rynku zostały podjęte. Wkrótce pojawią się kolejne – w tym wysoko-wydajny zakład do produkcji dań Convenience z kurczaka.



Franco Mühlgrabner
Dyrektor Zarządzający
Eisberg Austria

Bell Food Group **Gdzie międzynarodowość jest codziennością**

Jeśli istnieje jeden obszar w Bell Food Group, który jest zaznajomiony z zagadnieniami międzynarodowymi, to jest nim Dział Eksportu. «Z wyjątkiem Antarktydy eksportujemy na wszystkie kontynenty na całym świecie. W większości krajów współpracujemy z importerami lub bezpośrednio z lokalnymi sieciami supermarketów», mówi Daniel Böhny, szef oddziału Bell Western & Eastern Europe, oraz Stefano Bianchi, dyrektor generalny Bell Francja, dodaje: «Znanymi przykładami naszych międzynarodowych klientów detalicznych są Carrefour i Auchan, których zaopatrujemy, dostarczając do francuskich oddziałów zagranicznych, a także Costco w Kanadzie i Kesko w Finlandii»

Bell Food Group elastycznie dostosowuje się do życzeń klientów

zagranicznych. Efekty synergii zapewnia również skład międzydziałowej organizacji eksportowej, skupiającej ekspertów ze wszystkich części Bell Food Group. I tak francuska surowa szynka trafia do Maroka, Hilcona Tortellini do szwedzkich stołówek szkolnych, produkty mniej popularne w Europie, takie jak nóżki wieprzowe, trafiają do Chin, a wiele innych produktów na cały świat.

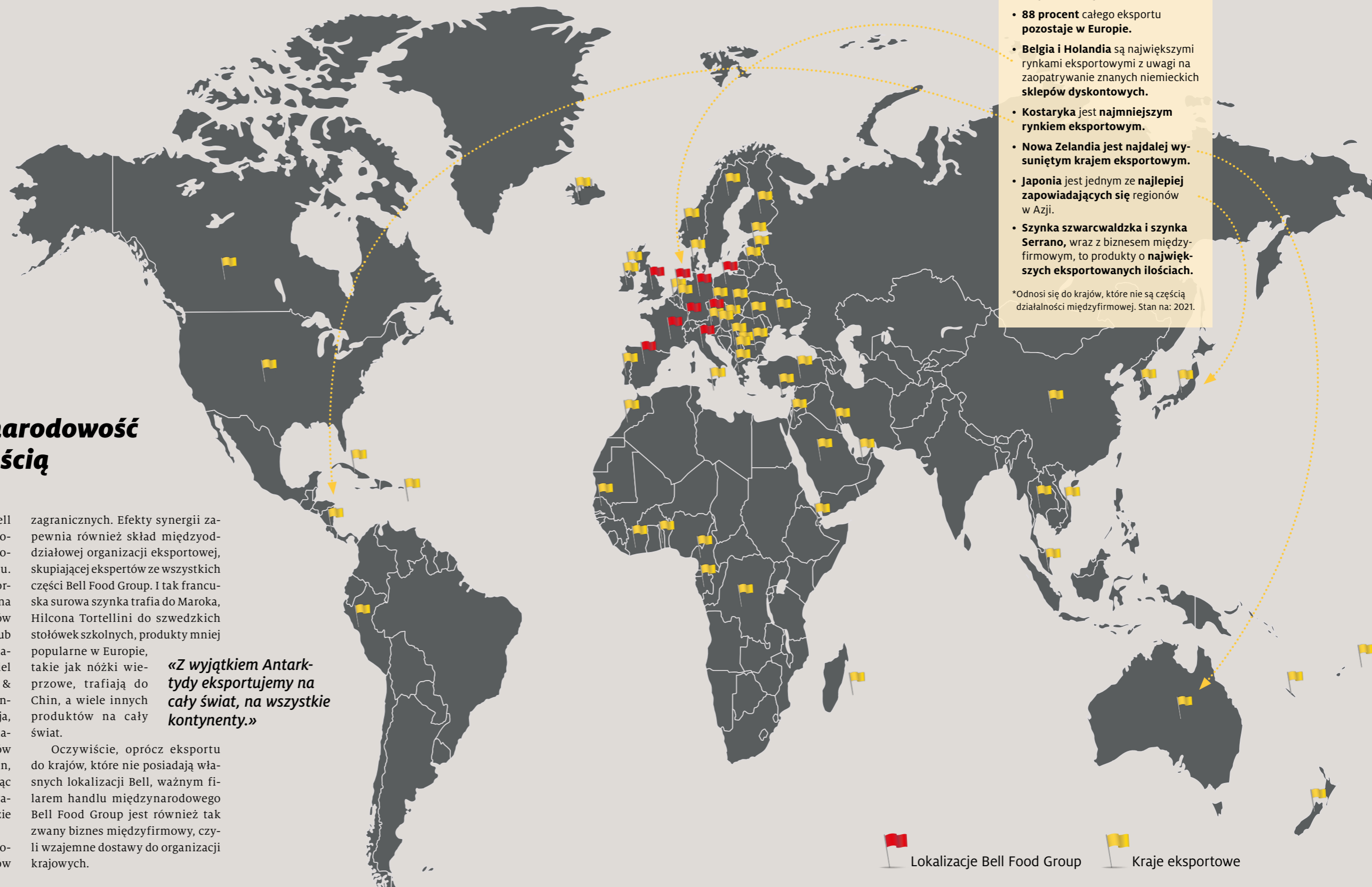
Oczywiście, oprócz eksportu do krajów, które nie posiadają własnych lokalizacji Bell, ważnym filarem handlu międzynarodowego Bell Food Group jest również tak zwany biznes międzyfirmowy, czyli wzajemne dostawy do organizacji krajowych.

«Z wyjątkiem Antarktydy eksportujemy na cały świat, na wszystkie kontynenty.»

Ekscytujące fakty dotyczące eksportu Bell Food Group*

- Grupa eksportuje **do ponad 50 krajów na całym świecie.**
- **88 procent** całego eksportu **pozostaje w Europie.**
- **Belgia i Holandia** są największymi rynkami eksportowymi z uwagi na zaopatrywanie znanych niemieckich sklepów dyskontowych.
- **Kostaryka** jest **najmniejszym rynkiem eksportowym.**
- **Nowa Zelandia** jest **najdalej wysuniętym krajem eksportowym.**
- **Japonia** jest jednym ze **najlepiej zapowiadających się** regionów w Azji.
- **Szynka szwarcwaldzka i szynka Serrano**, wraz z biznesem międzyfirmowym, to produkty o **największych eksportowanych ilościach.**

*Odnosi się do krajów, które nie są częścią działalności międzyfirmowej. Stan na: 2021.



Lokalizacje Bell Food Group



Kraje eksportowe

Gratulujemy i żegnamy się

Jubileusze i przejścia na emeryturę od września do listopada 2022

Bell Szwajcaria

20 lat pracy

Carlos De Carvalho Lopes, 1 lipca, Geiser, Schlieren (*uzupełnienie*)

Trashe Rrasi, 22 lipca, Geiser, Schlieren (*uzupełnienie*)

Dossè Bossou, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Pascal Didier, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Guy Eigenmann, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Hizir Kücükgörmez, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Alexander Nobs, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

José Manuel da Silva Gomes, 1 października, Bell Szwajcaria, Cher-Mignon

Moukhtar Mouhim, 1 października, Bell Szwajcaria, Oensingen

Brahim El Ouardi, 14 października, Bell Szwajcaria, Oensingen

Thomas Grauwiler, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Raveendran Narayanapillai, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Oensingen

Konrad Oertle, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Gossau

Valérie Unternaehrer, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Hasime Berisha, 4 listopada, Bell Szwajcaria, Oensingen

Léoncino Patrick Picot, 11 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

25 lat pracy

Christine Schlatter, 1 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Vjollca Bytyçi-Dakaj, 2 października, Bell Szwajcaria, Oensingen

Pavo Marojevic, 3 listopada, Bell Szwajcaria, Churwalden

Drita Avdyli, 12 listopada, Bell Szwajcaria, Oensingen

Bojan Nikolic, 17 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

30 lat pracy

Philippe Lieby, 1 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Ivan Fischer, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

35 lat pracy

Marcel Berger, 1 października, Bell Szwajcaria, Gossau

Hamid Boudechicha, 1 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Teresa Penas-Mendez, 1 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Patrick Bubendorff, 5 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Marie-Chantal Gracyasz, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Clotilde Pehlic, 1 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Emerytura

Jasna Popijac Xhigoli, 30 września, Bell Szwajcaria, Oensingen

Shake Lokaj, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Gossau

Wcześniejsza emerytura

Nafje Avdiu-Sylejmani, 31 lipca, Bell Szwajcaria, Oensingen (*uzupełnienie*)

William Ritt, 31 lipca, Bell Szwajcaria, Bazylea (*uzupełnienie*)

Isabelle Lancelot, 30 września, Bell Szwajcaria, Bazylea

Kurt Fuhrmann, 31 października, Bell Szwajcaria, Oensingen

Divna Ilic, 31 października, Bell Szwajcaria, Zell

Francois Vidale, 31 października, Bell Szwajcaria, Bazylea

Christian Fontaine, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Joachim Grinan, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Dany Sutterlin, 30 listopada, Bell Szwajcaria, Bazylea

Żegnamy

Pascal Figenwald, 10 czerwca, Bell Szwajcaria, Bazylea

Radoine Boufelaas, 20 czerwca, Bell Szwajcaria, Bazylea

Bell International

20 lat pracy

Christian Launer, 2 września, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Katjana Schürmann, 1 października, Bell Niemcy, Harkebrügge

Frank Rössler, 7. Października, Bell Niemcy, Seevetal

Bernd Gardewin, 1 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Galina Meyer, 1 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Olga Wilhelm, 4 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Olga Fleck, 11 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Tatjana Engel, 12 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Anja Oltmanns, 12 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

25 lat pracy

Diana Stöfhase, 4 września, Bell Niemcy, Harkebrügge

Bianca Plaggenborg, 1 października, Bell Niemcy, Harkebrügge

30 lat pracy

Quoc Minh Ngo, 9 października, Bell Niemcy, Edeweicht

Gordana Krstic, 19 października, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

35 lat pracy

Gerlinde Reichinger, 1 września, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Brigitte Bruns, 12 listopada, Bell Niemcy, Harkebrügge

Manfred Olling, 24 listopada, Bell Niemcy, Edeweicht

Emerytura

Joelle Broche, 30 października, Bell Francja, Aime

Yves Theveneau, 31 października, Bell Francja, Teilhède

Żegnamy

Ameti Hajri, 13 marca, Süddeutsche Truthahn, Ampfing

Antal Nemeth, 5 maja, Süddeutsche Truthahn, Ampfing

Stefan Faschang, 18 czerwca, Frisch Express, Pfaffstätt

Eisberg

20 lat pracy

José Antonio Costa, 16 września, Eisberg Szwajcaria,

Dällikon (Feldhof)

Güley Ikizer, 1 października, Eisberg Szwajcaria, Dällikon (Feldhof)

Nicoleta Scarlat, 1 października, Eisberg Rumunia, Pantelimon

Nicolas Pointurier, 14 października, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

Roselyne Pasteur, 11 listopada, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

25 lat pracy

Nicolas Perret, 1 października, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

Isa Aliu, 6 października, Eisberg Szwajcaria, Dällikon

35 lat pracy

Maria Ramos Santinha Marques, 1 września,

Eisberg Szwajcaria, Dällikon (Feldhof)

Hilcona

25 lat pracy

Alexander Erhardt, 16 grudnia, HFC, Bad Wünnenberg

Emerytura

Heinrich Lohre, 31 sierpnia, HFC, Bad Wünnenberg (*uzupełnienie*)

Hügli

20 lat pracy

Birgit Hauser, 1 września, Hügli, Radolfzell

Lisa Weber, 1 września, Inter-Planing, Langenhaslach

Gertjan van der Wouden, 2 września, Besc, Werkendam

Sibylle Koschoreck, 1 października, Hügli, Radolfzell

Fareeq Mirza, 21 listopada, Hügli, Radolfzell

25 lat pracy

Rute Pintado, 1 września, Hügli, Radolfzell

Holger Grundmann, 6 października, Hügli, Radolfzell

35 lat pracy

Yvonne Stocker, 1 listopada, Hügli, Radolfzell

Emerytura

Hans-Joachim Haug, 31 maja, Hügli Niemcy, Radolfzell (*uzupełnienie*)

Jarmila Dědková, 31 lipca, Hügli Czechy, Zásmuky (*uzupełnienie*)

Luisa Eichler, 31 lipca, Hügli Niemcy, Radolfzell (*uzupełnienie*)

Nikolaus Hubert, 31 lipca, Hügli Niemcy, Radolfzell (*uzupełnienie*)

Lilli Zimbelmann, 31 lipca, Inter-Planing, Langenhaslach (*uzupełnienie*)

Brian Dugmore, 26 sierpnia, Hügli Wielka Brytania, Redditch (*uzupełnienie*)

Heinz Walther, 30 września, Hügli Niemcy, Radolfzell

**Play &
Win!**

Konkurencja

PLAY AND WIN

Pytanie konkursowe

Jaki produkt NATUCO został poniżej pokazany?



Rozdajemy dziesięć pakietów degustacyjnych od NATUCO.

Więcej o NATUCO na stronie 29.

Zgłoszenia przyjmowane są do 27 stycznia 2023 roku

Rozwiązanie wraz z imieniem i nazwiskiem, swoim (ówczesnym) miejscem pracy i nazwą pracodawcy prześlij na adres info@natuco.bio. Spośród nadesłanych prawidłowych odpowiedzi wylosujemy zwycięzców. Odpowiedzi nadesłane wielokrotnie przez jedną osobę nie zostaną uwzględnione w losowaniu. Zwycięzcy zostaną powiadomieni bezpośrednio. Nie udzielamy informacji telefonicznej ani korespondencyjnej na temat wyników losowania.



Na drodze do organizacji neutralnej klimatycznie

Osiągnięcie celu możliwe w oparciu o solidne podstawy naukowe

Bell Food Group postawiła sobie ambitne cele w zakresie zrównoważonego rozwoju. W ten sposób zamierza w najbliższych latach coraz bardziej ograniczać emisję CO₂, realizując wizję przedsiębiorstwa neutralnego klimatycznie w całym łańcuchu dostaw do 2050 roku. Aby wprowadzić ten plan w życie, Bell Food Group kieruje się naukowo uzasadnionymi celami.

Konsekwencje przeciążenia ziemi są dobrze znane.

W tym roku «Dzień Długu Ekologicznego» przypadł na 28 lipca. Jest to dzień, w którym ludzkość na całym świecie zużyła zasoby naturalne, które Ziemia zapewniła na okres jednego roku. Skutki tego nadużycia są chyba wszystkim znane: ich zakres sięga od zmian klimatycznych i zmniejszenia różnorodności biologicznej po globalną konkurencję o żywność.

Zmniejszenia śladu ekologicznego i zachowania świata jako miejsca wartego życia dla przyszłych pokoleń, organizacje ochrony środowiska upatrują nie tylko w decyzjach politycznych, ale i funkcjonowania całego sektora gospodarczego.

Bell Food Group jest świadoma swojej odpowiedzialności w tym zakresie. Od lat zajmuje się tym tematem, a swoje zobowiązanie do bardziej zrównoważonego rozwoju włączyła do swojej misji.

«Opracowując działania na rzecz większej ochrony środowiska i klimatu, wraz z przyjęciem Strategii Zrównoważonego Rozwoju 2026+ kierowaliśmy się celami paryskiego porozumienia klimatycznego. Inicjatywa «Science Based Targets» zdefiniowała te cele» – wyjaśnia Samuel Widmer, kierownik projektu w dziale zrównoważonego rozwoju w Bell Food Group. «Coop dołączył do tej inicjatywy i zobowiązał się do wyznaczenia własnych, opartych na nauce celów klimatycznych. Jako członek Grupy Coop, niniejsze porozumienie dotyczy również Grupy Bell Food.»

Inicjatywa ta, zwana w skrócie «SBTi», wspiera przedsiębiorstwa w redukcji emisji



w oparciu o naukowo uzasadnione ustalenia. W ten sposób umożliwia im jednocześnie wniesienie wkładu w walkę z globalnym ociepleniem oraz zwiększenie konkurencyjności w procesie przechodzenia na gospodarkę niskoemisyjną.

Cele są uważane za «naukowo uzasadnione», jeśli podążają za obecnym stanem badań nad klimatem, aby ograniczyć globalne ocieplenie do 1,5 stopnia Celsjusza powyżej poziomu przedprzemysłowego – zgodnie z ustaleniami Porozumienia Paryskiego.

Na tej podstawie Bell Food Group wyznaczyła konkretne cele na najbliższe lata w swojej zmienionej strategii zrównoważonego rozwoju, która została niedawno przyjęta.

Chodzi m.in. o to, że operacyjna emisja gazów cieplarnianych z tzw. zakresów 1 i 2 ma być zredukowana o 21 proc. do 2026 r. Dotyczy to

zarówno emisji bezpośrednich, np. z produkcji, jak i pośrednich, które są wytwarzane m.in. przez partnerów dostarczających energię.

«Aby osiągnąć ten cel, będziemy dążyć m.in. do ograniczenia i zwiększenia efektywności zużycia energii. Możliwe jest to do osiągnięcia na przykład poprzez odzyskiwanie ciepła odpadowego i procesowego w zakładach produkcyjnych», informuje Samuel Widmer. «Ponadto coraz częściej będziemy rezygnować z paliw kopalnych jako źródeł energii, na przykład samodzielnie wytwarzając energię za pomocą fotowoltaiki czy biogazowni.»

Na pierwszy plan wysuwa się ograniczenie emisji.



Kategorie emisji

Harmonogram redukcji emisji gazów cieplarnianych przez Bell Food Group

Do 2026

Redukcja operacyjnych emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1 i 2 o 21 proc.

Do 2035

Wizja: Neutralność klimatyczna w działalności dla zakresu 1 i 2

Do 2050

Wizja: Neutralność klimatyczna w działalności dla zakresu 1, 2 i 3



Dodatkowo, Bell Food Group chce zrealizować wizję «neutralności klimatycznej» w działalności operacyjnej dla zakresu 1 i 2 do 2035 roku. Celem jest redukcja możliwego do uniknięcia dwutlenku węgla tam, gdzie to możliwe, a nie kompensowanie go poprzez wspieranie projektów ochrony klimatu.

«W pierwszym kroku musimy w pełni rozliczyć nasz ślad węglowy zgodnie ze standardami Greenhouse Gas Protocol i SBTi», mówi Roger Peier, kierownik projektu zrównoważonego rozwoju w Bell Food Group. «Na podstawie wyników możemy z pomocą własnych i zewnętrznych ekspertów określić potencjał optymalizacji i wyprowadzić odpowiednie środki. W realizacji projektu bardzo ważny jest udział wszystkich pracowników.»

Do 2050 roku Bell Food Group powinna być neutralna klimatycznie w całym łańcuchu dostaw. Do tego dochodzą zróżnicowane emisje z zakresu 3, które powstają np. w produkcji rolnej i logistyce na wcześniejszych etapach.

«Ze względu na nasz model biznesowy, w zakresie 3 występują znacznie wyższe emisje niż w naszych własnych procesach operacyjnych», wyjaśnia Basil Mörkofer, kierownik projektu ds. zrównoważonego rozwoju w Bell Food Group. «Ponieważ emisje te nie znajdują się w sferze naszego bezpośredniego oddzia-

ływania, zarówno ich analiza, jak i późniejsza redukcja stanowią duże wyzwanie.»

Między innymi projekty w obszarze zintegrowanej produkcji mogą doprowadzić do pożądaných rezultatów. Na początek planowane jest na przykład wybudowanie kolejnych kurników według energooszczędnego standardu BTSplus. Poszukiwane są również rozwiązania mające na celu ograniczenie emisji metanu przez bydło. W dziedzinie logistyki wspólnie z partnerami poszukiwane są również pomysły na bardziej zrównoważony transport towarów.

Bell Food Group jest więc jednym z tych przedsiębiorstw, które wyznaczyły kurs na większą ochronę środowiska i klimatu. Oby nam wszystkim razem udało się w kolejnych latach przesunąć «Dzień Długu Ekologicznego» na coraz późniejszy termin. • *mr*

«W realizacji projektów centralne miejsce zajmują pracownicy.»

NATUCO: nowa ekologiczna marka Hügli

Szybkie gotowanie, które sprawia, że czujesz się po prostu dobrze



Czy to przy rodzinnym stole, podczas kolacji z przyjaciółmi, czy podczas miłego wieczoru we dwoje: NATUCO to współczesna odpowiedź na szybkie gotowanie. Godne zaufania składniki najlepszej ekologicznej jakości rozbudzają apetyt na zdrowe i zrównoważone odżywianie.

NATUCO jest już reprezentowane regionalnie w sieciach V-Markt, EDEKA i Spar.

Żywność ekologiczna jest bardzo poszukiwana. Popyt nie słabnie, a w nadchodzących latach prawdopodobnie będzie nadal rósł. Konsumenci coraz większą uwagę zwracają na świadome stosowanie zdrowej diety i wybierają swoje produkty w oparciu o to kryterium. Coraz częściej do koszyka z zakupami trafia zrównoważona

żywność zawierająca zdrowe składniki, które zapewniają dobre samopoczucie konsumentom i środowisku. Minęły już czasy, kiedy żywność ekologiczną uważano za produkt niszowy i, aby ją zdobyć, trzeba się było udać do specjalisty w sklepie ze zdrową żywnością. Tendencję tę uwzględnia marka Hügli Natur Compagnie, pionier ekologiczny i lider na rynku suchych produktów convenience w handlu specjalistycznym. Pod nowo utworzoną marką NATUCO wprowadza do supermarketu zupy, mieszanki przypraw, sosy i buliony najwyższej jakości ekologicznej, jako istotną alternatywę dla konwencjonalnej konkurencji w kategorii suchych produktów convenience.

«Pierwszymi sukcesami, które udało nam się już osiągnąć, są notowania regionalne w sieciach V-Markt w Bawarii i EDEKA Südwest w Niemczech oraz w Spar w Austrii. Produkty te są również dostępne w regionalnych sklepach REWE», mówi Bianca Reutebuch, menedżer marki Hügli, zadowolona z udanego wprowadzenia ich na rynek.



JEDZMY LEPIEJ.



Różnorodność na każdy dzień i dla każdego smaku

Receptura NATUCO to najlepsze składniki, szybkie przygotowanie i intensywne doznania smakowe bez wyrzutów sumienia. Asortyment przemawia zarówno do małych, jak i do dużych smakoszy dzięki wszystkim bestsellerom w tej kategorii, a także nowoczesnym preferowanym propozycjom.

Ulubiona przez dzieci zupa literkowa jest tak samo częścią oferty suchych produktów convenience, jak inne klasyczne zupy. Należą do nich zupa pomidorowa, dyniowa i rosół. Jedenaście różnych mieszanek przypraw, takich jak Spaghetti bolognese, Chilli con carne czy Gratin z łososiem, zapewnia autentyczny smak ustalonych potraw. Uzupełnieniem są Gnocchi z warzywami na patelnię (Gnocchi-Gemüse-Pfanne) oraz warzywa pieczone w piekarniku w kuchni wegetariańskiej.

Szeroki wybór różnych sosów uzupełnia asortyment NATUCO, od sosu śmietanowego, przez sos holenderski, po sos curry. Każdy znajdzie dla siebie coś odpowiedniego. Bulion warzywny, drobiowy i wołowy oferujemy w kostkach oraz w słoikach. Na najbliższy rok planowane są kolejne produkty z grupy dań w kubku.

Przyjazne dla środowiska

Wszystkie surowce wykorzystywane w produktach NATUCO pochodzą z upraw kontrolowanych ekologicznie. Traktowanie środowiska z uwagą nie tylko jest wyczuwalne w intensywnych doznaniach smakowych. Działanie to można dostrzec również bardzo konkretnie w naturze.

Rolnictwo ekologiczne i fazy regeneracji umożliwiają glebie odpoczynek. Dzięki niestosowaniu pestycydów chronione jest siedlisko pożytecznych owadów.

Hodowla zwierząt dostosowana do gatunku opiera się na harmonii z pierwotnymi zachowaniami i siedliskiem zwierząt. Ale możemy być dumni nie tylko z tego, co zawiera NATUCO. Także cała otoczka wygląda imponująco. W miarę możliwości unika się w opakowaniu tworzyw sztucznych. Tacki, na których sprzedawane są produkty, składają się nawet w 100% z makułatury, a opakowanie jest zaprojektowane w taki sposób, aby optymalnie nadawało się do recyklingu poprzez segregację odpadów. Do 2025 roku wszystkie opakowania powinny w 100% podlegać recyklingowi.

Do 2025 roku wszystkie opakowania powinny w 100% podlegać recyklingowi.



PRAWDZIWE BIO

Dzięki 20-letniemu doświadczeniu w produkcji ekologicznej NATUCO oferuje wiarygodną ofertę ekologiczną. Używamy składników pochodzących z upraw ekologicznych, aby zapewnić zbilansowaną i zrównoważoną dietę.



NAJLEPSZY SMAK

Produkty NATUCO są nie tylko smaczne, ale także oferują najlepszy smak dzięki godnym zaufania składnikom i niestosowaniu sztucznych dodatków – oraz dobre samopoczucie.



NEUTRALNOŚĆ DLA KLIMATU

NATUCO redukuje emisje do minimum dzięki wydajnej i zrównoważonej produkcji oraz tworzy równowagę w celu zrekompensowania nadal występujących emisji. Marka NATUCO jest zatem w 100% neutralna dla klimatu.



Odpowiedź na współczesne potrzeby

Natur Compagnie in Hügli, producencie produktów NATUCO, może pochwalić się 20-letnim doświadczeniem w dziedzinie produktów ekologicznych. Firma ta jest również na dobrej drodze w sprawach dotyczących zrównoważonego rozwoju. Dwa zakłady produkcyjne w Radolfzell i Steinach już teraz wykorzystują w 100% zieloną energię elektryczną. Oszczędzanie energii jest możliwe dzięki zastosowaniu systemów fotowoltaicznych i przekazywaniu jej z powrotem do sieci energetycznej. Roczne oszczędności odpowiadają rocznemu zużyciu ponad 50 gospodarstw domowych. Produkcja NATUCO niemal całkowicie nie wymaga wody, a transport żywności powoduje tylko niewielką emisję CO₂ dzięki niewielkiej wadze.

Oprócz skupienia się na redukcji własnych emisji wspierane są również projekty przeciwdziałające emisji CO₂. Na przykład w tym roku NATUCO uczestniczy w projekcie klimatycz-

nym w Malawi, umożliwiającym bezpieczny dostęp do wody pitnej i wydajniejsze kucharki, które przyczyniają się do zmniejszenia emisji. Marka NATUCO jest dzięki temu w 100% neutralna dla klimatu.

Połączenie prawdziwej żywności organicznej opartej na 20-letniej wiedzy ekologicznej, najlepszego smaku z ekologicznych składników i 100% neutralności klimatycznej dzięki kompensacji CO₂ sprawia, że receptura NATUCO jest współczesną odpowiedzią na szybkie gotowanie. «Dzięki tej nowej marce łączymy zabawę i przyjemność z odpowiedzialnością społeczną i nasze produkty dedykujemy rosnącej grupie docelowej, dla której oprócz aspektów funkcjonalnych ważna jest także społeczna wartość dodana», podsumowuje Bianca Reutebuch. • ap

«Dzięki NATUCO łączymy zabawę i radość ze społeczną odpowiedzialnością.»



Nowe przysmaki na patelnię, do garnka i blendera

Lato mija, ale wspomnienia smaku zostają

Chrupiąca zielenina i wegański makaron, albo soczyste mięso i genialnie doprawione wędliny... ponownie zajrzeliśmy przez ramię twórcom produktów Bell Food Group. Zdradzamy, co nowego tej jesieni pojawi się w sprzedaży i czym zaskoczy nas świat gastronomii. • *mr*



Inspiracje Hügli

Produkty marki własnej w sprzedaży

Hügli wprowadza do sprzedaży pod własnymi markami nowe produkty i realizuje pomysły, które odpowiadają najnowszym żywieniowym trendom.

Sześć rodzajów szynek, cztery buliony o orientalnym smaku, «napój owsiany w proszku» i «orkiszowe kotlety» – zespół B2C firmy Hügli po raz kolejny zaskakuje ekscytującymi innowacjami kulinarnymi, przeznaczonymi dla producentów produktów markowych, handlu specjalistycznego i sprzedawców żywności. Produkty te są przeznaczone do włączenia do istniejących linii marek własnych lub wprowadzenia na rynek pod nowymi etykietami.

«Naszym celem jest oferowanie naszym klientom koncepcji zorientowanych na przyszłe potrzeby rynku w ramach ich marek własnych» – informuje Anna-Lena Kasperek, Junior Innovation and Category Manager B2C.

Udało się to już w przypadku ekspresowych dań z makaronu i zamienników produktów mięsnych, które znalazły się w ofercie znanych niemieckich marketów. Wprowadzenie na rynek produktów pod markami własnymi klientów B2C zapewnia Hügli duży zasięg i tym samym skutecznie wspiera dalszy rozwój działalności.

Udało się to już w przypadku ekspresowych dań z makaronu i zamienników produktów mięsnych, które znalazły się w ofercie znanych niemieckich marketów. Wprowadzenie na rynek produktów pod markami własnymi klientów B2C zapewnia Hügli duży zasięg i tym samym skutecznie wspiera dalszy rozwój działalności.



Dzięki realizowanym projektom B2C firma Hügli zyskuje jeszcze większy zasięg.

Hilcona

Wegańskie produkty z tradycją

Hilcona rozszerzyła swoją ofertę dla rosnącej grupy docelowej osób, które chcą unikać żywności pochodzenia zwierzęcego. Dzięki «Ravioli Vegan Bolognese» i «Vegan Gnocchi» dostępne są teraz dwie wegańskie wersje popularnych włoskich klasyków. Ravioli przekonuje kremowym nadzieniem sporządzonym na bazie grochu i wyjątkowo cienkim, oprószonym mąką ciastem. Gnocchi są zrobione z pysznych ziemniaków i również zostały oprószone lekko mąką. Do tego świetnie nadają się do smażenia na patelni.



Hügli

Mieszanki przypraw z całego świata

Restauratorzy, którzy chcą przedłużyć letni sezon urlopowy swoim gościom, przynajmniej pod względem kulinarnym, mogą śmiało polegać na wsparciu firmy Hügli. Nowe mieszanki przyprawowe «World Cuisine» są inspirowane kuchniami Indii, Argentyny, Meksyku, Tajlandii, Maroka i regionu śródziemnomorskiego. Zasada, że na każdy kilogram podstawowego składnika, na przykład indyjskiej potrawy z soczewicy, przypada 30 gramów mieszanki przyprawowej, ogromnie upraszcza codzienne gotowanie. Dzięki temu szefowie kuchni mogą zawsze wprowadzać do swojego menu nowe, międzynarodowe dania.



Eisberg Węgry Świeżo wymieszane Smoothie

Miłośnicy smoothie na Węgrzech nie muszą już tracić czasu na czasochłonne obieranie składników. Bo nowy «Red Drink» firmy Eisberg jest dostępny od lipca. Składniki, do których należą sałata lodowa, fenkuł i buraki, są gotowe do użycia i wystarczy je wrzucić wraz z bananem do blendera i smoothie gotowe! Oprócz wspaniałego smaku i dobrego składu, jaskrawoczerwony kolor tej witaminowej bomby przyprawia o istny zawrót głowy.



Eisberg Szwajcaria Jesienne wariacje warzywne

Koledzy ze szwajcarskiego oddziału firmy Eisberg po raz kolejny udowadniają, że są ekspertami od bowl food: w sam raz na początek chłodniejszej pory roku, pojawiły się cztery nowe zestawy. Buddha Bowls «Piklowana dynia i feta» oraz «Piklowana dynia i buraki» to opcje wegetariańskie. Z kolei «Cauliflower Bowl» i «Bio Vegan Bowl» będą również odpowiednie dla diety wegańskiej.

Dodatkowo mieszanka quiche «Jesień», w której główną rolę odgrywa dynia piżmowa, oraz «Zima», która łączy buraki z marchewką i porem, gwarantują, że przy niewielkim wysiłku można przygotować z nich przepyszny zapiekankę.

Eisberg Austria Witaminowa ofensywa

Dzięki swoim najnowszym innowacjom Eisberg Austria ponownie udowadnia, że przy niewielkim wysiłku na nasze stoły mogą trafić naprawdę wartościowe rzeczy. Dotyczy to np. nowych gotowych zestawów warzywnych wpisujących się w trend convenience food: «Warzywa z grilla», «Warzywa na parze», «Warzywa w stylu azjatyckim», «Warzywa do steka» i «Warzywa Esterhazy w klasycznym stylu». Mieszanki są przygotowane do wrzucenia na patelnię lub na grill.

Zespół pomyślał też o fanach sałatek: «Mix sałatowy z roszponki, botwinki i kiełków rzodkiewki» stanowi zieloną bazę do sałatek, «Sałata proteinowa» z jajkiem, fetą i nasionami roślin strączkowych idealnie nadaje się na lekki lunch.



Bell Niemcy testuje podwójne lokowanie

Szynka w nowym miejscu

Aby zwrócić jeszcze większą uwagę na szynki długodojrzewające Abrahama, zwłaszcza w sezonie, Bell Deutschland wprowadza teraz displaye, które będą drugą lokacją dla ich produktów.

Szynki dojrzewające towarzyszące innym produktom mają sezon przez cały rok. Teraz klienci w Niemczech nie muszą już szukać swoich ulubionych produktów w okresach promocji, ponieważ będą one dostępne właściwie na wyciągnięcie ręki. Dzięki nowej koncepcji drugiej lokacji firmy Bell Niemcy popularne specjalności Abrahama, takie jak hiszpańska Serrano Gran Reserva, włoska Prosciutto Crudo czy francuska szynka Savoy, można teraz znaleźć również w dziale owoców i warzyw.

«W przeciwieństwie do innych krajów, na przykład w Niemczech nie jest jeszcze tak powszechne oferowa-

nie szynki długodojrzewającej jako towaru samoobsługowego w plastrach poza lodówkami», informuje Stephan Holst, szef marketingu i komunikacji w Bell Niemcy. «Jednocześnie ich wysoki stopień naturalnej suchości i długi okres przydatności do spożycia sprawiają, że dobrze nadają się do umieszczenia w warunkach niechłodniczych.»

I tak oto łączą się ze sobą dwa współistniejące ze sobą światy: wysokiej jakości szynki długodojrzewające Abraham i delikatne szparagi lub inne warzywne składniki do tapas.

Specjały Abrahama będą jeszcze bardziej na wyciągnięcie ręki.



Bell Szwajcaria Klasyka szybkiego gotowania

Od połowy listopada szwajcarscy klienci będą mogli cieszyć się z dwóch nowych dań, które będzie można przygotować w bardzo krótkim czasie. W przypadku rolad mięsnych «Fleischvögel» firma Bell zainicjowała klasyczne nadzienie z boczku, mięsa mielonego i białego chleba w chudą szwajcarską wołowinę, a następnie gotowała je sous vide przez dziewięć godzin. W domu wystarczy wymieszać dołączony do produktu koncentrat sosu i podgrzać w nim «Fleischvögel» przez 15 minut.

W tym samym czasie można też przygotować «Suppenfleisch». Podstawą jest chuda szwajcarska wołowina pochodząca z hodowli krów, która jest wstępnie gotowana przez 14 godzin w worku. Dzięki bogatemu bulionowi zawartemu w opakowaniu i warzywom można bardzo szybko przygotować pyszną zupę wołową. Krucho mięso nadaje się również do pokrojenia w plastry i serwowania z odrobiną musztardy lub chrzanu.

Bell Polska Przekąski w stylu meksykańskim

Dla nowej linii «Desperinos» Bell Polska zainspirowała się światem przypraw Meksyku. Aromatyczne kiełbasy suche zostały jako pierwsze wprowadzone na rynek na początku roku i zostały przyjęte z ogromnym entuzjazmem. Teraz dołączają do nich kiełbasiane chipsy i kiełbasa w plastrach oraz kiełbasa na grilla. Cały ten asortyment nadaje się na idealną pikantną przekąskę.



Ultraświeże produkty od Sylvain & CO to istny wyścig z czasem

Na miejsca – gotowi – smacznego!

Od pozyskania składników do produkcji i dostawy upływa zaledwie kilka godzin. Ultraświeże produkty powinny jak najszybciej trafić na półki sklepowe. Koledzy i koleżanki z Sylvain & CO zdradzają tajemnice ultraświeżości produktów.

Ultraświeże produkty dorównują smakiem tym domowej roboty. Za świeżością kryje się wymagający proces produkcji. Sylvain & CO z Vaud specjalizuje się w produkcji gotowych do spożycia sałatek, warzyw i owoców. Aby zapewnić sałacie chrupkość i świeżość, zaraz po zbiorze jest ona schładzana do czterech stopni. «Po otrzymaniu

**Do klienta
trafiają tylko
najlepsze
liście sałaty.**

towaru sprawdzamy temperaturę, wielkość, kolor i inne kryteria, zanim surowiec trafi do produkcji z numerem partii» – wyjaśnia Boris Du Fretay, szef produkcji/infrastruktury i zastępca dyrektora zarządzającego Eisberg/Sylvain & CO.

Tylko najlepsze liście główki sałaty są następnie cięte ręcznie za pomocą noża. Niezużyte liście z kolei są przekazywane do produkcji biogazu. Kilka kolejnych przemyc usuwa ciała obce, takie jak małe kamienie. Proces mycia przebiega delikatnie, aby nie uszkodzić liści. Młode listki trafiają do tunelu osuszającego. Z kolei te bardziej wytrzymałe suszy się w wirówce. Po kolejnej kontroli jakości przez sortownik optyczny następuje proces pakowania.



**Dopiero co zamówione,
a już w drodze**

W zależności od produktu, termin przydatności do spożycia wynosi zazwyczaj od dwóch do sześciu dni. Z tego powodu muszą one być produkowane just in time. Produkcja odbywa się w godzinach od 4 do 21.

«Zamówienia otrzymane do godziny 16.00 możemy wysłać jeszcze tego samego dnia» – mówi Daniel Erni, kierownik działu logistyki w firmie Eisberg/Sylvain & CO. «Towar trafia do działu logistyki i jest tu kompletowany dla klientów końcowych. Transporty z zamówionym towarem opuszczają nasz dział do godziny 2 w nocy.»

Aby zagwarantować najlepszą jakość, ważną rolę odgrywa płynna współpraca pomiędzy różnymi działami i pracownikami. «Dzięki bardzo dobrej komunikacji między poszczególnymi działami możemy szybko reagować i dostosowywać się do każdej sytuacji» – mówi Stéphanie Picard, szefowa działu zakupów w Eisberg/Sylvain & CO. Zamówienie odpowiedniej ilości w odpowiednim czasie, przy jednoczesnym uwzględnieniu czynników zewnętrznych, takich jak warunki pogodowe, jest tym, co opisuje jako jedno z wyzwań dla zakupów surowców. Klient nie powinien w ogóle być obciążony tymi problemami. Czy to sałata, warzywa czy owoce, produkty zawsze muszą smakować tak samo: powinny być ultraświeże, super delikatne i po prostu dobre. • ap



**Zamówienia złożone
przed godziną 16:00
zostaną wysłane
tego samego dnia.**