

# LOOK!

Revista angajaților Bell Food Group

03 2022



**Întreaga lume  
într-un singur grup**

**BELL  
FOOD  
GROUP**







## Rezumat

### Din companie

- 4 Pariați, jucați și câștigați puncte**  
Jocul de pariuri privind Cupa Mondială din 2022
- 6 În mijlocul acțiunii, unde emoțiile sunt la cote maxime**  
Bell Food Group în febra fotbalului
- 9 Deveniți acționar la Bell Food Group**  
Programul de participare a angajaților

### Munca la Bell Food Group

- 10 Însotit corespunzător în viața profesională**  
Formare în condiții de schimbare

### Articol de prima pagină

- 14 Întreaga lume într-un singur grup**  
Grupul Bell Food prezintă un nivel tot mai ridicat de consolidare la nivel internațional

### Personal

- 22 Vă felicităm și ne luăm rămas bun**  
Aniversări de serviciu și pensionări în perioada septembrie-noiembrie 2022

### Competiție

- 25 Întrebare de concurs**  
Play and win

### Durabilitate și inovație

- 26 Atingerea obiectivului cu o bază științifică solidă**  
Pe drumul către o organizație neutră din punct de vedere climatic

### Lumea noastră culinară

- 29 Gătitul rapid care este o adevărată plăcere**  
NATUCO: noua marcă bio de la Hügli
- 32 Vara pleacă, dar plăcerea rămâne**  
Noutăți nou pentru tigaie, oală și mixer

### Asta da calitate!

- 36 Pe locuri – fiți gata – servit**  
Ultra-proaspăt de la Sylvain & CO câștigă competiția

## Cunoașterea nu cunoaște frontiere

### Dragi angajați,

Pornind de la un mic «abator de carne de vită» în Basel în anul 1869, compania noastră a evoluat în mod constant. Au fost adăugate noi reprezentanțe, grupuri de produse și sortimente. Pe măsură ce grupul s-a extins, am atras angajați din numeroase țări. În prezent, Grupul Bell Food este reprezentat în 15 țări, dispune de angajați din aproximativ 100 de țări și își vinde produsele alimentare în întreaga lume.

Dragi angajați, cred că la baza oricărei perfecționări se află curiozitatea, combinată cu informațiile deținute. Iar grupul nostru, datorită poziționării sale internaționale, dispune de cunoștințe vaste cu privire la nenumărate subiecte. Există deja numeroase proiecte în cadrul cărora angajații lucrează împreună dincolo de frontierele naționale și își împărtășesc experiențele. Cu cât promovăm mai mult acest schimb și acest transfer de cunoștințe și valorificăm mai mult oportunitățile pe care le

**«În cadrul companiei noastre colaborează persoane care provin din aproximativ 100 de țări.»**

oferă, cu atât ne putem poziționa cu mai mult succes pe piață. În timpul pandemiei, digitalizarea ne-a ajutat să ne cunoaștem și mai bine și să profităm unii de alții. În ciuda cerinței de respectare a distanței dintre persoane, impusă de controlul infecțiilor, ne-am apropiat și mai mult. În acest mod, s-au format noi constelații promițătoare în mai multe locații. În același timp, echipele de la nivel local beneficiază nu numai de competențele individuale, ci

și de diversitate. Un grup cu o structură diversă poate rezolva mai bine o problemă, deoarece o poate privi din perspective diferite. Un efort mai mare în identificarea unei soluții este recompensat în acest context cu o decizie mai bună pe termen lung.

În cadrul funcției mele, mă deplasez frecvent la locațiile noastre internaționale și am ocazia de a cunoaște mulți oameni. Identific peste tot un potențial extins pe care ar trebui să îl valorificăm și mai bine. Prin urmare, planificăm un program de stagii în cadrul căruia angajaților li se oferă posibilitatea de a lucra o perioadă de timp în străinătate și/sau în alt departament de specialitate. În acest mod, dezvoltarea personală este combinată cu transferul transfrontalier al experiențelor valoroase în cadrul grupului nostru.

Puteți regăsi mai multe exemple pentru cooperarea internațională de succes în articolul de pe prima pagină al acestui număr. Vă doresc lectură plăcută.

Lorenz Wyss  
Președintele Consiliului de administrație al Grupului



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

**Caseta tehnică** Revista pentru angajații companiei Bell Food Group, 4 ediții anuale, nr. 3/2022, octombrie 2022, numărul 28.

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

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

Asistentă redacțională: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Fotografii Philipp Jeker, Zürich, Elveția: fotografia de copertă, pag. 14, pag. 18.

Design: oblografik, Olten, Elveția. Prelucrarea imaginilor: Proacteam AG, Allschwil, Elveția. Tipar: Werner Druck & Medien AG, Basel, Elveția. Tipărit pe hârtie FSC.



Jocul de pariuri privind Cupa Mondială din 2022

# Pariați, jucați și câștigați puncte

În timp ce cei mai buni fotbaliști din lume își demonstrează abilitățile în Qatar, entuziasmul este în creștere și la Bell Food Group: Participați la jocul de pariuri pentru Cupa Mondială 2022 și deveniți campion la pariuri. <sup>sh</sup>

Campionatul Mondial de Fotbal din acest an din Qatar va fi unul foarte special: Pentru prima dată în istoria fotbalului, acest eveniment este găzduit de o țară arabă. Din cauza temperaturilor ridicate din această zonă în timpul verii, anul acesta Campionat Mondial se va desfășura iarna. În perioada 20 noiembrie – 18 decembrie 2022, cele mai bune echipe din lume se vor întrece pentru mult râvnitul titlu de campion mondial în perioada Crăciunului.

Și Bell Food Group va intra, de asemenea, în atmosfera Campionatului Mondial: Jocul de pariuri asociat Campionatului Mondial aduce atmosfera de fotbal direct în birouri și spațiile de producție. Cine pariază corect adună puncte valoroase pentru lista de clasament – fie individual, fie în echipă alături de alți pasionați de fotbal. Cu cât sunt mai precise pariurile, cu atât cresc șansele de a câștiga marele premiu: o excursie de vis în valoare de 2500 CHF.

## Iată cum funcționează jocul de pariuri

Toți angajații Bell Food Group se pot înscrie la <https://playandwin.bellfoodgroup.com> începând cu 31 octombrie 2022 – ca jucător individual sau ca parte a unui grup de maximum cinci persoane. Participarea este gratuită.



## Iată cum funcționează înregistrarea



<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

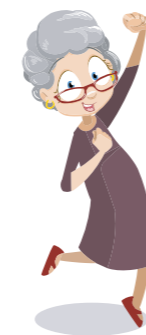
1. Înscrieți-vă începând cu 31 octombrie 2022 la adresa <https://playandwin.bellfoodgroup.com> cu o adresă de e-mail validă (privată sau profesională).
2. Ulterior, veți primi un e-mail cu un link de confirmare.
3. Selectați acest link pentru a finaliza procedura de înregistrare.
4. Autentificați-vă și trimiteți ponturile (ponturile pot fi trimise cu până la o oră înainte de începerea meciului).

## Elementul nostru de noutate: cele trei oracole în fotbal

Nu știți nimic despre fotbal sau nu aveți timp să pariați? Nicio problemă! Cu noua funcție de oracol, puteți valorifica cunoștințele celor trei experți în fotbal. Fiecare dintre cele trei personaje fictive are propriile tactici de calculare a rezultatelor și oferă automat un sfat generat personalizat pentru fiecare meci.



**Alberto, matematicianul**



**Elsi, bunicuța oracol**



**Pepe, antrenorul de fotbal**

### Premiul principal pentru un jucător individual

Cu cât previziunile dumneavoastră sunt mai exacte, cu atât mai mari sunt șansele tale de a câștiga unul dintre premiile atractive. Câștigați excursia de vis în valoare de 2500 CHF ca jucător individual. Premiile vor fi acordate la final sub formă de cupoane valorice.

### Premii de grup

Cele mai bune zece grupuri pot primi o contribuție financiară pentru un eveniment comun de grup în valoare de maximum 2500 CHF în numerar.



Bell Food Group în febra fotbalului

# În mijlocul acțiunii, unde emoțiile sunt la cote maxime

La sfârșitul toamnei, temperatura va crește semnificativ în sufrageriile din Europa. Între 20 noiembrie și 18 decembrie, cele mai bune echipe din lume la fotbal se vor întreci pentru titlul de campioană mondială. Dar la Bell Food Group, sezonul de fotbal este deschis tot timpul anului. • ap

## Eisberg Ungaria servește salată pentru eroii fotbalului

Ce au în comun fotbalul și salata? Ambele sunt emblematice pentru un stil de viață sănătos și conștient. Eisberg Ungaria a gândit la fel și a creat Fradi Sali, un mix de salate pentru suporterii și jucătorii echipei Ferencváros TC din Budapesta, cunoscută de către fani sub numele de Fradi. «O alimentație echilibrată și exercițiile fizice regulate sunt două lucruri pe care le promovăm prin parteneriatul nostru», afirmă Laura Spielmann, directoarea departamentului de marketing în cadrul companiei Eisberg Ungaria. Deliciosul mix de salate cu andive, salată iceberg și varză chinezească nu este disponibil

doar pentru a fi savurat în incinta stadionului Groupama, ci și în afara terenului, exclusiv în rețeaua de magazine Penny. Mesajul aflat baza acestui parteneriat: Fradi Sali este amestecul de salată sănătos pentru eroii fotbalului de pe teren, dar și din afara lui.

## Bell Spania pasează mingea către următoarea generație

După cum bine se știe, toate lucrurile bune vin în grup de trei, astfel încât Bell Spania oferă trei sponsorizări în ceea ce privește fotbalul. În primul rând, două echipe locale de fotbal din orașele mici Azuaga și Fuensalida, ambele locații de producție ale companiei, sunt sprijinite în

mod activ. În schimb, logo-ul Sánchez Alcaraz este afișat în mod vizibil pe autobuzele echipei la deplasările efectuate în întreaga țară. Un alt proiect este reprezentat de susținerea tinerelor talente. «Sportul este important pentru copii și îi învață multe pentru viață. Și, bineînțeles, trebuie să fie și distractiv», afirmă Marta Espinosa García, asistent de marketing la Bell Spania, cu privire la sponsorizare. Colaborarea cu juniorii de la FPA Las Rozas din Madrid, care poartă cu mândrie pe stadioane sigla Sánchez Alcaraz pe tricourile lor, se bazează pe această motivație.

Directorul național al Bell Spania, Nikolaj Steber, alături de un jucător al echipei FPA Las Rozas.



## «Când vin pe stadion, sunt plin de o bucurie anticipată».

Familie, prieteni, fotbal. Astfel se poate rezuma viața lui Hamdin Aliu. Specialistul cu pregătire în domeniul cărnii lucrează în producție la Bell Charcuterie din Basel. În timpul liber al bărbatului în vârstă de 27 de ani, aproape totul se învârtă în jurul clubului FC Basel. Am vrut să aflăm care este explicația pentru pasiunea sa deosebită pentru fotbal și ce echipă crede că va câștiga Campionatul Mondial.

**Sunteți un mare suporter al FC Basel. Cum rămâne cu propriul contact cu mingea?** Îmi amintesc că jucam fotbal cu tatăl meu în parc când eram mic. Probabil că de acolo s-a născut entuziasmul meu pentru acest sport. Mai târziu am început să mă antrenez cum trebuie. La FC Pratteln am activat mult timp ca atacant pe teren și am fost și

antrenor de juniori. Până acum doi ani când am suferit o accidentare la genunchi. Sănătatea a fost pe primul loc și am renunțat la fotbal. În prezent susțin FC Pratteln de pe marginea terenului. Pentru a mă menține în formă, merg la sală în mod regulat.

**De ce vă fascinează fotbalul în special?** Fotbalul este mai mult decât un simplu sport. Echipa este ca o familie. Toată lumea are același obiectiv, promovarea. Trăim împreună succese și înfrângeri. Emoțiile pozitive, dar și cele negative, ne unesc, iar coechipierii devin prieteni. Se poate spune că fotbalul unește oamenii dincolo de granițele naționale și de generații. Am simțit acest lucru încă de bunicul meu m-a dus pentru prima dată la un meci al FCB pe stadion.



## Bell Elveția adaugă condimente la plăcerea fotbalului

Basel și Bell sunt la fel de apropiate ca și culorile roșu și albastru de pe tricourile lui FC Basel. Începând cu primăvara acestui an, compania Bell este mândră de parteneriatul încheiat cu FCB, furnizând furnizeze produse pentru întregul catering de la nivelul stadionului.

«O specialitate care poate fi savurată pe stadion și la anumite evenimente este cârnatul Joggeli. Acesta își datorează numele stadionului St. Jakob Park, care este cunoscut în Basel cu denumirea afectivă «Joggeli». Amestecul de carne de vițel și de porc, pasiunea, tradiția și un strop de FCB fac din acest cârnac cult un produs unic», susține Micha Roth, director pentru proiectele de marketing la Bell. Lorenz Wyss, CEO al companiei Bell, este încântat de acest parteneriat: «Mulți dintre angajații noștri au o pasiune profundă pentru club și pentru oraș. De aceea, FCB și Bell se potrivesc foarte bine unul cu celălalt.»



## Hilcona mizează pe tradiție și pe fotbalul profesionist

Schaan este locul de naștere și sediul Hilcona. O regiune sănătoasă este dezideratul urmărit de companie. Prin urmare, este aproape evident faptul că FC Schaan se bucură de susținere activă. «Pandemia, în special, a evidențiat că temele ecologice și sociale devin mai importante și că responsabilitatea socială s-a amplificat», susține Markus Amann, coordonatorul departamentului de comunicare al companiei Hilcona. Compania din Liechtenstein sprijină, de asemenea, cele două echipe de fotbal din liga națională din Austria, Rheindorf Altach și SC Austria Lustenau, în limita posibilităților sale financiare. «Folosim în mod eficient cooperarea strategică cu sportul profesionist pentru realizarea de proiecte inovatoare. Un aspect remarcabil: și angajații au de câștigat, deoarece le putem oferi bilete la meciurile echipelor respective de pe teren propriu», își afirmă bucuria Markus Amann.



**O regiune sănătoasă reprezintă o preocupare importantă pentru Hilcona.**



### De ce este FCB echipa dumneavoastră favorită?

Întrebați pe oricine pe stradă în Basel cine este numărul unu când vine vorba de sport și veți primi două răspunsuri: FCB și Roger Federer. FC Basel este un nume cunoscut în toată Europa. Cel târziu începând cu 2002, după victoria cu 2-0 în fața lui Celtic Glasgow, când s-a calificat pentru prima dată în Liga Campionilor. Sunt prezent la aproape toate meciurile, fie că au loc pe St. Jakob-Park sau în deplasare. În această vară am fost cu prietenii la un meci în Danemarca. Indiferent cu cine joacă FCB, de fiecare dată simt o emoție specială. Când merg pe un stadion, sunt entuziasmat și trăiesc un sentiment de bucurie anticipată pentru ceea ce mă așteaptă.

### Cupa Mondială ar trebui să vă crească și mai mult pulsul. Pronosticul dumneavoastră?

Mingea este rotundă. Totul este posibil. Inima mea bate pentru echipa națională a Elveției. Văd mult potențial. Dacă examinați componența grupului, vedeți că ar putea obține rezultate remarcabile. În mod suplimentar, acord o atenție specială Braziliei. Aproape că nu au pierdut niciun meci în calificări. Frumusețea fotbalului este că nimeni nu poate prezice cine va fi câștigătorul în confruntarea de pe gazon. Să ne lăsăm surprinși de câștigătorul Campionatului Mondial.

### Din hainele de lucru, în tricou

Tehnica, spiritul de echipă și fair-play-ul sunt la fel de importante la locul de muncă ca și pe teren. Vă prezentăm trei echipe de companii care își demonstrează periodic abilitățile pe teren.

#### Hilcona: spontanii

De ce să complicăm lucrurile când ele pot fi simple? Echipa mixtă de la Hilcona este cel mai bun exemplu în acest sens. Colegele și colegii din jurul doamnei căpitan Zehra Kilic s-au adunat destul de spontan pentru turneul de fotbal al companiei din Liechtenstein din 2022. Cu patru din cinci meciuri câștigate, mica echipa a sărbătorit o premieră extraordinară la turneu și este motivată să aducă acasă și următorul trofeu.

#### SC Manor/Bell: creatorii de istorie

Un predecesor al SC Manor/Bell a fost fondat în urmă cu 90 de ani sub numele de SC Rheinbrücke. Clubul de astăzi este o fuziune a două echipe

din cadrul grupurilor de magazine Manor și Bell, ambele suferind din cauza scăderii numărului de membri. Echipa antrenorului Livio Campana și a managerului de secție Ernesto Campisi se poate mândri cu 20 de titluri de campioană și 10 cupe câștigate în palmares. Jucătorii de echipă pasionați de fotbal, cu vârste cuprinse între 40 și 50 de ani, sunt întotdeauna bineveniți.

#### Echipa Bell Germania: câștigătorii

Activă din 2017, echipa companiei Bell Germania a câștigat deja câteva meciuri în trecut. Echipa din jurul antrenorului Dieter Keil are 19 membri, inclusiv antrenori. Cei mai mulți membri sunt și fotbaliști entuziaști în timpul lor liber. Când se apropie un turneu, echipa se antrenează împreună cu una sau două săptămâni înainte. Încrederea în sine nu lipsește, dacă ne raportăm și la motto-ul molipsitor al echipei: Roșu și alb câștigă premiul.



Echipele companiilor, de la stânga la dreapta: Hilcona, Bell Elveția și Bell Germania.



Cumpărare de acțiuni și  
Informații suplimentare

[myshares.bellfoodgroup.com](http://myshares.bellfoodgroup.com)

Programul de participare a angajaților

## Deveniți acționar la Bell Food Group

### Mult stimate angajate și angajați

Și în anul acesta între 1 și 30 noiembrie puteți să achiziționați acțiuni la Bell Food Group AG la un preț avantajos («acțiuni pentru angajați») și să deveniți nemijlocit acționari ai societății. Fiecare angajat de la Bell Food Group poate să achiziționeze în perioada de referință 1 până la maxim 100 de acțiuni pentru angajați. Acțiunile pentru angajați se oferă cu o reducere de 20 la sută și cu o perioadă de blocare de 4 ani.

La adresa [myshares.bellfoodgroup.com](http://myshares.bellfoodgroup.com) găsiți:

- modul de accesare către portalul de acțiuni de la Bell Food Group, prin care puteți cumpăra acțiuni (Înscrierea este posibilă începând cu 17 octombrie 2022)
- toate informațiile despre programul din acest an de participare a angajaților
- prețul de cumpărare al unei acțiuni pentru angajați începând cu 1 noiembrie

Pentru cumpărarea de acțiuni pentru angajați se aplică regulamentul pentru participația angajaților.

Lorenz Wyss  
CEO

Xavier Buro  
CFO

Pentru informații suplimentare adresați-vă biroului pentru acțiuni de la Bell Food Group la:



Tel. +41 (0)58 326 2020



[share.registry@bellfoodgroup.com](mailto:share.registry@bellfoodgroup.com)

BELL  
FOOD  
GROUP





Formare în condiții de schimbare

# ÎNȘOȚIT CORESPUNZĂTOR ÎN VIAȚA PROFESIONALĂ

A venit din nou momentul feliicitărilor și al urărilor de bun venit. 32 Angajații în curs de instruire au intrat de câteva săptămâni în posesia certificatelor de absolvire. Aceștia pot fi foarte mândri de realizările lor în condițiile speciale ale perioadei de Coronavirus. Succesorii lor și-au încheiat deja primele săptămâni. Mult noroc pe viitorul lor drum!

## Responsabilii pentru formare au avut multe discuții.

Ucenicii absolvenți ai companiei Bell Food Group știu prea bine ce înseamnă să înveți o profesie în condițiile unei pandemii. Prin urmare, aceștia își pot evalua cu atât mai bine realizările. Cerințe stricte de igienă, lecții digitale la școala profesională și, pentru unii, chiar perioade lungi de timp în regim de muncă la domiciliu – în spatele lor se află o perioadă de formare ieșită din comun. Același regim este valabil și pentru instructorii lor.

«Tinerii doresc să se integreze într-un grup, să se detașeze de casă și, uneori, să își depășească propriile limite», susține Andreas Begré, coordonatorul departamentului de formare profesională de la Bell din Elveția «Am observat, de asemenea, că multe dintre aceste lucruri nu au fost posibile sau au fost posibile doar într-o măsură limitată, și că au lipsit pași importanți de dezvoltare pentru tineri.»

Pentru responsabilii pentru formare, acest lucru a însemnat că au

fost nevoiți să caute discuțiile și să îi sprijine pe ucenici cât mai intens posibil. În ciuda tuturor obstacolelor, Bell Food Group a lansat acum în viața profesională o generație de tineri care se află la același nivel operațional ca și absolvenții din perioada de dinaintea pandemiei de Corona.

Între timp, a început deja instruirea noului grup de tineri. Aceștia vor obține probabil mai mult din perioada de formare decât predecesorii lor. Cu toate acestea, ei doresc să fie însoțiți în cel mai bun mod posibil în primii lor pași în viața profesională. Un sondaj recent realizat în rândul ucenicilor de la Bell din Elveția a evidențiat ce își doresc aceștia.

«Tinerii din ziua de azi vor să fie provocați și stimulați, vor să își asume responsabilități și să se întâlnească cu oameni cu aceleași preocupări, chiar și în profesii și locații diferite», afirmă Andreas Begré. «Formatorii noștri care asigură instruirea profesională se confruntă cu necesitatea de adaptare la aceste nevoi»

Astfel, formatorilor li se cere, de asemenea, să se dezvolte și mai mult și, pe lângă rolul de experți tehnici, să își asume și rolul de instructori care îi sprijină pe tineri în funcție de abilitățile lor și acționează ca modele pentru ei.

«Perioada de formare este o perioadă care are adesea un impact asupra întregii vieți profesionale», susține Andreas Begré. «Dacă îi însoțim în mod corespunzător pe cursanți pe această cale, putem influența pozitiv întregul parcurs ulterior.» • *mr*

## LE DORIM BUN VENIT

### BELL ELVEȚIA

**Levin Ibrahim**, tehnician specializat în domeniul automatizărilor EFZ, Basel

**Sarah Schmidt**, studii duale în administrarea afacerilor/managementul resurselor umane, Basel

**Raphael Brendel**, specialist TIC, Basel

**Valerio Apostolo**, informatician specializat în dezvoltarea de aplicații EFZ, Basel

**Anna-Lehna Grittke**, studii duale în informatica economică/managementul aplicațiilor, Basel

**Moritz Höft**, studii duale în informatica economică/managementul aplicațiilor, Basel

**Almina Bosnic**, comerciant EFZ, Basel

**Egzona Dermaku**, comerciant EFZ, Basel

**Monica Fankhauser**, asistent de birou EBA, Basel

**Nuno Miguel Balmer**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Basel

**David Cubas**, specialist în domeniul cărnii FEZ, Basel

**Michael Gerber**, specialist în domeniul cărnii FEZ, Basel

**Maksym Vanzhula**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Oensingen

**Michèle Schärer**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Oensingen

**Aldin Ljaljic**, tehnolog în sectorul alimentar EFZ, Oensingen

**Anna Piaseczna**, practician specializat în domeniul alimentar EBA, Oensingen

**Ermias Tesfagabr**, mecanic în domeniul producției EFZ, Oensingen

**Mike Allemann**, mecanic în domeniul producției EFZ, Oensingen

**Sheena Oriare**, specialist în domeniul cărnii EFZ, Oensingen

**Fawad Haidari**, asistent specialist în domeniul cărnii EBA, Oensingen

**Christian Savoldi**, specialist în domeniul cărnii EBA, Oensingen

**Abdullah Jalali**, specialist în domeniul întreținerii companiilor EFZ, Zell

**Patrick Bartsch**, mecanic în domeniul producției EFZ, Zell

**Nikola Stoilov**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Zell

**Michael Frey**, specialist în avicultură EFZ, Zell

**Josephine Weber**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Zell

### BELL GERMANIA

**Dörte Propp**, funcționar în sectorul industrial, Seevetal  
**Sebastian Schütz**, operator de mașini și instalații, Harkebrügge

**Elias Wagner**, mecanic industrial, Harkebrügge

**Lisa Jürgensen**, funcționar în sectorul industrial, Seevetal

**Jonas Meyer**, operator de mașini și instalații, Harkebrügge

### HILCONA

**Frieda Sylvester**, comerciant EFZ, Schaan

**Riccardo Licci**, comerciant EFZ, Schaan

**Ivo Bucher**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Schaan

**Davide Zicchillo**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Schaan

**Zsombor Lengyuel**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Schaan

**Bruna Pereira**, practician specializat în domeniul alimentar EFZ, Landquart

**Joel Brotzer**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Landquart

### HÜGLI ELVEȚIA

**Joanna Rusin**, comerciant EFZ, Steinach

**Petar Pasuljanovic**, comerciant EFZ, Steinach

**Nina Ruckstuhl**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Steinach

**Manuel Taddio**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Steinach

**Mia Lagnel**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, St. Gallen

**Dylan Rubino**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Steinach

### ICEBERG ELVEȚIA

**Gino Hübscher**, tehnician în domeniul alimentar EFZ, Dällikon



# FELICITĂRI!



## BELL ELVEȚIA

- Janjira Suwanthong**, comerciant EFZ, Basel
- Paul-Philippe Wortmann**, informatician EFZ, Basel
- Betim Aliu**, specialist în domeniul cărnii EFZ, Basel
- Lukas Haurin**, specialist în domeniul cărnii EFZ, Basel *(lipsește din imagine)*
- Gian Knoepfli**, specialist în domeniul cărnii EFZ, Basel
- Antonio Nedeski**, specialist în domeniul cărnii EFZ, Basel
- Faizullah Asinzai**, asistent specialist în domeniul cărnii EFBA, Basel *(lipsește din imagine)*
- Blagojce Stojanoski**, asistent specialist în domeniul cărnii EBA, Basel
- Luca Petersen**, tehnician în domeniul automatizării EFZ, Basel
- Fesnike Rushiti**, practician specializat în domeniul alimentară EFZ, Basel
- Marko Bahor**, bucătar EFZ, Basel
- Philippe Cattin**, specialist în domeniul întreținerii companiilor EFZ, Basel
- Raphael Meier**, specialist în avicultură EFZ, Zell
- Lorena Schelb**, studii duale în administrarea afacerilor/managementul resurselor umane, Basel

## BELL GERMANIA

- Lennart Jaspers**, specialist în domeniul tehnologiei alimentare, Edewecht
- Robin Thurm**, studii duale în administrarea afacerilor, Seevetal
- Dominik Siemer**, comerciant în domeniul industrial, Seevetal
- Mostafa Azimi**, tehnician electronist pentru tehnologia de operare, Harkebrügge *(lipsește din imagine)*

## HILCONA

- Veronika Watzke**, comerciant EFZ, Schaan *(lipsește din imagine)*
- Francisco Fernandez Alvite**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Schaan
- Lars Meier**, tehnician în domeniul alimentară EFZ, Schaan
- Lorin Murk**, tehnician în domeniul alimentară EFZ, Schaan
- Dominic Dürr**, practician specializat în domeniul alimentară EBA, Schaan
- Ilias Theodorakoudis**, practician specializat în domeniul alimentară EBA, Schaan
- Hatice Kocatas**, practician specializat în domeniul alimentară EFZ, Schaan
- André Alves Apolinario**, operator de echipamente FEFZ, Orbe *(lipsește din imagine)*

## HÜGLI

- Lara Brunner**, comerciant EFZ, Steinach
- Jordan Sutter**, comerciant EFZ, Steinach
- Jack Stepke**, tehnician în domeniul logisticii EFZ, Steinach
- Patric Graf**, tehnician în domeniul alimentară EFZ, Steinach
- Christian Rolle**, tehnician în domeniul alimentară EFZ, Steinach
- Sebastian Sabol**, practician specializat în domeniul alimentară EBA, Steinach







Grupul Bell Food prezintă un nivel tot mai ridicat de consolidare la nivel internațional

# Întreaga lume într-un singur grup

*Cu locații în 15 țări, angajați din aproape 100 de țări și peste 50 de piețe de export, Grupul Bell Food este bine poziționat pe plan internațional de mulți ani. Modul în care echipele experimentează și folosesc cu succes această «internaționalitate» în activitatea lor de zi cu zi este prezentat în acest număr al revistei «Look!» cu câteva exemple. • mr*

Acești angajați ai firmei Eisberg Elveția din Dällikon sunt vedetele coperte:

rândul de sus, de la stânga la dreapta:

**Agnes Dahlhausen** (Germania)  
Directoarea departamentului de producție pentru fructe și legume

**Andreas Lehmann** (Germania)  
Key User CSB Producție și depozit

**Pensri Turakit Beck** (Thailanda)  
Angajat al departamentului pentru produse ambalate în caserole

rândul de jos, de la stânga la dreapta:  
**Natalia Bonifacio Paulo** (Portugalia)  
Angajat al departamentului pentru produse ambalate în caserole

**Bess Nnaedu Chibuogwu** (Nigeria)  
Angajat al departamentului pentru produse ambalate în caserole

**Diego Bruno** (Elveția)  
Tehnician în formare în domeniul alimentar

**Kateryna Kravchenko** (Ucraina)  
Angajat al departamentului pentru produse ambalate în caserole



## Hügli și Eisberg Să facem diferența împreună



Calitatea apelor uzate de la stația de epurare din Brivio s-a îmbunătățit.

Un bun exemplu de cooperare transnațională, dar și de cooperare între grupuri, este reprezentanța Hügli din Brivio, în nordul Italiei, sau, mai degrabă, de stația de tratare a apelor reziduale. Tratarea inadecvată a apelor uzate a cauzat probleme de ceva timp. Pe de-o parte, aceasta a generat costuri ridicate, iar pe de altă parte, nu mai respecta cerințele actuale din punct de vedere ecologic.

Locația a beneficiat de asistență din partea unui coleg de la Eisberg, responsabil pentru operarea stației de tratare a apelor uzate de înaltă performanță din Dällikon, Elveția. «Cu ocazia vizitei sale în Italia, Kornel Eggenschwiler s-a ocupat de problemele noastre cu mult suflet și cu o experiență vastă», susține Andreas Höllmann, manager de proiect în domeniul Operational Services & Engineering Operations la Hügli. «La scurt timp după momentul respectiv, grație sprijinului său, am putut adopta primele măsuri pentru a îmbunătăți eficiența epurării apelor uzate.»

Buna cooperare dintre cele două companii surori din Brivio produce deja efecte: Cantitatea de ape uzate s-a redus, iar calitatea acestora s-a îmbunătățit. În prezent, evaluăm împreună în ce măsură sunt necesare demersuri suplimentare de îmbunătățire.

Bell Germania și Bell Spania

## ¡Hola! din Spania

Javier Castillo feliază șuncă de când se știe. Pentru că în zona sa natală, regiunea spaniolă Extremadura, există o șuncă Iberico gata să fie tăiată în aproape fiecare bucătărie.

În prezent, inginerul absolvent al industriei alimentare este reprezentant de vânzări pentru Bell España. Pentru Bell Germania, acest multitalent a fost prezent frecvent și în rolul de ambasador Serrano la târgurile de specialitate.

În această primăvară, a apărut chiar în fața camerei de luat vederi în acest rol. Pentru anumite spoturi din social media, el și-a demonstrat nu doar vastele cunoștințe de specialitate, ci și cunoștințele de limba germană.

«Bell Germania este un partener important pentru noi în Spania, astfel încât mi-a făcut plăcere să îmi

fac timp pentru a explica produsele noastre Serrano», afirmă Javier Castillo.

Rezultatul: mai multe clipuri în care bărbatul în vârstă de 38 de ani explică în mod prietenos lumea Serranos, cu un prietenos ¡Hola! drept salut. Aceste clipuri pot fi urmărite pe canalele Abraham, Instagram și Facebook, precum și pe site-ul Abraham.

**Javier Castillo s-a aflat în fața camerei de filmat în calitate de ambasador Serrano.**



[www.abraham.de/serrano](http://www.abraham.de/serrano)



Interviu cu trei reprezentanți de vânzări Hügli

## Papilele gustative ale tinerilor bucătari sunt obișnuite cu savori internaționale



Jean-Philippe Yannic este directorul de vânzări al Hügli în regiunea de sud-vest și se ocupă, de asemenea, de piața franceză.



André Steinmann este persoana de contact a companiei Hügli în Elveția pentru clienții din zona cuprinsă între Basel și Berna.



Björn Stib este manager districtual în regiunea sud-vest, în partea de sud a zonei Schwarzwald.

### Ce rol joacă internaționalitatea în activitatea dumneavoastră zilnică?

**Björn Stib:** În regiunea mea, în partea de sud a regiunii Schwarzwald, pe lângă restaurantele tradiționale, întâlnim numeroase companii active în domeniul gastronomiei internaționale. Dar se poate spune că toți bucătarii lucrează la fel. Unul este un pic mai rezervat, celălalt mai deschis. Dar acest lucru are mai mult de-a face cu generația decât cu naționalitatea.

**André Steinmann:** În regiunea mea de frontieră din nordul Elveției, mă ocup mai mult de bucătarii germani și francezi decât de cei elvețieni. Pentru mine nu este nicio diferență, toți sunt prieteni. Dar avantajul bucătarilor germani este că, de multe ori, aceștia cunosc deja firma Hügli din timpul petrecut în Germania.

### Cât de internațională este noua generație de bucătari?

**Jean-Philippe Yannic:** Mulți dintre bucătarii în devenire pe care îi îndrumăm au lucrat anterior în diferite țări din întreaga lume. Papilele lor gustative sunt obișnuite cu savori total diferite și, prin urmare, aceștia au cerințe diferite față de produsele noastre.

**Björn Stib:** Tinerilor le place să experimenteze și să încerce lucruri, în timp ce generația mai în vârstă

este un pic mai sceptică față de noi la început. Dar există câte ceva pentru toată lumea în portofoliul nostru de produse. De exemplu, putem evidenția marca Bresc, care a devenit un deschizător de uși pentru noi în relația cu mulți proprietari de firme de gastronomie.

### Vă adaptați dumneavoastră în special sau corelați oferta la clienții de diferite naționalități?

**André Steinmann:** Fiecare client este diferit și este necesară întotdeauna o adaptare la fiecare client în parte. În Basel, de exemplu, mă ocup de câteva restaurante turcești, iar multe lucruri în acest caz se rezolvă printr-o relație apropiată și o legătură de familie. Mulți oameni nu-mi mai spun André, ci Papa. Este ceva special.

**Jean-Philippe Yannic:** Un exemplu de ajustări în domeniul produselor este reprezentat de gama noastră de produse bio. Când am lansat-o în Franța, în urmă cu patru ani, ne-am dat seama rapid că bucătarii francezi au cerințe diferite în ceea ce privește aromele și consistența. Rețetele astfel adaptate s-au impus ulterior pe toate piețele, deoarece au convins clienții noștri și în alte părți.





## Echipa CSB

### Familiarizarea cu alte culturi

Ori de câte ori software-ul de planificare a resurselor «CSB» se blochează, se solicită intervenția echipei formate din unsprezece membri, condusă de Peter Ettrich. Cu sediul central în Basel și sucursale în Ungaria și Austria, compania se ocupă de peste 1000 de utilizatori din Spania, Germania, Polonia, Ungaria, Austria, România și Elveția.

«Internaționalitatea înseamnă pentru noi, de asemenea, familiarizarea cu alte culturi, mentalități și, nu în ultimul rând, legislații», relatează Peter Ettrich, Head of DevOps Center CSB. «De exemplu, în situația în care călătoriți mult în Europa de Est, realizați rapid cât de simplă este, prin comparație, legislația fiscală elvețiană.»

Deși cunoașterea limbii engleze este larg răspândită în cadrul grupului Bell Food, din când în când este necesară depășirea barierelor lingvistice. Este un lucru benefic faptul că echipa în sine este internațională și poate

rezolva problemele, de exemplu, și în spaniolă sau maghiară.

«O mare diferență față de locațiile din Elveția este, de asemenea, faptul că nu putem fi prezenți personal dacă, de exemplu, există dificultăți cu sistemul într-o fabrică de producție din România», afirmă Peter Ettrich.

Prin urmare, este foarte util ca specialiștii CSB să se poată conecta de la nivel extern la toate computerele din cadrul grupului Bell Food. Atunci când este cazul, există, desigur, și posibilitatea de a efectua deplasări la fața locului. «Este întotdeauna o bună ocazie de a învăța ceva mai multe despre țările și oamenii cu care lucrăm», relatează Peter Ettrich.



**Peter Ettrich**  
Head of DevOps Center CSB  
în cadrul departamentului IT  
al grupului Bell Food

## Bell Elveția Învățarea limbii germane în Harkebrügge



**Yannik Wettlé**  
Manager pentru procesele  
de curățenie, Bell Basel

Când Yannik Wettlé a început să lucreze în divizia de ambalare a șuncii și a produselor de charcuterie în cadrul companiei Bell din Elveția, în anul 2003, lipsa cunoștințelor de limbă germană nu era încă o problemă, deoarece lucra într-o echipă exclusiv francofonă. Cu toate acestea, pentru o nouă poziție la care a aspirat câțiva ani mai târziu, a fost necesar să își îmbunătățească cunoștințele de limba germană.

Directorul departamentului din acea vreme a găsit soluția. «În urma consultării cu conducerea și cu departamentul de resurse umane, mi-a organizat o detașare de șapte săptămâni la Bell Germania, în Harkebrügge, în anul 2018.»

Pe lângă un curs intensiv, el a avut posibilitatea de a aprofunda cunoștințele lingvistice și pe parcursul activității sale în cadrul companiei. «Acest lucru mi-a oferit șansa de a trece direct de la teorie la practică. Toți membrii echipei au fost foarte deschiși și m-au ajutat atunci când am avut dificultăți în a mă exprima în limba germană.»

În acest mod, actualul manager responsabil pentru procesele de curățenie de la sediul central din Basel a reușit să își îmbunătățească semnificativ cunoștințele lingvistice. El recomandă persoanelor care se află într-o situație similară cu a sa să ia legătura cu șeful departamentului său sau cu un manager de resurse umane pentru a identifica o soluție.

Nu trebuie să fie întotdeauna o detașare în străinătate. Cursurile interne organizate în propria locație, cum ar fi cele oferite de Bell Elveția, vă pot îmbunătăți, de asemenea, competențele lingvistice. «Am învățat, de asemenea, că nu trebuie să-ți fie teamă să exersezi, să faci greșeli sau să spui că nu ai înțeles ceva.»



## Eisberg Austria

### Proiectul de referință își demonstrează potențialul

Cum poți accesa o piață internațională pornind de la zero? Eisberg știe răspunsul. În Marchtrenk a avut loc în septembrie 2017 ceremonia de inaugurare a primei fabrici din Austria. Astăzi, cinci ani mai târziu, cele patru hale de producție de pe terenul de 24.000 de metri pătrați găzduiesc cele mai recente echipamente cu grad ridicat de automatizare, iar previziunile promițătoare privind intrarea pe piață au fost confirmate.

Amplasarea locației în inima Europei este ideală pentru colaborarea cu furnizorii locali, datorită rutelor scurte de livrare. În mod suplimentar, piața austriacă și cea germană învecinată oferă experților în salată numeroase oportunități de creștere. Între timp, Eisberg Austria aprovizionează numeroși comercianți cu amănuntul din ambele țări din Marchtrenk.

În mod suplimentar, membrii Grupului Bell Food, Transgourmet și Hilcona, sunt, de asemenea, clienții ai locației. «Intrarea pe piața din Austria a fost un proiect de referință în istoria Eisberg» re-



**Franco Mühlgrabner**  
Administrator  
Eisberg Austria

latează Franco Mühlgrabner, director general al Eisberg Austria. «Acest lucru se datorează în parte faptului că, pentru prima dată în istoria grupului Bell Food, mai multe mărci și game de produse sunt reunite sub același acoperiș.»

Așadar, au fost făcuți primii pași pe noua piață. În curând vor urma demersuri suplimentare - printre altele, o instalație de înaltă performanță pentru fabricarea de produse de preparare a cărnii de pui.



Grupul Bell Food

## Unde internaționalitatea este o afacere zilnică

Dacă există un domeniu în cadrul grupului Bell Food care este familiarizat cu internaționalitatea, acesta este cel al exporturilor. «Cu excepția Antarcticii, exportăm pe toate continentele lumii. În majoritatea țărilor lucrăm cu importatori sau direct cu lanțurile locale de supermarketuri», afirmă Daniel Böhny, coordonatorul diviziei Bell Europa de Vest și de Est, la care se adaugă Stefano Bianchi, directorul general al Bell Franța: «Printre exemplele bine cunoscute de clienți internaționali din domeniul comerțului cu amănuntul se numără Carrefour și Auchan, pe care îi aprovizionăm, printre altele, în departamentele franceze din străinătate, precum și Costco în Canada și Kesko în Finlanda.»

Grupul Bell Food se adaptează în mod flexibil la dorințele clienților

săi străini. Structura organizației de export competente pentru toate departamentele, care reunește experți din toate sectoarele grupului Bell Food, asigură, de asemenea, efecte de sinergie. Astfel, șunca crudă franțuzească ajunge în Maroc, tortellini Hilcona în cantinele școlare suedeze, produse care sunt mai puțin solicitate în Europa, cum ar fi picioarele de porc, în China și multe altele în întreaga lume.

Desigur, pe lângă exporturile către țările care nu au propriile locații Bell, așa-numitele afaceri intercompany, ceea ce înseamnă aprovizionarea reciprocă a organizațiilor din țară, reprezintă, de asemenea, un pilon important pentru comerțul internațional în cadrul grupului Bell Food.

**«Cu excepția Antarcticii, exportăm pe toate continentele lumii.»**

Informații interesante despre export de la Bell Food Group\*.

- Grupul exportă în peste 50 de țări din întreaga lume.
- 88 de procente din volumul total al exportului rămân în Europa.
- Belgia și Țările de Jos sunt cele mai mari piețe de export datorită ofertei cunoscuților discounteri germani.
- Costa Rica este cea mai mică piață de export.
- Noua Zeelandă este cea mai îndepărtată țară exportatoare.
- Japonia este una dintre regiunile emergente de export din zona asiatică.
- Șunca Schwarzwald și șunca Serrano, incluzând afacerile intercompany, reprezintă produsele cu cele mai mari volume de export.

\*Se referă la țările care nu sunt incluse în afacerile intercompany, situația din: 2021.

Locațiile Grupului Bell Food      Țări de export



## Vă felicităm și ne luăm rămas bun

Aniversări de serviciu și pensionări în perioada septembrie-noiembrie 2022

Bell Elveția

### 20 de ani de vechime

**Carlos De Carvalho Lopes**, 1 iulie, Geiser, Schlieren (*completare*)

**Trashe Rrasi**, 22 iulie, Geiser, Schlieren (*completare*)

**Dossè Bossou**, 1 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Pascal Didier**, 1 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Guy Eigenmann**, 1 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Hizir Kücükgörmez**, 1 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Alexander Nobs**, 1 septembrie, Bell Elveția, Oensingen

**José Manuel da Silva Gomes**, 1 octombrie, Bell Elveția, Cher-Mignon

**Moukhtar Mouhim**, 1 octombrie, Bell Elveția, Oensingen

**Brahim El Ouardi**, 14 octombrie, Bell Elveția, Oensingen

**Thomas Grauwiler**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Basel

**Raveendran Narayanapillai**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Oensingen

**Konrad Oertle**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Gossau

**Valérie Unternaehrer**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Basel

**Hasime Berisha**, 4 noiembrie, Bell Elveția, Oensingen

**Léoncino Patrick Picot**, 11 noiembrie, Bell Elveția, Basel

### 25 de ani de vechime

**Christine Schlatter**, 1 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Vjollca Bytyçi-Dakaj**, 2 octombrie, Bell Elveția, Oensingen

**Pavo Marojevic**, 3 noiembrie, Bell Elveția, Churwalden

**Drita Avdyli**, 12 noiembrie, Bell Elveția, Oensingen

**Bojan Nikolic**, 17 noiembrie, Bell Elveția, Basel

### 30 de ani de vechime

**Philippe Lieby**, 1 octombrie, Bell Elveția, Basel

**Ivan Fischer**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Basel

### 35 de ani de vechime

**Marcel Berger**, 1 octombrie, Bell Elveția, Gossau

**Hamid Boudechicha**, 1 octombrie, Bell Elveția, Basel

**Teresa Penas-Mendez**, 1 octombrie, Bell Elveția, Basel

**Patrick Bubendorff**, 5 octombrie, Bell Elveția, Basel

**Marie-Chantal Gracyasz**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Basel

**Clotilde Pehlic**, 1 noiembrie, Bell Elveția, Basel

### Pensionări

**Jasna Popijac Xhigoli**, 30 septembrie, Bell Elveția, Oensingen

**Shake Lokaj**, 30 iulie, Bell Elveția, Gossau

### Pensionări anticipate

**Nafje Avdiu-Sylejmani**, 31 iulie, Bell Elveția, Oensingen (*completare*)

**William Ritt**, 31 iulie, Bell Elveția, Basel (*completare*)

**Isabelle Lancelot**, 30 septembrie, Bell Elveția, Basel

**Kurt Fuhrmann**, 31 octombrie, Bell Elveția, Oensingen

**Divna Ilic**, 31 octombrie, Bell Elveția, Zell

**Francois Vidale**, 31 octombrie, Bell Elveția, Basel

**Christian Fontaine**, 30 noiembrie, Bell Elveția, Basel

**Joachim Grinan**, 30 noiembrie, Bell Elveția, Basel

**Dany Sutterlin**, 30 noiembrie, Bell Elveția, Basel

### Ne luăm rămas bun

**Pascal Figenwald**, 10 iunie, Bell Elveția AG, Basel

**Radoine Boufelaas**, 20 iunie, Bell Elveția AG, Basel

Bell International

### 20 de ani de vechime

**Christian Launer**, 2 septembrie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

**Katjana Schürmann**, 1 octombrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Frank Rössler**, 7 octombrie, Bell Germania, Seevetal

**Bernd Gardewin**, 1 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Galina Meyer**, 1 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Olga Wilhelm**, 4 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Olga Fleck**, 11 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Tatjana Engel**, 12 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Anja Oltmanns**, 12 noiembrie, Bell Germania, Edewecht

### 25 de ani de vechime

**Diana Stöfhase**, 4 septembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Bianca Plaggenborg**, 1 octombrie, Bell Germania, Harkebrügge

### 30 de ani de vechime

**Quoc Minh Ngo**, 9 octombrie, Bell Germania, Edewecht

**Gordana Krstic**, 19 octombrie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

### 35 de ani de vechime

**Gerlinde Reichinger**, 1 septembrie, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

**Brigitte Bruns**, 12 noiembrie, Bell Germania, Harkebrügge

**Manfred Olling**, 24 noiembrie, Bell Germania, Edewecht

### Pensionări

**Joelle Broche**, 30 octombrie, Bell Franța, Aime

**Yves Theveneau**, 31 octombrie, Bell Franța, Teilhède

### Ne luăm rămas bun

**Ameti Hajri**, 13 martie, Süddeutsche Truthahn, Ampfing

**Antal Nemeth**, 5 mai, Süddeutsche Truthahn, Ampfing

**Stefan Faschang**, 18 iunie, Frisch Express, Pfaffstätt

Eisberg

### 20 de ani de vechime

**José Antonio Costa**, 16 septembrie, Eisberg Elveția,

Dällikon (Feldhof)

**Güley Ikizer**, 1 octombrie, Eisberg Elveția, Dällikon (Feldhof)

**Nicoleta Scarlat**, 1 octombrie, Eisberg România, Pantelimon

**Nicolas Pointurier**, 14 octombrie, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

**Roselyne Pasteur**, 11 noiembrie, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

### 25 de ani de vechime

**Nicolas Perret**, 1 octombrie, Sylvain & CO,

Essert-sous-Champvent

**Isa Aliu**, 6 octombrie, Eisberg Elveția, Dänikon

### 35 de ani de vechime

**Maria Ramos Santinha Marques**, 1 septembrie,

Eisberg Elveția, Dällikon (Feldhof)



Hilcona

**25 de ani de vechime**

**Alexander Erhardt**, 16 decembrie, HFC, Bad Wünnenberg

**Pensionări**

**Heinrich Lohre**, 31 august, HFC, Bad Wünnenberg (*completare*)

Hügli

**20 de ani de vechime**

**Birgit Hauser**, 1 septembrie, Hügli, Radolfzell

**Lisa Weber**, 1 septembrie, Inter-Planing, Langenhaslach

**Gertjan van der Wouden**, 2 septembrie, Bresc, Werkendam

**Sibylle Koschoreck**, 1 octombrie, Hügli, Radolfzell

**Fareeq Mirza**, 21 noiembrie, Hügli, Radolfzell

**25 de ani de vechime**

**Rute Pintado**, 1 septembrie, Hügli, Radolfzell

**Holger Grundmann**, 6 octombrie, Hügli, Radolfzell

**35 de ani de vechime**

**Yvonne Stocker**, 1 noiembrie, Hügli, Radolfzell

**Pensionări**

**Hans-Joachim Haug**, 31 Mai, Hügli Germania, Radolfzell (*completare*)

**Jarmila Dědková**, 31 iulie, Hügli Cehia, Zásmyky (*completare*)

**Luisa Eichler**, 31 iulie, Hügli Germania, Radolfzell (*completare*)

**Nikolaus Hubert**, 31 iulie, Hügli Germania, Radolfzell (*completare*)

**Lilli Zimbelmann**, 31 iulie, Inter-Planing, Langenhaslach (*completare*)

**Brian Dugmore**, 26 august, Hügli Anglia, Redditch (*completare*)

**Heinz Walther**, 30 septembrie, Hügli Germania, Radolfzell



**Play &  
Win!**

Competiție

PLAY AND WIN

# Întrebare de concurs

*La ce produs NATUCO se face referire în acest context?*



**Oferim prin tragere la sorți zece pachete de degustare de la NATUCO.**

*Mai multe informații despre NATUCO la pagina 29.*

**Termenul-limită pentru participare este 27 ianuarie 2023**

Trimiteți soluția împreună cu numele dumneavoastră, locul (anterior) de muncă și angajatorul la adresa [info@natuco.bio](mailto:info@natuco.bio)

Câștigătorul/câștigătoarea va fi selectat/ă dintre participanții care au trimis răspunsul corect. Participările multiple nu vor fi luate în considerare.

Câștigătorul/câștigătoarea va fi anunțat/ă direct. Nu se vor oferi informații despre tragerea la sorți telefonic sau prin corespondență.





Pe drumul către o organizație neutră din punct de vedere climatic

# Atingerea obiectivului cu o bază științifică solidă

Bell Food Group și-a stabilit obiective ambițioase în ceea ce privește sustenabilitatea. Acesta intenționează să își reducă din ce în ce mai mult emisiile de CO<sub>2</sub> în anii următori, cu obiectivul de a atinge o neutralitate din punct de vedere climatic pe întregul lanț de aprovizionare până în anul 2050. Pentru a pune în aplicare acest plan, demersurile sunt ghidate de obiective științifice.

«Earth Overshoot Day» a fost anul acesta pe 28 iulie. Aceasta este ziua calculată în care oamenii din întreaga

## Consecințele supraexploatării Pământului sunt bine cunoscute.

lume au consumat resursele naturale pe care Pământul le oferă pentru un an. Consecințele acestei utilizări excesive sunt cunoscute probabil de toată lumea: Acestea variază de la schimbările climatice și reducerea biodiversității până la concurența globală pentru hrană.

Pentru a reduce amprenta ecologică și pentru a menține planeta ca loc demn de viață pentru generațiile viitoare, organizațiile de protecție a mediului consideră că nu numai politicienilor, ci mai ales companiilor le revine o obligație.

Compania Bell Food Group este conștientă de responsabilitatea sa în acest domeniu. Societatea se ocupă de această problemă de ani de zile și și-a integrat angajamentul pentru creșterea gradului de sustenabilitate în deviza sa.

«În elaborarea măsurilor destinate să asigure o mai mare protecție a mediului și a cliimei, ne-am ghidat după obiectivele Acordului de la Paris privind clima încă de la adoptarea strategiei de sustenabilitate 2026+. Aceste obiective au fost definite pentru companii prin «Science Based Targets initiative», explică Samuel Widmer, manager de proiect în cadrul diviziei de sustenabilitate a Bell Food Group. «Coop s-a alăturat acestei inițiative și s-a angajat să își stabilească propriile obiective climatice bazate pe date științifice. În calitate de membru al Grupului Coop, acest acord se aplică și Grupului Bell Food.»



Inițiativa, cunoscută sub denumirea sintetică «SBTi», sprijină companiile în reducerea emisiilor pe baza unor constatări fundamentate științific. Astfel, le permite să contribuie simultan la lupta împotriva încălzirii globale și să își sporească competitivitatea în tranziția către o economie cu emisii reduse de carbon.

Obiectivele sunt considerate «fundamentate științific» dacă respectă stadiul actual al cercetării climatice pentru a limita încălzirea globală la 1,5 grade Celsius peste nivelul înregistrat anterior etapei de industrializare – așa cum s-a convenit în Acordul de la Paris.

Pe această bază, Bell Food Group a stabilit obiective specifice pentru anii următori în strategia sa revizuită de sustenabilitate, care a fost adoptată recent.

Printre acestea se numără reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră generate de așa-nu-

mitele Scopes 1 și 2 cu 21% până în 2026. Acest aspect se referă la emisiile directe, care sunt generate, de exemplu, de activitatea de producție, precum și la emisiile indirecte, care sunt generate, printre altele, de partenerii de aprovizionare cu energie.

## Reducerea emisiilor este prioritară.

«Pentru a atinge acest obiectiv, ne vom strădui, printre altele, să reducem și să creștem eficiența consumului nostru de energie. Acest obiectiv poate fi atins, de exemplu, prin recuperarea căldurii reziduale și a căldurii de proces în instalațiile de producție», a declarat Samuel Widmer. «În mod suplimentar, vom renunța, de exemplu, din ce în ce mai



Categoriile de emisii



## Calendarul de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră ale Grupului Bell Food.

### Până în 2026

Reducerea cu 21 % a emisiilor de gaze cu efect de seră generate de activitățile operaționale din Scope 1 și 2.

### Până în 2035

Viziune: Neutralitatea climatică în operațiuni pentru Scope 1 și 2

### Până în 2050

Viziune: Neutralitatea climatică în operațiuni pentru Scope 1, 2 și 3.



mult la combustibilii fosili ca surse de energie, generând noi înșine energie cu instalații fotovoltaice sau de biogaz.»

În mod suplimentar, Bell Food Group urmărește până în anul 2035 viziunea «neutralității climatice în operațiuni» pentru Scope 1 și 2. Scopul este de a reduce, pe cât posibil, cantitățile de dioxid de carbon care poate fi evitate, în locul compensării prin sprijinirea proiectelor de protecție a climei.

«În primul rând, trebuie să ne echilibrăm integral amprenta de CO<sub>2</sub> în conformitate cu standardele Protocolului privind gazele cu efect de seră și ale SBTi, susține Roger Peier, manager de proiect de sustenabilitate la Bell Food Group. «Pe baza rezultatelor, putem identifica potențiale de optimizare cu ajutorul experților noștri și al experților externi și putem adopta măsurile adecvate. Participarea tuturor angajaților este foarte importantă în implementarea proiectelor.»

Până în anul 2050, Grupul Bell Food ar trebui să fie neutru din punct de vedere climatic pe întregul lanț de aprovizionare. Aceasta include, de asemenea, diversele emisii din Scope 3, care sunt generate, de exemplu, în producția agricolă din amonte și în logistică.

«Datorită modelului nostru de afaceri, există emisii semnificativ mai mari în Scope 3 în comparație cu propriile noastre procese operaționale», explică Basil Mörikofer, mana-

ger de proiect de sustenabilitate la Bell Food Group. «Deoarece aceste emisii nu se află în sfera noastră directă de influență, atât analiza, cât și reducerea ulterioară reprezintă o provocare majoră.»

Printre altele, proiectele de producție integrată pot prezenta utilitate în acest caz. De exemplu, grupul de companii intenționează să construiască mai multe adăposturi pentru păsări de curte în conformitate cu standardul BTSplus de eficiență energetică. Responsabilii sunt, de asemenea, în căutarea de noi soluții, de exemplu, pentru a reduce emisiile de metan provenite de la bovine. În domeniul logisticii, se caută, de asemenea, împreună cu partenerii, idei pentru un transport mai sustenabil al mărfurilor.

Astfel, Bell Food Group este una dintre companiile care au definit direcțiile pentru o mai mare protecție a mediului și a climei. Fie ca noi toți să reușim să amânăm «Earth Overshoot Day» la o dată din ce în ce mai îndepărtată în anii următori. • *mr*

**«Angajații au un rol central în implementarea proiectelor.»**



NATUCO: noua marcă bio de la Hügli

# Gătitul rapid care este o adevărată plăcere



*Fie că vorbim despre masa servită în familie, despre masa cu prietenii sau despre o seară relaxantă în doi: NATUCO este răspunsul modern la gătitul rapid. Ingredientele veritabile de cea mai bună calitate organică vă deschid apetitul pentru o dietă sănătoasă și durabilă.*

**NATUCO este deja reprezentată la nivel regional la V-Markt, EDEKA și Spar.**

Alimentele bio se bucură de o popularitate deosebită. Cererea continuă să fie susținută și se preconizează că va continua să crească și în anii următori. Consumatorii acordă din ce în ce mai multă atenție unei alimentații conștiente și sănătoase și își selectează produsele în funcție de aceste criterii. Prin urmare, alimentele produse în mod

durabil, cu ingrediente sănătoase, care oferă consumatorilor un sentiment de bine pentru ei înșiși și pentru mediu, ajung tot mai des în cosul de cumpărături. Au trecut vremurile în care bio era considerat o nișă și trebuia să mergi la un magazin specializat în produse bio pentru a obține alimente ecologice de calitate. Marca Hügli Natur Compagnie, pionier în domeniul produselor bio și lider de piață pentru produsele uscate în sectorul convenience în comerțul specializat, ține cont de această evoluție. Sub brandul nou creat NATUCO, acesta aduce în supermarket supe, amestecuri de condimente, sosuri și ciorbe de cea mai înaltă calitate bio, ca o alternativă importantă la concurența convențională în categoria produselor uscate din sectorul convenience.

«Primele succese pe care le-am înregistrat deja sunt reprezentate de includerea la nivel regional în gama de articole la V-Markt în Bavaria și la EDEKA Südwest în Germania, precum și la Spar în Austria. În mod suplimentar, produsele sunt disponibile și în magazinele REWE regionale», afirmă Bianca Reutebuch, managerul mărcii Hügli, exprimându-și mulțumirea față de succesul acestei lansări.



**SĂ MÂNCĂM MAI BINE.**





### Diversitate pentru fiecare zi și pentru fiecare gust

Rețeta NATUCO este sinonimă cu cele mai bune ingrediente, o preparare rapidă și o experiență culinară intensă, fără mustări de conștiință. Prin toate aceste produse care se bucură de cea mai bună vânzare din această categorie, precum și articolele favorite moderne, gama se adresează atât micilor, cât și marilor gurmanzi.

Supa cu alfabet preferată de copii face parte din gama de produse uscate convenience, la fel ca și alte supe clasice. Printre acestea se numără supa de roșii, de dovleac și de pui. Unsprezece amestecuri de condimente diferite, cum ar fi spaghetti bolognese, chilli con carne și somon gratinat cu smântână, oferă o aromă autentică pentru mâncărurile preparate în prealabil. Acestora li se alătură gnocchi de legume la tigaie și legume la cuptor pentru bucătăria vegetariană.

O varietate extinsă de sosuri diferite completează gama NATUCO, de la sosul cremos la sosul hollandaise și până la sosul de curry, fiind disponibilă o alegere potrivită pentru orice gust. Supele de legume, de pui și de vită sunt oferite sub formă de cuburi și la borcan. Pentru anul viitor sunt planificate și alte produse în segmentul de mâncăruri la borcan.

### Bun pentru mediu

Toate materiile prime utilizate în produsele NATUCO provin din culturi controlate ecologic. Tratarea atentă a mediului înconjurător nu este vizibilă doar printr-o experiență culinară intensă, ci își demonstrează efectul foarte concret în natură.

Datorită agriculturii organice și a fazelor de regenerare, solul cultivat are timp să se refacă. Absența pesticidelor protejează habitatul insectelor benefice.

Creșterea animalelor cu adaptarea la cerințele speciei este orientată spre armonie cu comportamentul și habitatul original al animalelor. Dar nu numai ceea ce se află în interiorul NATUCO este impresionant. Ambalajul este, de asemenea, impresionant. Plasticul este evitat, pe cât posibil, în ambalaje. Tăvile produselor sunt fabricate din hârtie reciclată în proporție de până la 100%, iar ambalajul este conceput astfel încât să fie reciclabil în mod optim prin separarea deșeurilor. Până în 2025, toate ambalajele trebuie să fie 100% reciclabile.

**Până în 2025, toate ambalajele trebuie să fie 100% reciclabile.**



### ADEVĂRAT ORGANIC

Cu 20 de ani de experiență în domeniul ecologic, NATUCO oferă o gamă ecologică reală. Folosim ingrediente provenite din agricultura ecologică pentru o dietă echilibrată și durabilă.



### CEL MAI BUN GUST

NATUCO nu este doar delicios, ci oferă cel mai bun gust – și o senzație de bine – cu ingrediente veritabile și fără aditivi artificiali.



### NEUTRU DIN PUNCT DE VEDERE CLIMATIC

NATUCO reduce emisiile la minimum prin producție eficientă și durabilă și asigură compensări pentru a echilibra emisiile rămase. Prin urmare, NATUCO este 100 % neutră din punct de vedere climatic.



### Răspunsul la nevoile actuale

Hügli, fabricantul produselor NATUCO, se bucură de 20 de ani de experiență în domeniul produselor bio, prin marca Natur Compagnie. De asemenea, compania depune eforturi intense în ceea ce privește sustenabilitatea. De exemplu, cele două unități de producție din Radolfzell și Steinach utilizează deja 100% energie electrică ecologică. Grație utilizării sistemelor fotovoltaice și prin realimentarea energiei în rețeaua de electricitate, se economisește energie. Economii anuale corespund consumului anual înregistrat în peste 50 de gospodării. Producția NATUCO nu necesită aproape deloc apă, iar transportul alimentelor generează un nivel redus de emisii de CO<sub>2</sub> datorită greutateii sale reduse.

Pe lângă faptul că se concentrează pe reducerea propriilor emisii, NATUCO sprijină, de asemenea, proiecte care contracarează emisiile de CO<sub>2</sub>. În acest an, de exemplu, NATUCO

participă la un proiect climatic în Malawi, care oferă acces sigur la apă potabilă și sobe de gătit mai eficiente, ambele contribuind la reducerea emisiilor. Astfel, NATUCO este 100% neutră din punct de vedere climatic.

Combi-nația dintre un produs cu adevărat bio, bazat pe 20 de ani de expertiză ecologică, cel mai bun gust obținut din ingrediente ecologice și o neutralitate climatică de 100 % datorită compensării emisiilor de CO<sub>2</sub> fac din rețeta NATUCO răspunsul contemporan la gătitul rapid. «Prin noua marcă, combinăm distracția și plăcerea cu responsabilitatea socială și ne adresăm unui grup țintă în creștere, pentru care valoarea adăugată socială este importantă pe lângă aspectele funcționale», concluzionează Bianca Reutebuch. • ap

**«Cu NATUCO combinăm distracția și plăcerea cu responsabilitatea socială.»**





Noutăți nou pentru tigaie, oală și mixer

## Vara pleacă, dar plăcerea rămâne

Atunci când verdețurile crocante și pastele vegane se întâlnesc cu carnea succulentă și condimentele consistente, înseamnă că i-am urmărit din nou la treabă pe dezvoltatorii de produse din cadrul companiei Bell Food Group. Vă dezvăluim în acest articol noutățile din această toamnă în domeniul comerțului și al gastronomiei. • *mr*



Concepte incitante de la Hügli

## Produse de marcă proprie pentru comerț

Hügli lansează cele mai recente tendințe alimentare în comerț, prin produse și concepte orientate spre viitor, pentru comercializarea sub etichete proprii.

Cu șase alternative de carne, patru mixuri de condimente asiatice, «Pulberea pentru băutura de ovăz» și «Amestecul de cereale integrale», echipa B2C de la Hügli a pregătit din nou câteva inovații interesante pentru articolele de marcă, comerțul specializat și comercianții cu amănuntul de produse alimentare. Produsele și gamele sunt concepute pentru a fi integrate în liniile de marcă proprie existente sau lansate cu noi etichete.

«Scopul nostru este de a continua să le oferim clienților noștri produse și concepte individuale de

viitor pentru mărcile proprii», afirmă Anna-Lena Kasperek, manager pentru Junior Innovation și Category B2C.

Acest demers a fost deja realizat cu succes în cazul preparatelor expres din paste și al alternativelor de carne, care au fost incluse în sortimentul unor cunoscuți discounteri germani. Comercializarea produselor sub mărcile proprii ale clienților B2C oferă Hügli

un potențial ridicat și, astfel, sprijină cu succes creșterea ulterioară a diviziei.



Conceptele B2C oferă Hügli un mare potențial.

### Hilcona Originale vegane

Hilcona și-a extins gama pentru grupul țintă aflat în permanentă creștere, format din persoane care doresc să renunțe la alimentele de origine animală. Cu «Ravioli Vegane Bolognese» și «Gnocchi vegan» sunt disponibile în prezent două versiuni pur vegetale ale clasicilor italieni populari. Ravioli se remarcă prin umplutura cremoasă pe bază de proteine de mazăre și prin aluatul extra-subțire, acoperit cu făină. Gnocchi, acoperiți cu făină și produși din cartofi gustoși, sunt de asemenea perfecți pentru a fi prăjiți în tigaie.



### Hügli Amestecuri de condimente din întreaga lume

Specialiștii în gastronomie care doresc să prelungească sezonul vacanțelor de vară pentru oaspeții lor, cel puțin din punct de vedere culinar, beneficiază în prezent de sprijin din partea Hügli. Noile «amestecuri de condimente World Cuisine» sunt inspirate din bucătăriile din India, Argentina, Mexic, Thailanda, Maroc și regiunea mediteraneeană. Regula generală conform căreia 30 de grame de amestec de condimente se adaugă la un kilogram de ingredient de bază, de exemplu, un fel de mâncare indiană din linte, simplifică enorm gătitul de zi cu zi. Astfel, bucătarii șefi pot include permanent noi creații internaționale în meniurile lor.





### Eisberg Ungaria Proaspăt amestecate

Iubitorii de smoothie din Ungaria nu mai trebuie să petreacă mult timp tăind produsele necesare pentru prepararea băuturii lor energizante. Începând cu luna iulie este disponibilă noua «Red Drink» de la Eisberg. Ingredientele, printre care se numără salata iceberg, feniculul și sfecla roșie, vin gata pregătite la pungă și trebuie doar să fie pasate cu o banană și apă în mixer. Pe lângă gustul său deosebit și ingredientele de calitate, culoarea sa roșie strălucitoare îl face să atragă toate privirile.



### Eisberg Elveția Creații de legume autumnale

Colegii elvețieni de la Eisberg se ridică din nou la nivelul reputației lor de experți în materie de boluri: Exact la timp pentru începutul anotimpului mai rece sunt disponibile patru noi preparate la modă. Bolurile Buddha «Dovleac murat & Feta» și «Pickled Pumpkin & Beetroot» reprezintă soluții vegetariene. «Cauliflower Bowl» și «Bio Vegan Bowl» sunt, de asemenea, potrivite pentru o dietă vegană.

În plus, amestecul de quiche «Toamna», în care dovleacul butternut joacă rolul principal, și «Iarna», care combină sfecla cu morcovii și prazul, garantează că o tartă delicioasă cu legume poate fi pregătită cu un nivel redus de efort.

### Eisberg Austria Ofensiva vitaminelor

Cu cele mai recente inovații, Eisberg Austria se asigură încă o dată că o mulțime de bunătăți ajung în farfurie cu eforturi reduse. Acest aspect este valabil, de exemplu, pentru noile produse de legume din gama Convenience «Legume pentru grătar», «Legume pentru gătit la aburi», «Legume asiatice», «Legume pentru friptură» și «Legume Esterhazy Classic». Amestecurile sunt gata de preparare la tigaie sau pe grătar.

Iar echipa s-a gândit și la fanii salatei: În timp ce «salata Vogler» cu sfeclă elvețiană și ridichi Microgreens» la pungă oferă verdețuri pure, «salata de proteine» cu ou, feta și leguminoase reprezintă prânzul ușor perfect.



Bell Germania testează plasări secundare de articole

## Șunca amplasată într-un loc nou

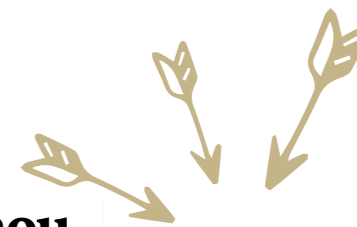
Pentru a atrage și mai mult atenția asupra specialităților de șuncă crudă de la Abraham, în special la ocazii sezoniere, Bell Germania lansează în prezent display-uri secundare pentru plasarea de produse.

Șuncile crude sunt mereu în sezon, cu diverse garnituri pe tot parcursul anului. În prezent, clienții din Germania nu mai trebuie să caute mult timp pentru a-și găsi produsele favorite în perioadele promoționale. Pentru că, datorită noului concept de plasare secundară de la Bell Germania, specialități populare din Abraham, cum ar fi Serrano Gran Reserva din Spania, Prosciutto Crudo din Italia și șunca Savoy din Franța pot fi găsite în prezent direct la raionul de fructe și legume, de exemplu.

«Spre deosebire de alte țări, de exemplu, în Germania nu este încă o

practică atât de frecventă oferirea de șuncă crudă ca produs de autoservire în felii în afara zonelor de răcire», relatează Stephan Holst, director de marketing și comunicare la Bell Germania. «Cu un grad ridicat de uscare și un termen de valabilitate extins, aceste produse reprezintă o alegere foarte bună pentru plasarea în spații fără refrigerare.»

Astfel sunt aduse în același loc produsele care se consumă împreună: șuncă crudă clasică de înaltă calitate de la Abraham cu sparanghel fraged sau tapas festive.



Nimeni nu trebuie să caute prea departe pentru specialitățile Abraham.



Bell Elveția

### Produse clasice pentru gătit rapid

De la jumătatea lunii noiembrie, clienții elvețieni se pot bucura de două feluri de mâncare tradiționale care pot fi pregătite în cel mai scurt timp. Pentru «pășările de carne» – similare rulourilor cunoscute în alte zone – Bell a rulat o umplutură clasică de șuncă, carne tocată și pâine albă în carne slabă de vită elvețiană și apoi a gătit-o sous vide timp de nouă ore. Tot ce trebuie să faceți acasă este să amestecați concentratul de sos de friptură inclus și să încălziți «pășările de carne» în el timp de 15 minute.

Simultan poate fi preparată și noua «carne de supă». Baza pentru aceasta este reprezentată de carnea de vită elvețiană slabă provenită din creșterea vacilor de lapte, care este gătită delicat în prealabil prin fierbere în pungă timp de 14 ore. Cu ajutorul bulionului cu un conținut bogat conținut în pachet și a anumitor legume, se poate prepara foarte repede o supă de vită delicioasă. Carnea fragedă este, de asemenea, delicioasă și dacă este servită sub formă de felii cu puțin muștar sau hrean.

Bell Polonia

### Pentru momentele cu gustări mexicane

Bell Polonia s-a inspirat din condimentele din Mexic pentru noua linie «Desperinos». Primii reprezentanți ai conceptului au fost lansați cu succes în primăvară, sub forma cârnaților sățioși și uscați. În prezent, vor urma chipsurile și feliile de cârnați, precum și cârnații pentru grătar. Întreaga gamă este perfectă pentru o gustare picantă.





Ultra-proaspăt de la Sylvain & CO câștigă competiția

# Pe locuri – fiți gata – servit

*De la procurarea ingredientelor până la producție și livrare trec doar câteva ore. Produsele ultra-proaspete ajung pe raftul din magazin în cel mai scurt timp. Colegii de la Sylvain & CO ne oferă o imagine de ansamblu asupra aspectelor importante.*

Produsele ultra-proaspete au un gust aproape la fel de bun ca și cele preparate în casă. La baza acestei plăceri proaspete se află un proces de producție solicitant. Sylvain & CO din Waadtland este specializată în producția de salate, legume și fructe gata de consum. Pentru a se asigura că salata ajunge în stare crocantă și proaspătă de pe câmp direct la vânzare, aceasta este răcită la patru

**Doar cele mai bune frunze de salată sunt folosite pentru client.**

grade imediat după recoltare. «Când recepționăm mărfurile, verificăm temperatura, dimensiunea, culoarea și alte criterii înainte ca materia primă să intre în producție cu un număr de lot», afirmă Boris Du Fretay, directorul departamentului de producție/infrastructură și director general adjunct al Eisberg/Sylvain & CO. La căpățâna de salată, doar cele mai bune frunze sunt tăiate ulterior manual cu un cuțit. Frunzele care nu pot fi valorificate pot fi folosite pentru a produce biogaz. Mai multe cicluri de spălare ulterioare elimină corpurile străine, cum ar fi pietricelele. Spălarea este delicată, pentru a nu deteriora frunzele. În cazul frunzelor de salată baby, acestea trec ulterior printr-un tunel de uscare cu aer. Frunzele mai rezistente sunt uscate într-o centrifugă. După un nou control de calitate efectuat de un sistem de sortare optică, urmează procesul de ambalare.

**Imediat după comandă, produsul își începe circuitul**

În funcție de produs, termenul de valabilitate variază, de obicei, între două și șase zile. Din acest motiv, acestea sunt produse exact la timp. Producția este efectuată între orele 4.00 și 21.00. «Putem livra comenzile primite până la ora 16.00 chiar în aceeași zi», afirmă Daniel Erni, coordonatorul departamentului de logistică de la Eisberg/Sylvain & CO. «Mărfurile sunt recepționate de noi la departamentul de logistică și sunt preluate la locația respectivă pentru clienții finali. Transporturile cu mărfurile comandate părăsesc departamentul de logistică până la ora 2 noaptea.»

Pentru a garanta cea mai bună calitate, cooperarea armonioasă între diferitele departamente și angajați joacă un rol important. «Grație comunicării foarte bune între departamentele individuale, putem reacționa și ne putem adapta rapid la orice situație», menționează Stéphanie Picard, coordonatoarea departamentului de achiziții de la Eisberg/Sylvain & CO.

Comandarea cantității potrivite la momentul potrivit și luarea în calcul a influențelor externe, cum ar fi condițiile meteorologice, reprezintă una dintre provocările pe care le descrie interlocutoarea noastră în asociere cu achiziționarea de materii prime. Clientul nu ar trebui să observe nimic din toate aceste procese. Indiferent dacă este vorba despre salată, legume sau fructe, produsele trebuie să aibă întotdeauna același gust: ultra proaspăt, super fraged și pur și simplu bun. • *ap*



**Comenzile plasate înainte de ora 16:00 sunt livrate în aceeași zi.**