

# LOOK!

Magazyn firmowy

04 2023



BELL  
FOOD  
GROUP





## Spis treści

### Z codzienności przedsiębiorstwa

- 4 Wspólnie stajemy się coraz lepsi**  
Społeczność TopX spotkała się po raz drugi
- 6 Bo bezpieczeństwo jest najważniejsze**  
Z myślą o kulturze bezpieczeństwa żywności

### Praca w Bell Food Group

- 12 Inspirować, zachęcać i zbliżać ludzi**  
Pierwsze spotkanie networkingowe dla kobiet w Bell Food Group
- 14 Ta praca daje w kość**  
Rzemieślniczy ubój zwierząt: trybowanie

### Ekologia i innowacja

- 16 Na drodze do neutralności klimatycznej**  
Dla coraz mniejszego śladu CO<sub>2</sub>

### Artykuł z okładki

- 20 Symbole jakości i przyjemności**  
Marki Grupy Bell Food

### Nasz świat smaków

- 28 Niech zima stanie się ulubioną porą roku**  
Nowości z Bell Food Group na chłodne dni
- 30 Idą święta!**  
Kulinarne tradycje świąteczne w Bell Food Group

### Osobisty

- 36 «Zaczynałem od długopisu i papieru – teraz pracuję na komputerze»**  
Jubileusze i emerytury od stycznia do marca 2024 r.

### Informacje zwrotne i loteria

- 40 Co podobało się Wam najbardziej?**  
Dzięki Waszym opiniom możecie coś wygrać!

LOOK! można też zaprenumerować, przeczytać lub pobrać online na stronie [look.bellfoodgroup.com](https://look.bellfoodgroup.com).



**Stopka redakcyjna** Magazyn dla pracowników Bell Food Group, 4 wydania w roku, nr 4/2023, grudzień 2023, 29. rocznik. Wydawca: Bell Food Group AG, Elsäßerstrasse 174, 4056 Basel [Bazylea], Szwajcaria. Adres: Bell Schweiz AG, Redakcja LOOK!, Skr. pocztowa 2356, 4002 Bazylea, Szwajcaria Tel. +41 58 326 2447, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](https://www.bellfoodgroup.com). Redakcja: Sara Heiniger (sh), kierownictwo. Wsparcie redakcyjne: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Zdjęcia: Eduardo Elia, Bazylea (CH), str. 4–5; Markus Bühler, Zurych (CH), str. 14; Philipp Jeker, Zurych (CH), Zdjęcie na okładce i str. 20. Ilustracje: Ivo Kircheis, Drezno (DE), str. 8–9; Nicole Gämperli, Lucerna (CH), str. 30–35; Projekt: oblógrafik, Olten, Szwajcaria. Obróbka zdjęć: Proacteam AG, Allschwil, Szwajcaria. Wydruk: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Szwajcaria. Wydrukowano na papierze posiadającym certyfikat FSC. Zmiany adresu: Należy zwrócić się do odpowiedniej jednostki HR lub działu kadr.

Okładka: Manuel Meier (CSB Junior Consultant), Christine Kerwin (Head of Application Management) i Daniel Post (Junior Application Manager) pracując w IT Bell Food Group w Bazylei.

## Wspaniała historia sukcesu

### Drogie Koleżanki, Drodzy Koledzy!

Zrzeszamy ponad 25 różnych marek w Bell Food Group. Wiedzieliście o tym? Od aperitifów po przystawki, dania główne i desery - w naszej ofercie znajduje się szeroka gama produktów. Przejrzyjcie artykuł z okładki, a obiecuję, że odkryjecie marki, o których istnieniu nie mieliście pojęcia. A może i znacie te produkty, ale czy wiecie, że zostały one wyprodukowane w naszej Grupie?

Możecie być również zaskoczeni różnorodnością potrzeb, które zaspokajamy. Obsługujemy zarówno nieoświadczone kucharzy-amatorów, jak i doświadczonych profesjonalnych szefów kuchni. Spełniamy oczekiwania zarówno fanów kuchni wegetariańskiej, jak i miłośników mięsa i ryb. Jeśli chodzi o żywność wysokiej jakości, nie robimy wyjątku. Ponadto dochodzą liczne marki własne, dla których wytwarzamy produkty w imieniu naszych klientów detalicznych i gastronomicznych. Możemy być dumni z bogactwa smaku i jakości, które stanowią wizytówkę Bell Food Group.

Fakt, że jesteśmy obecnie jednym z wiodących producentów żywności convenience w Europie, jest wynikiem naszej konsekwentnej strategii ostatnich lat.

### Stale rośniemy w siłę i rozwijamy się.

Odkąd dołączyłem do dawnej Grupy Bell, mogłem obserwować, jak stale się rozwijamy i przekształcamy w Bell Food Group. Nasza sprzedaż wzrosła z 2,5 mld CHF do 4,3 mld CHF, a liczba pracowników zwiększyła się ponad dwukrotnie. Nasz model biznesowy sprawdził się. Mówiąc krótko: za Bell Food Group kryje się wspaniała historia sukcesu.

Jednak mój osobisty czas w Bell Food Group dobiegnie końca w czerwcu 2024 roku. Po 13 latach na sta-

nowisku CEO cieszę się, że w przyszłości będę mógł podjąć inne wyzwania poza Grupą Coop i przekazać zarządzanie firmą Marco Tschanzowi. Rada Dyrektorów dokonała doskonałego wyboru. Marco udowodnił w ciągu ostatnich kilku lat, że ma to, czego potrzeba, aby poprowadzić Bell Food Group ku dalszym sukcesom. Jego zdolność widzenia szerszej perspektywy i rozpoznawania możliwości dalszego rozwoju poprowadzi naszą firmę naprzód. Dzięki swojemu doświadczeniu zdobytemu na różnych stanowiskach, i jako dyrektor finansowy i szef kilku działów, zna naszą działalność w całej jej różnorodności jak nikt inny. Jako członek zespołu zarządzającego pomagał kształtować kierunek obranej strategii. Z pewnością będzie on kontynuował historię sukcesu Bell Food Group. Życzę mu wszystkiego, co najlepsze oraz samych sukcesów.

Ale jeszcze się z wami nie żegnam. Na razie cieszymy się nadchodzącym okresem świątecznym. Z całego serca życzę Wam i Waszym bliskim spokojnych Świąt Bożego Narodzenia oraz dużo radości, zdrowia i sukcesów w nadchodzącym Nowym Roku.

Lorenz Wyss  
Przewodniczący Zarządu Grupy



Społeczność TopX spotkała się po raz drugi

# Wspólnie stajemy się coraz lepsi

W zeszłym roku padła obietnica «kontynuowania idei spotkań», a dowodem na jej realizację było spotkanie kadry TopX podczas dużego wydarzenia networkingowego mającego miejsce w październiku w szwajcarskiej Bazylei. Całe wydarzenie upłynęło pod znakiem wymiany doświadczeń i wspólnego uczenia się.



## Na rozluźnienie atmosfery zaprezentowano materiał wideo z krótką prezentacją.

Około 40 ekspertów TopX z całej Europy i innych interesariuszy spotkało się w centrum konferencyjnym Coop w Muttensz na początku października, aby uzyskać aktualne informacje na temat procesu doskonalenia się obejmującego całą grupę kapitałową.

Już na samym początku pojawił się powód do uśmiechu, ponieważ wszyscy uczestnicy zostali wcześniej poproszeni o przedstawienie się w krótkich filmach wideo.

Prezentacja nagranych klipów wprowadziła uczestników w bardzo pozytywny nastrój.

Pierwszego dnia odbyły się interaktywne warsztaty w trzech grupach, na które uczestnicy musieli zarejestrować się z wyprzedzeniem. Grupy pracowały pod okiem dwóch moderatorów z zespołu TopX i prowadziły dyskusję na poszczególne tematy. Warsztaty opierały się przede wszystkim na podejściu praktycznym, dzięki czemu wszyscy uczestnicy mogli czerpać ze swoich codziennych doświadczeń.

Warsztaty «Change and Leadership» dotyczyły skutecznego planowania i wdrażania zmian w kierunku kultury ciągłego doskonalenia w firmie. Dodatkowo obejmowały wzmocnienie kompetencji osobistych za pomocą odpowiednich narzędzi, pozwalających na przygotowanie się do wyzwań związanych ze zmianami.

Warsztaty «Zarządzanie wiedzą» poświęcono skutecznym sposobom rozpowszechniania wiedzy wśród pracowników. Celem było przedstawienie uczestnikom działającego mechanizmu prezentowania wiedzy TopX.

Ci, którzy zdecydowali się z kolei na warsztaty «Zrównoważony rozwój», dowiedzieli się, w jaki sposób można skutecznie wdrożyć ten temat w TopX. Po wprowadzającej prezentacji Fabiana Biedermanna na temat wdrożenia strategii zrównoważonego rozwoju Bell Food Group w Hilconie, eksperci TopX opracowali koncepcje implementacji w swoich własnych zakładach.

Drugiego dnia na spotkaniu pojawili się Lorenz Wyss i Philipp Allemann, którym zaprezentowano wnioski zebrane podczas pierwszego dnia warsztatów oraz przekazano informacje na temat najważniejszych projektów zrealizowanych w roku 2023. Podobnie jak w poprzednim roku, eksperci TopX przygotowali plakaty z podsumowaniem najważniejszych punktów.

«Wszyscy byli bardzo dumni z wyników swojej pracy i prezentowali je z radością i ogromnym zaangażowaniem. To spotkało się również z entuzjazmem Lorenza i Philippa», relacjonuje Marc Spanuth, były koordynator Top Excellence Bell Food Group. «Przemówienie, które miało miejsce potem, było bardzo motywujące i stało się jasne, jak dalekosiężny wpływ mamy dzięki naszemu programowi TopX. Oczywiście chcemy sprostać tej odpowiedzialności w przyszłości i dlatego cieszyć się,



że mogę pozostawić losy programu w dobrych rękach. Mam nadzieję, że będzie to skutkowało kolejnymi owocnymi szczytami».

Dla Marca Spanutha oznaczało to koniec pracy na stanowisku kierownika programu TopX. Podczas szczytu TopX oficjalnie przekazał pałeczkę Michaelowi Baummannowi, który od teraz będzie odpowiedzialny za proces doskonalenia.

«Z wielką przyjemnością przejmuję odpowiedzialność za program TopX i widzę, jak wraz z moimi nowymi kolegami i koleżankami, tworzymy wspólnie krąg ludzi nastawionych na stałe doskonalenie i rozwój», mówi Michael Baumann.

«Podczas szczytu wszyscy uczestnicy podjęli wszelkiego rodzaju działania na rzecz lepszego nawiązywania kontaktów i zacieśniania współpracy. W takim duchu przebiegło tegoroczne spotkanie. Pielęgnujmy w sobie ten zapał, aby pomagać i uczyć się od siebie nawzajem poprzez ścisłą współpracę. Pozwoli nam to wykorzystać w pełni siłę synergii w Bell Food Group».

Jedną rzeczą była pewna pod koniec tych dwóch jakże intensywnych dni: «Ciąg dalszy nastąpi.» Kolejna edycja szczytu TopX została zaplanowana na 2024 rok. • *mr*

**Drugiego dnia do warsztatów dołączyli Lorenz Wyss i Philipp Allemann.**

Z myślą okulturze bezpieczeństwa żywności

# Bo bezpieczeństwo jest najważniejsze

Oferowanie bezpiecznej żywności jest jednym z głównych celów Bell Food Group. Wymaga to aktywnego zaangażowania w kulturę bezpieczeństwa żywności – *Food Safety Culture*. Obecne działania firmy Eisberg idealnie pokazują, jak podnosić świadomość na temat bezpieczeństwa żywności. A Ty co wiesz na ten temat? Sprawdź swoją wiedzę w specjalnie przygotowanej w tym celu zagadce.



**Jaka jest Twoja wiedza na temat bezpieczeństwa żywności? Sprawdź to za pomocą naszej zagadki umieszczonej na stronie 8 i znajdź wszystkie 9 sytuacji, w których ktoś nie przestrzega przepisów dotyczących bezpieczeństwa żywności. Miłego szukania!**

W dniu 7 czerwca 2023 r. w szwajcarskiej spółce Eisberg wszystko kręciło się wokół tematu bezpieczeństwa żywności. Aby uczcić piątą Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa Żywności WHO, firma zorganizowała własne wydarzenia we wszystkich swoich zakładach. Wszyscy pracownicy Eisberg i Sylvain & CO zostali zaproszeni do wzięcia udziału i sprawdzenia oraz poszerzenia swojej wiedzy. Członkowie grupy TopX z Działu Jakości i Kontroli Procesów podeszli do organizacji tego przedsięwzięcia z ogromnym entuzjazmem i dużą dozą kreatywności. Wydarzenie zostało zaplanowane tak, aby

wszystkie zespoły mogły wziąć w nim udział, i te z porannej zmiany, jak i z tej nocnej.

I tak duża część pracowników szwajcarskiej spółki Eisberg z Działu Produkcji i Administracji wzięła między innymi udział w zadaniu polegającym na wyczuwaniu obcych przedmiotów w zamkniętym pudełku czy określeniu alergenów. Nie zabrakło również przestrzeni pozwalającej na aktywną wymianę doświadczeń i refleksji.

W końcu wszyscy mogli uczyć się od siebie nawzajem, jeśli chodzi o bezpieczeństwo żywności.

«Po raz pierwszy w historii spółki Eisberg zorganizowaliśmy takie wydarzenie podczas bieżącej działalności firmy», mówi André Julmi, dyrektor ds. zarządzania jakością i członek zarządu Eisberg. «W trakcie realizacji tego projektu pracownicy nawiązywali kontakty, które nie byłyby możliwe w codziennym życiu lub podczas sesji szkoleniowych. Pozytywne opinie były dla nas najlepszym potwierdzeniem, że ten dzień był strzałem w dziesiątkę».

Ale nie tylko to jednorazowe wydarzenie stanowi dowód na to, że Eisberg coraz bardziej skupia się na bezpieczeństwie żywności. W ramach projektu pilotażowego testuje się obecnie w tej spółce, w jaki sposób można zintegrować ten temat z programem TopX. W tym celu Dział Jakości i Kontroli Procesów rozszerzył zawartości Shop Floor Boards o punkty z obszaru *Food Safety*.

**W wydarzeniu wzięły udział wszystkie zmiany.**



Nowe logo *Food Safety Culture* przyciąga większą uwagę podczas kontaktu z żywnością.



W ten sposób temat ten będzie zawsze obecny przy okazji cyklicznych spotkań w Dziale Produkcji, co również pozwoli na konsekwentne zwiększanie świadomości w tym zakresie.

«Oczywiście nieustannie pracujemy nad tym, aby nasze produkty były wytwarzane w sposób bezpieczny we wszystkich podmiotach Grupy» – mówi Marco Märsmann, dyrektor ds. zrównoważonego rozwoju/zarządzania jakością w Bell Szwajcaria i szef Centrum Kompetencji zarządzania jakością. «Aby jeszcze głębiej i bardziej systematycznie móc zagłębić się w temat *Food Safety*, chcemy wykorzystać narzędzia z programu TopX. Obecnie trwają testy, w jaki sposób można to wdrożyć do codziennej pracy w spółce Eisberg».

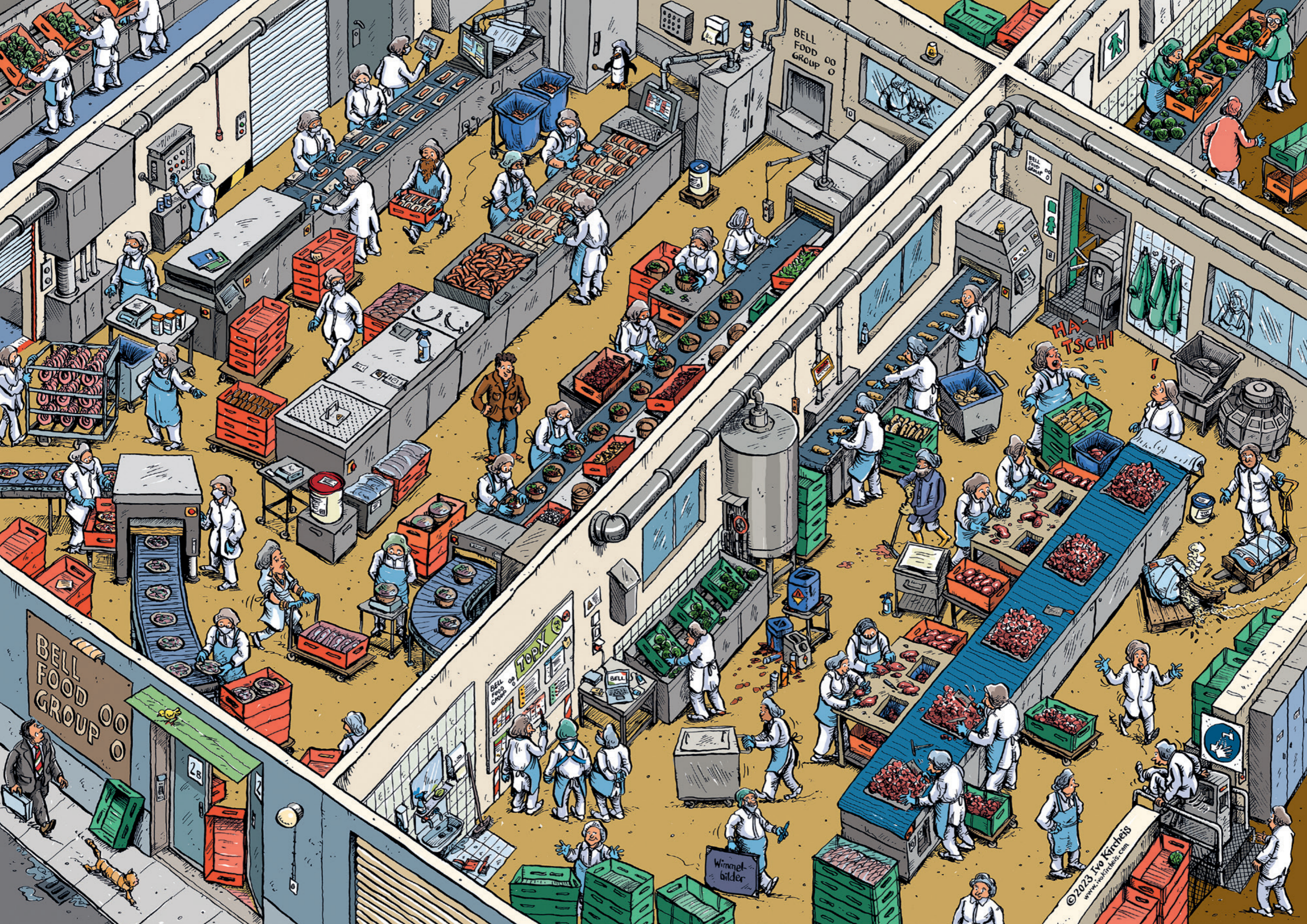
Zespół ds. zarządzania jakością opracował również wytyczne, które mają na celu zdefiniowanie i promowanie kultury bezpieczeństwa żywności w Grupie Bell Food. Wyraźnie widać, że najważniejszym czynnikiem w tym obszarze są ludzie. Ponieważ każdy, kto ma do czynienia z żywnością, również przyczynia się do zapewnienia jej odpowiedniego bezpieczeństwa.

«Dziesięć lat temu rozumienie bezpieczeństwa żywności było zupełnie inne» – mówi Marco Märsmann. «Od tego czasu metody analizy stały się bardziej precyzyjne, zmieniły się przepisy, ale i my również ewoluowaliśmy. Chcemy spełnić wszystkie wymagania stawiane nam przez różnego rodzaju podmioty zewnętrzne, ale również te stawiane przez nas samych. Dlatego ważne jest, abyśmy wszyscy wnieśli wspólny wkład i krytycznie przeanalizowali nasze działania w kontekście bezpieczeństwa żywności».

**Ludzie są najważniejszym czynnikiem wpływającym na bezpieczeństwo żywności.**

Ponieważ podnoszenie świadomości na ten temat nie ma końca, Bell planuje również w przyszłym roku zorganizować wydarzenia z okazji Międzynarodowego Dnia Bezpieczeństwa Żywności – *Food Safety Day*. Gdyby to zależało tylko od Marco Märsmanna, ten dzień zostałby również ogłoszony w pozostałych spółkach Grupy. «Przykład spółki Eisberg bardzo dobrze pokazuje, jak taki dzień podnosi świadomość wśród wszystkich, promuje interakcje i może stanowić również świetną zabawę. Dlatego chciałbym, aby kiedyś został zorganizowany Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa Żywności *Food Safety Day* na poziomie całego concernu.»

Zgodnie z tym postanowieniem Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa Żywności *Food Safety Day* odbył się także w austriackiej spółce Eisberg 19 września 2023 roku. W trzech punktach informacyjnych zespół ds. zarządzania jakością w zabawny sposób przeprowadzał wśród około 500 pracowników kampanię informacyjną nt. bezpieczeństwa żywności. W ramach podziękowania uczestnicy zostali poczęstowani obiadem przygotowanym w foodtrucku przez kierownictwo – oraz dodatkową 15-minutową przerwą obiadową, aby każdy mógł w spokoju spałaszować swojego burgera! • *mr*



BELL  
FOOD  
GROUP

HA-  
TSCHI!

BELL  
FOOD  
GROUP

TOPX  
BELL  
FOOD  
GROUP

Wimmel-  
bilder

©2023 Ivo Kirchheis  
www.ivo-kirchheis.com

### Odzież ochronna

Każdy, kto zajmuje się przetwarzaniem żywności, musi zapewnić higieniczne środowisko pracy. Czysta odzież robocza i ochronna jest zatem niezbędna przy każdym wejściu na teren produkcji. Nie we wszystkich lokalizacjach Bell Food Group obowiązują takie same zasady i dlatego należy przestrzegać lokalnych przepisów.

#### Odzież ochronna

Ta osoba nie nosi ochraniacza na brode. Długość brody i dżi, w którym należy nosić ochraniacz na brode, mogą się różnić w zależności od zakładu.

### Ciała obce

Ciała obce, takie jak metal, drewno, szkło, twarde plastik lub fragmenty paznokci lub włosów w żadnym wypadku nie mogą dostać się do produktów. Pracownicy muszą zatem zawsze przestrzegać przepisów dotyczących przedmiotów niedozwolonych na terenie produkcji.

Posprzątaj!

#### Nieautoryzowany dostęp

Osoba ta nie posiada przepustki i porusza się po firmie bez odpowiedniego opiekuna. Należy podejść do takiej osoby i odprowadzić ją do bramki/recepcji. Bezpośredni przełożony musi zostać poinformowany o incydencie. Ponadto osoba ta nie ma na sobie odzieży ochronnej.

### Nieautoryzowany dostęp

Ochrona żywności (Food Defense) to ochrona produktów firmy przed celową złośliwą manipulacją. Aby zapobiec takiemu sabotażowi, należy zawsze upewnić się, że żadne nieupoważnione osoby nie uzyskają dostępu do pomieszczeń produkcyjnych.

#### Ciała obce

Ta osoba ma na sobie biżuterię. Noszenie biżuterii, takiej jak naszyjniki, pierścionki, kolczyki lub widoczny piercing, jest surowo zabronione na terenie zakładu produkcyjnego. Istnieją jednak również lokalne wyjątki, na przykład w przypadku obrączek ślubnych.

#### Nieautoryzowany dostęp

Te drzwi muszą być zamknięte i nie mogą być otwarte.

### Porządek w miejscu pracy

Bezpieczne środowisko pracy ma zasadnicze znaczenie dla ochrony zdrowia pracowników i jakości produktów. Dlatego ważne jest, aby obszary produkcji były uporządkowane i czyste. Zagrożenia potknięciem muszą zostać usunięte, ryzyko obrażeń zmniejszone, a brud uprzątnięty. Przybory do pracy, które przechowuje się we właściwym miejscu, można ponownie zlokalizować.

#### Odzież ochronna

Ta osoba ma na sobie niewłaściwą odzież ochronną. Kolor płaszcza nie pasuje do koloru na znaku. W zakładach produkcyjnych mogą obowiązywać różne przepisy dotyczące odzieży ochronnej. Każda osoba przenosząca się do innego obszaru higienicznego musi nosić odpowiednią odzież.

### Higiena personelu i produkcji

Każdy, kto zajmuje się przetwarzaniem żywności, musi zapewnić higieniczne środowisko pracy. Higiena osobista pracowników i higiena produkcji mają tu kluczowe znaczenie.

#### Higiena personelu i produkcji

Osoba ta kicha, nie zwracając uwagi na otoczenie. Jeśli ktoś kicha, powinien odwrócić się i kichnąć w zgięcie ramienia. Każdy, kto kichnie w maskę higieniczną lub osłonę brody, musi natychmiast zmienić maskę i umyć ręce.

HA-TSCHI

Posprzątaj!

Posprzątaj!

#### Ciała obce

Pojemniki z chemikaliami (np. środkami czyszczącymi) muszą być prawidłowo przechowywane. W żadnym wypadku nie mogą one dostać się do produktów. Dlatego pojemniki muszą być zawsze prawidłowo oznakowane i odpowiednio uporządkowane.

#### Ciała obce

Ten wypadek musi zostać zgłoszony i usunięty. Drzazgi z uszkodzonej palety mogą dostać się do produktów.

#### Higiena personelu i produkcji

Ta osoba próbuje przejść przez służbę higieniczną bez umycia rąk. Przed wejściem na teren produkcji należy zawsze dokładnie umyć i zdezynfekować ręce.

Ilustracja na stronach 8 i 9 zawiera ukryte/niepasujące obiekty. To zabawne odzwierciedlenie rzeczywistości. Dlatego możliwe jest, że sytuacje na zdjęciu nie pokrywają się idealnie z rzeczywistością w Twojej firmie.

Pierwsze spotkanie networkingowe dla kobiet w Bell Food Group

# Inspirować, zachęcać i zbliżać ludzi

Około 100 uczestniczek wzięło udział w popołudniu pełnym pozytywnej energii podczas pierwszego kobiecego wydarzenia networkingowego Bell Food Group, które odbyło się na początku października. Spotkanie to zostało zorganizowane z myślą o realizacji celu Grupy, jakim jest wprowadzanie coraz większej liczby kobiet na stanowiska kierownicze. Kolejne działania w tej materii będą oczywiście kontynuowane.

## Wydarzenie to zapoczątkowało wiele innych działań.

«To było inspirujące i bardzo budujące.» «To wydarzenie stworzyło ważny fundament dla nas, kobiet.» «Byłam pod wrażeniem różnorodności tematów.» «Już nie mogę się doczekać następnego spotkania.» To tylko niektóre informacje zwrotne po pierwszym wydarzeniu networkingowym dla kobiet zorganizowanym przez Bell Food Group.

Wydarzenie to było wstępem do szeregu innych działań zaplanowanych na nadchodzące lata. Wspólnie z Coop, Bell Food Group postawiła sobie za cel zwiększenie odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych od 0 do 3, tj. w ścisłym kierownictwie Grupy liczącym około 200 osób, do 20% do 2026 roku. W tym celu od 2022 r. opracowano koncepcję «Diversity & Inclusion», koncentrującą się na promowaniu kobiet na stanowiskach kierowniczych, która jest obecnie sukcesywnie wdrażana.

«Dzięki temu pierwszemu wydarzeniu nie tylko przekształciliśmy

tematykę różnorodności i integracji (D & I) oraz kobiet w świecie biznesu w bliskie i emocjonalne doświadczenie, ale także położyliśmy podwaliny pod przyszłe spotkania i procesy zmian» – relacjonuje Roksana Cegła, która jako kierownik projektu była częścią ośmioosobowego zespołu, który zorganizował event. Wśród uczestniczek znalazło się około 100 niemieckojęzycznych kobiet zatrudnionych we wszystkich obszarach biznesowych, z których większość zajmuje już stanowiska kierownicze.

Już od pierwszego przemówienia CEO Lorenza Wyssa stało się jasne, jak ważna dla Bell Food Group jest kwestia awansowania kobiet. Doris Leuthard, obecna wiceprezes zarządu Bell Food Group i była szwajcarska radna, przedstawiła następnie charyzmatyczną prezentację na temat tego, co jest potrzebne, aby osiągnąć założony cel. Podkreśliła między innymi, że jednym z wyzwań dla kobiet pozostaje pogodzenie pracy z życiem prywatnym.

Wśród najważniejszych punktów wydarzenia znalazła się ekscytująca dyskusja panelowa, w której pięć kobiet z różnych obszarów Bell Food Group i Coop dyskutowało o tym, jak w praktyce radzą sobie z równoważeniem kariery i rodziny oraz jakie mają doświadczenia z dyskryminacją kobiet w ich dotychczasowym życiu zawodowym.

Zwieńczeniem był tak zwany «eksperyment statusowy», który poprowadziło dwóch członków teatru Improtheater z Konstancji. Dlatego dwie ochotniczki wcieliły się w codzienne sytuacje. Ich zadaniem było przyjęcie

## Szeroka komunikacja powinna zakotwiczyć zagadnienie w umysłach ludzi.

z góry określonego statusu w dyskusji na temat spóźnienia dziecka do domu. W ten sposób zarówno uczestniczki tego eksperymentu, jak i jego obserwatorzy mogły na żywo doświadczyć, jaki wpływ na sytuację rozmowy ma określone zachowanie.

Zespół projektowy celowo zaplanował dłuższe przerwy między poszczególnymi punktami programu, aby umożliwić wszystkim wymianę pomysłów. Wydarzenie to zainicjowało utworzenie sieci networkingowej kobiet w całej Grupie, obejmującej różne obszary działalności i lokalizacje.

«Byłam podekscytowana widząc, jak dynamicznie było to wydarzenie oraz jak aktywnie i z jak dużym zainteresowaniem uczestniczki angażowały się w projekt i nawiązywały ze sobą kontakty» – mówi Birgit Schmidinger, D&I Manager w Bell Food Group. «W ten sposób po-

łożyliśmy podwaliny pod wszystkie działania, dzięki którym zamierzamy przyspieszyć awanse kobiet w nadchodzących latach w ramach naszego programu D&I».

Następne kroki zostały już zdefiniowane. Pierwszym etapem tego procesu jest zakotwiczenie zagadnienia w umysłach ludzi poprzez szeroko zakrojoną komunikację. Przykładowo, kwestia ta znalazła się w agendzie Szczytu Kadry Zarządzającej, który ma się odbyć pod koniec listopada.

Ponadto obecnie tworzona jest komisja doradcza i grupa robocza dla zapewnienia wdrożenia planowanych działań. Kolejne wydarzenia networkingowe dla kobiet jest już zaplanowane na nadchodzący rok. • *mr*



Wideo z wydarzenia networkingowego dla kobiet

Rzemieślniczy ubój zwierząt: trybowanie

# TA PRACA DAJE W KOŚĆ

Podczas procesu trybowania kości są usuwane z kawałków mięsa, takich jak łopatka wołowa lub udziec wieprzowy. Dopiero potem mięso może zostać poddane dalszej obróbce. Praca ta wymaga nie tylko ostrych noży i zwinnych palców, ale przede wszystkim ogromnej wiedzy.

W zakładzie rozbioru mięsa Bell w Oensingen praca nie należy do najlżejszych: siedmiu rzeźników jest zajętych trybowaniem tylnych ćwierćtuszy. Najpierw 68-kilogramowy kawałek udźca wołowego wraz z rostbefem i antrykotem jest dzielony kawałek po kawałku na poszczególne części. Kości są wyjmowane, mięśnie oddzielane, a ścięgna i tkanka łączna usuwane. Podczas gdy jeden pracownik z grubszą rozbiera ćwierćtusze tylne, dwóch jego kolegów trybuje kawałki antrykotu, a czterech pracowników kroci udziec wołowy – średnio 85 kawałków na godzinę.

Na kolejnym stanowisku – gdzie rozbiera się ćwierćtuszę przednią – dwunastu pracowników usuwa przednią część tuszy i wycina szyję, karkówkę, łopatkę i rozbratel.

#### Bez trybowania nie ma filetów

Trybowanie jest kluczowym etapem obróbki mięsa. Następuje po wstępnym rozbiorze tuszy, podczas którego krowa lub świnia jest rozbiwana na dwa lub cztery duże kawałki. Następnie trafiają one na taśmę rozbioru. Dopiero po trybowaniu filet może zostać poddany obróbce, a rozbratel przetworzony na steki i pieczeń.

#### Znajomość anatomii zwierzęcia ma kluczowe znaczenie.

Trybowanie odbywa się w różnych lokalizacjach Bell Food Group: w Bell (CH), a także w Hubers Landhendl (AT) i Süddeutsche Truthahn AG (DE). Trybuje się mięso wołowe, wieprzowe i drobiowe, przy czym wiele etapów procesu rozbioru drobiu jest zautomatyzowanych i zmechanizowanych w zakładzie Bell w Zell.

#### Głowa i korpus

Pomimo pomocy dostępnych obecnie dla osób pracujących na linii rozbioru, trybowanie nadal wykonywane jest niemal wyłącznie ręcznie. Ta praca naprawdę daje w kość.

Potwierdza to również Daniel Plüss. Jako szef działu świeżego mięsa w zakładzie Bell w Oensingen, sam rzadko zajmuje się trybowaniem, ale podkreśla na każdym kroku: «Ci, którzy zajmują się rozbiorem mięsa, wykonują ciężką pracę fizyczną. Po zakończeniu zmiany na linii rozbioru można spokojnie stwierdzić, że wykonało się kawał dobrej roboty.»

Trybowanie to nie tylko kwestia siły fizycznej i zwinnego cięcia. Kluczowa jest wiedza specjalistyczna, zwłaszcza znajomość anatomii zwierzęcia.

#### Natura nie zna standardów

Trybowanie pozwala uzyskać czyste kawałki mięśni, które powinny wyjść bez nieestetycznych nacięć w mięsie. To, co w teorii brzmi prosto, ma pewien haczyk: «W naturze nie ma standardów» – wyjaśnia Daniel Plüss – «Oznacza to, że żadne dwa kawałki mięsa nie są takie same. Pracownicy muszą zatem brać to pod uwagę podczas swojej pracy.»

Dlatego tylko profesjonalści mogą pracować na linii rozbioru. Podczas nauki rzeźniczego fachu uczy się, jak staw biodrowy układa się między częściami mięsa. Lub który naturalny szew można wykorzystać do łatwiejszego oddzielenia dwóch kawałków mięśnia.

«Jeśli chcesz trybować, potrzebujesz również ostrego noża», dodaje Daniel Plüss z uśmiechem na koniec, «naprawdę nie zajdziesz daleko z tępym ostrzem». • sh



**Daniel Plüss**  
Szef działu świeżego mięsa, Bell Switzerland w Oensingen



#### Czy wiesz, że? W Szwajcarii odbywają się mistrzostwa w trybowaniu.

Każdego roku specjaliści od mięsa ze wszystkich zakątków Szwajcarii rywalizują w Mistrzostwach Szwajcarii w Trybowaniu i chcą zostać najlepszymi w swoim fachu. W dniu zawodów uczestnicy rywalizują w różnych kategoriach (praktykanci, rzeźnicy, rzeźnicy akordowi, rzeźnicy biurowi i seniorzy) w trybowaniu łopatki wieprzowej. Nieprawidłowo oczyszczone mięso czy nacięcie na nim są karane sekundami karnymi.

W 2023 roku mistrzostwa odbyły się w Weinfelden w Szwajcarii. Wzięło w nich udział ośmiu praktykantów i 27 etatowych pracowników Bell. Ich umiejętności zostały nagrodzone srebrnym medalem w kategorii «Praktykanci» (Valerio Capizzi, na zdjęciu) oraz trzema brązowymi medalami w kategoriach «Rzeźnik biurowy» (Michael Lohner), «Seniorzy» (Urs Lohner) i «Ocena firmy» (Daniel Plüss, Stefan Seiler, Daniel Toxler i Aron Debesay).

Zdenek Kubicek pracuje jako rzeźnik w zakładzie rozbioru mięsa Bell w Oensingen (CH) od 2019 roku.



Dla coraz mniejszego śladu CO<sub>2</sub>

# Na drodze do neutralności klimatycznej

«Żyjmy odpowiedzialnie», tak brzmi jedna z trzech misji Bell Food Group. Celem jest ciągłe doskonalenie w zakresie zrównoważonego rozwoju. Ważnym aspektem jest tutaj redukcja emisji CO<sub>2</sub> do poziomu neutralności klimatycznej. Z tym wyzwaniem można sobie poradzić tylko we współpracy z partnerami z branży. • *mr*

Dzięki swojej strategii klimatycznej Bell Food Group stosuje holistyczne podejście do redukcji emisji gazów cieplarnianych. Grupa dąży do osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 roku. Pierwszym krokiem na tej drodze jest analiza emisji CO<sub>2</sub> w całym łańcuchu wartości, tj. we wszystkich trzech zakresach (patrz diagram).

**Obliczono, że w 2021 r. ilość CO<sub>2</sub> wyniesie 5,7 mln ton.**

## Kategorie emisji



Na rok 2021 wyliczono 5,7 miliona ton CO<sub>2</sub>e. Litera «e» oznacza ekwiwalent, ponieważ oprócz dwutlenku węgla wytwarzane są inne gazy cieplarniane, które są również uwzględniane w obliczeniach wraz z ich odpowiednim wpływem na klimat.

Jeśli spojrzymy na poszczególne segmenty, w których wytwarzane są gazy cieplarniane, analiza pokazuje, że 95 procent emisji Bell Food Group jest wynikiem zakupionych towarów i usług. Innymi słowy, w obszarach, na które Grupa ma niewielki bezpośredni wpływ. Na przykład, nie można określić, czy dostawca pozyskuje energię z energii słonecznej lub czy ogrzewa swoją firmę w sposób przyjazny dla klimatu.

Duża część emisji pochodzących «z zewnątrz» jest również generowana przez produkty zwierzęce, które są niezbędne dla działalności biznesowej w wielu obszarach Bell Food Group. Ale i tutaj Grupa ma tylko ograniczony wpływ, ponieważ wołowina przykładowo kupowana jest na wolnym rynku.

Ciąg dalszy na stronie 18

To wpływa na ślad CO<sub>2</sub> Grupy Bell Food.



## Jak Bell Food Group zmniejsza swój ślad CO<sub>2</sub>?

### Słońce jako źródło energii Zakres (scope) 2

Systemy fotowoltaiczne mają również istotny wkład w proces przejścia Bell Food Group na zieloną energię. Obecnie prawie 30 elektrowni słonecznych zostało już zbudowanych lub jest w właśnie w budowie. Oznacza to, że 45% lokalizacji korzysta już z energii słonecznej.

Jednym z najnowszych przykładów jest nowa farma fotowoltaiczna w zakładzie Bell w Niepołomicach, która została zbudowana na niezagospodarowanym polu tuż obok zakładu. Po całkowitym ukończeniu projektu będzie dostarczać około 2000 megawatogodzin energii elektrycznej rocznie.



### Dodatek paszowy dla bardziej przyjaznej dla klimatu hodowli bydła Zakres (scope) 3

W poszukiwaniu sposobu na ograniczenie emisji metanu przez bydło, Bell Food Group wspiera wspólny projekt, w ramach którego testowane są dodatki paszowe. Zgodnie z obecnymi ustaleniami eksperci zakładają, że takie dodatki mogą znacznie zmniejszyć emisję metanu.

Aktualny projekt koncentruje się obecnie na testowaniu skuteczności i opłacalności żywienia wspomagającego w hodowli zwierząt żywionych w systemie wypasowym. Jest to zgodne z celem Bell Food Group, jakim jest redukcja emisji gazów cieplarnianych nie tylko wewnątrz firmy, ale także w całym łańcuchu wartości.



### Pasza dla zwierząt ze źródeł niepowodujących wylesiania Zakres (scope) 3

Lasy magazynują CO<sub>2</sub>, ale ich zniszczenie ponownie uwalnia to CO<sub>2</sub>. Zwiększa to efekt cieplarniany i globalne ocieplenie. Ochrona lasów i ograniczenie wylesiania ma zatem kluczowe znaczenie dla ograniczenia emisji CO<sub>2</sub>. Dzięki działaniom w ramach programu «Pasza dla bydła, trzody chlewnej i kurcząt bez wylesiania», Bell Food Group realizuje długoterminowy cel promowania pasz dla zwierząt pochodzących ze źródeł niepowodujących wylesiania.

Jako członek stowarzyszenia «Donau Soja» i «Soya Network Switzerland», Bell Szwajcaria aktywnie angażuje się w promowanie odpowiedzialnej uprawy soi na paszę dla zwierząt w krajach pochodzenia. Jednocześnie Hubers/Süttag konsekwentnie dąży do przejścia na odpowiedzialnie produkowaną soję paszową pochodzenia europejskiego.

### Jeszcze bardziej zrównoważone kurniki Zakres (scope) 3

Szczególnie przyjazny dla zwierząt system hodowli (w skrócie BTS), charakteryzuje się teraz dodatkową zaletą w postaci zrównoważonego rozwoju. Nowy system BTSplus nie wykorzystuje już paliw kopalnych. Skutkuje to również mniejszą emisją CO<sub>2</sub>.

Własny system fotowoltaiczny w pilotażowym kurniku w Zell w Szwajcarii dostarcza każdego roku ponad dwa razy więcej energii niż tego potrzeba. Nadwyżka jest wykorzystywana przez inne firmy lub wprowadzana do sieci publicznej.



### Pompa ciepła dla Zell Zakres 1 + 2

W 2021 r. zakład Bell w Zell, specjalizujący się w hodowli drobiu, został wyposażony w wysokociśnieniową pompę ciepła. Zastąpiła ona poprzedni system ogrzewania olejowego do produkcji ciepłej wody dla różnych procesów produkcyjnych i jest jednym z wielu przykładów działań na rzecz efektywności energetycznej w Bell Food Group.

Pozwoliło to już zaoszczędzić 150 000 litrów oleju opałowego i 400 ton gazów cieplarnianych. Ograniczyło to emisję CO<sub>2</sub> w samym zakładzie w Zell o około 20 procent.

### Hilcona wspiera klientów usług gastronomicznych za pomocą danych określających zakres CO<sub>2</sub>.

Tego lata Hilcona stała się pierwszym producentem żywności, który pokazał wynik CO<sub>2</sub> określonych menu w publicznej bazie danych usług gastronomicznych zawierającej ponad 600 przepisów. Specjaliści z branży mogą na pierwszy rzut oka rozpoznać, w jakim stopniu zrównoważone są potrawy, które chcą przygotować.

Lokale gastronomiczne, które serwują głównie dania z trzygwiazdkową oceną klimatyczną, mogą zaoszczędzić ponad połowę CO<sub>2</sub> pochodzącego z produkcji żywności. W ten sposób Hilcona wspiera branżę gastronomiczną w ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych i pomaga firmom na dalszych etapach łańcucha dostaw lepiej analizować ich ślad ekologiczny.

Działanie to nie ma bezpośredniego wpływu na ślad CO<sub>2</sub> w Grupie Bell Food, ale pomaga zmniejszyć globalną emisję CO<sub>2</sub>. Jednak strategia klimatyczna Bell Food Group nie obejmuje zmiany asortymentu produktów – na przykład zastąpienia produktów mięsnych alternatywami mięsnymi.

Ciąg dalszy ze strony 16

«Cała nasza branża stoi przed poważnym wyzwaniem, jakim jest opracowanie odpowiednich środków ochrony klimatu, zwłaszcza w zakresie 3», wyjaśnia Marco Märsmann, dyrektor ds. zrównoważonego rozwoju/zarządzania jakością w Bell Szwajcaria i szef Centrum Kompetencji Zrównoważonego Rozwoju. «Wymaga to innowacyjnych pomysłów, a my musimy ściśle współpracować z dostawcami, pozostałymi partnerami biznesowymi i środowiskiem naukowym.»

### Bell Food Group nie może sama podążać drogą do neutralności klimatycznej.

Oznacza to, że Bell Food Group nie może podążać ścieżką do neutralności klimatycznej do 2050 r. we wszystkich trzech zakresach sama. Grupa jest jednak bardzo zmotywowana do rozwijania nowych pomysłów i opracowywania środków wspólnie z innymi graczami z branży. Świadczy o tym już kilka przykładów.



Marki Grupy Bell Food

# Symbole jakości i przyjemności

Często to właśnie konkretne marki przyczyniają się do podjęcia decyzji o zakupie. Dotyczy to zarówno sneakersów, jak i kielbas, sałatek czy makaronów. W skład Bell Food Group wchodzi prawie 30 marek. Dzięki różnym deklaracjom złożonym przez poszczególne marki, uosabiają one wielką różnorodność Grupy. Ale jest też coś, co je łączy: wszystkie symbolizują przyjemność i wysoką jakość. • mr



**ABRAHAM**  
DER SCHINKENSPEZIALIST

Marka **Abraham** specjalizuje się w produkcji tradycyjnej szynki surowej z europejskich regionów, słynących z takich produktów. Jest liderem w swoim segmencie w Niemczech.

**Od kiedy?** 1971

**Gdzie?** Niemcy

**Organizacja:** Bell Niemcy

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** szynka surowa



**Bell**

Tradycyjna marka **Bell** jest obecnie numerem jeden w szwajcarskim przemyśle mięsnym, oferującym szeroką gamę mięsa, drobiu, wędlin i owoców morza. Poziom świadomości na jej temat w Szwajcarii wynosi ponad 90%.

**Od kiedy?** 1869

**Gdzie?** Szwajcaria, Niemcy, Francja, Polska

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** mięso, wędliny, owoce morza



## Marki tworzą obrazy w głowie

Zgodnie z definicją, marka oznacza nazwę lub znak – lub kombinację obu – których firma używa w celu odróżnienia swoich produktów lub usług od innych. Wartość takiej marki zależy od tego, jak dobrze jest znana, jak dobrze wyróżnia się na tle konkurencji i jak bardzo ufa jej grupa docelowa.

Kluczową rolę odgrywa tu pozycjonowanie. Narzuca ono marce określoną treść. W przypadku nowej marki, wizerunek ten należy najpierw zbudować; w przypadku marek o ugruntowanej pozycji, jest to kwestia utrzymania go i ciągłego dostosowywania do ducha czasów.

Każdy zapewne doświadczył tego, że wystarczy zobaczyć fragment logo lub typowy schemat kolorystyczny, aby nie tylko wiedzieć, o jaką markę chodzi, ale także mieć w głowie obrazy jej produktów lub filozofię życia, którą przekazuje.

**Zdjęcie strona 20:**  
Marco Kiefer (Employee Purchasing IT),  
Baris Bayram (ICT Architect)  
i Thomas Tieftrunk (CSB Consultant)  
pracują w IT Bell Food Group w Bazylei.

## Łatwa decyzja

Obecnie istnieje ogromna różnorodność marek i każdy codziennie styka się z niezliczonymi markami. Sektor spożywczy jest jednym z najbardziej konkurencyjnych rynków.

W tej «dżungli» marki i przekazywane przez nie wizerunki oferują konsumentom wskazówki i pomagają im w podejmowaniu decyzji. Często nie chodzi tylko o oferowanie dobrego produktu, ale także o przekazanie pewnego podejścia do życia.

Idealnie byłoby, gdyby klienci kupowali produkty danej marki wielokrotnie. Tworzy to długoterminową lojalność wobec marki.

**BRESC**

**Bresc** oferuje inspirację dla europejskiej gastronomii za sprawą schłodzonych produktów czosnkowych i ziołowych. Marka wyróżnia się innowacyjnymi produktami ułatwiającym pracę na kuchni w myśl zasady mise-en-place.

**Od kiedy?** 1991

**Gdzie?** Holandia, Belgia, Niemcy, Szwajcaria, Austria, Francja, Szwecja, Włochy, Grecja, Węgry, Polska, Czechy

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne, przemysł spożywczy

**Asortyment:** produkty czosnkowe i ziołowe, marynaty, glazury, aioli, pesto, dipy i nie tylko



**Ernteseegen** oznacza naturalność i wysoką jakość, a dzięki wieloletniemu doświadczeniu i tradycji spełnia zapotrzebowanie na świadomą żywność, która przekonuje dobrym smakiem.

**Od kiedy?** od ponad 40 lat

**Gdzie?** Niemcy

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** buliony, nieprzetworzona sól kamienna, zupy, sosy, przyprawy w płynie



**Eden** wnosi dobra natury do współczesnego życia codziennego. Marka koncentruje się na żywności bio convenience dzięki w 100% naturalnym i zaufanym składnikom. Przepisy tworzone są we współpracy z profesjonalnymi szefami kuchni.

**Od kiedy?** 1893

**Gdzie?** Niemcy, być może wkrótce region krajów niemieckojęzycznych

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** ekologiczna żywność convenience, dania jednogarnkowe, sosy pomidorowe



Pod marką **Gourmet naturel** oferowana jest wysokiej jakości świeża wołowina. Mięso z młodych byków pochodzi wyłącznie od grup producentów rolnych i gospodarstw we Francji.

**Od kiedy?** 1989

**Gdzie?** Niemcy

**Organizacja:** Bell Niemcy

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** świeże mięso



Asortyment **Maison de Savoie** obejmuje wysokiej jakości suszone kiełbasy i szynki, a także regionalną specjalność «Diots» – wszystkie produkowane zgodnie z typowymi przepisami z regionu Savoyen.

**Od kiedy?** 1934

**Gdzie?** Francja, departamenty zamorskie, Kanada

**Organizacja:** Bell Francja

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** suszone kiełbasy, szynka, «Diots» z regionu Savoyen



**Cher-Mignon** oznacza tradycyjne suszone specjalty mięsne z Valais oparte na przepisach przekazywanych od kilku pokoleń.

**Od kiedy?** 1910

**Gdzie?** Szwajcaria

**Organizacja:** Bell

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** suszone mięso z regionu Valais



**Eisberg** oferuje świeże, gotowe produkty sałatkowe, warzywne i owocowe dla handlu detalicznego, przemysłu spożywczego i gastronomii. Marka jest jednym z liderów rynku w Europie i numerem jeden w Szwajcarii i Europie Wschodniej.

**Od kiedy?** 1972

**Gdzie?** Szwajcaria, Niemcy, Austria, Liechtenstein, Węgry, Bułgaria, Polska, Czechy, Rumunia, Słowacja, Chorwacja, Republika Mołdawii

**Organizacja:** Eisberg

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne, przemysł spożywczy

**Asortyment:** Ultraświeża żywność convenience



**Hubers** to jedna z najpopularniejszych marek mięsa drobiowego w Austrii, oferująca szeroką gamę produktów, od świeżego mięsa po kiełbasy.

**Od kiedy?** 1973

**Gdzie?** Austria, Niemcy

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** drób





## Obietnica smaku i jakości

Ze względu na silny rozwój Bell Food Group, portfolio marek Grupy również rozrosło się dość intensywnie w ostatnich latach. Obecnie w skład Grupy wchodzi około 30 marek.

Razem wspierają przewodnią zasadę obowiązującą w Bell Food Group «Leading in Food». Aby osiągnąć tę wiodącą pozycję w europejskim sektorze spożywczym, marki Grupy koncentrują się na przyjemności, jakości, innowacyjności i poczuciu odpowiedzialności jako elementach jednoczących.



**Natuco** to współczesna odpowiedź na szybkie gotowanie. Marka wyróżnia się «prawdziwie ekologicznym», najlepszym smakiem, uzyskiwanym z uczciwych składników i 100-procentową neutralnością dla klimatu poprzez kompensację nieuniknionych emisji CO<sub>2</sub>.

**Od kiedy?** 2022

**Gdzie?** Niemcy

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** zupy, sosy, buliony, mieszanki przyprawowe



Marka **Monsieur Polette** jest szczególnie znana we francuskich departamentach zamorskich z regionalnych szynek i suchych kiełbas z regionów Owernii, Savoyen i Lyonu.

**Od kiedy?** 1925

**Gdzie?** Francja, departamenty zamorskie

**Organizacja:** Bell Francja

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** francuskie specjały wędliniarskie




**Hügli** jest jednym z największych dostawców B2B produktów convenience w Europie. Dzięki wysokim standardom kulinarnym marka znajduje się w samym sercu codziennego życia swoich klientów.

**Od kiedy?** 1935

**Gdzie?** Niemcy, Szwajcaria, Austria, Włochy, Grecja, Węgry, Polska, Czechy, Słowacja, Wielka Brytania

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne, przemysł spożywczy

**Asortyment:** buliony, przyprawy, mieszanki przypraw, zupy, sosy, fondy i nie tylko



**It's Vegic** to marka Hilcona Food Service, która oferuje innowacyjne rozwiązania bezmięsne dla profesjonalnych kuchni i zapewnia urozmaiconą wegetariańską rozkosz.


**Od kiedy?** 2015

**Gdzie?** Niemcy, Austria, Szwajcaria, Francja

**Organizacja:** Hilcona

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** Wegetariańskie alternatywy dla mięsa i posiłki

**Hilcona** oferuje swoim klientom detalicznym i gastronomicznym szeroką gamę świeżych produktów. Koncentruje się na makaronach, gotowych daniach, produktach wegetariańskich oraz ultra świeżych.

**Od kiedy?** 1935

**Gdzie?** Szwajcaria, Niemcy, Austria, Francja, Włochy, Wielka Brytania

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** convenience



Ekskluzywna linia makaronów **La Pasteria** to marka wysokiej jakości makaronów dla gastronomii, która stanowi gwarancję kulinarnych rozkoszy.

**Od kiedy?** 2004

**Gdzie?** Francja

**Organizacja:** Hilcona

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** makarony




Pod marką **Le Buron des Puys** Bell Francja sprzedaje niewielką gamę suszonych kiełbas z francuskiej Owernii.


**Od kiedy?** 2020

**Gdzie?** Francja

**Organizacja:** Bell Francja

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** suszona kiełbasa z Owernii

**Geiser** jest jednym z wiodących dostawców mięsa i produktów mięsnych na rynek gastronomiczny w niemieckojęzycznej Szwajcarii, w szczególności w rejonie Zurychu.

**Od kiedy?** 1947

**Gdzie?** Szwajcaria, okolice Zurychu

**Organizacja:** Bell

**Grupa docelowa:** Handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** Mięso, wędliny, wyroby cateringowe, ryby



## Ogromna różnorodność

Każda pojedyncza marka Bell Food Group kreuje swój własny wizerunek. Niektóre istnieją od ponad 100 lat, inne dopiero powstają. Aby nadać strukturę tej różnorodności, nasi dyrektorzy podzielili ją na marki strategiczne i marki specjalistyczne. Pierwsze z nich to cztery marki parasolowe Bell, Eisberg, Hilcona i Hügli.

«Są one fundamentalnie ważne dla naszej Grupy i napędzają sprzedaż, a zatem stanowią podstawę naszej podstawowej orientacji strategicznej» – wyjaśnia Sarah Sutter, dyrektor ds. zarządzania marką w Bell Food Group. «Z kolei marki specjalistyczne koncentrują się bardziej na indywidualnych aspektach. Może to być na przykład oferowanie produktów z danego regionu lub dla określonej niszy rynkowej.»

Strategia marki Bell Food Group wyznacza podstawowy kierunek pozycjonowania marek. Kierownicy ds. marketingu w poszczególnych działach są odpowiedzialni za zarządzanie poszczególnymi markami.



**Vogeley** wprowadza słodkie urozmaicenie do menu i wspiera klientów gastronomicznych w produkcji najlepszych kreacji deserowych.

**Od kiedy?** 1892

**Gdzie?** Niemcy, Szwajcaria, Austria, Włochy, Węgry, Polska, Czechy, Słowacja

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** crème pâtissière, panna cotta, musy, puddingi i nie tylko



**Service Gastronomie Molard Geneve** oferuje klientom gastronomicznym w regionie Genewy dostosowane do ich potrzeb usługi związane z mięsem.

**Od kiedy?** 1921

**Gdzie?** Szwajcaria, region Genewy

**Organizacja:** Bell

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** świeże mięso, wędliny, produkty cateringowe



Dzięki bulionom, sosom i dressingom **Tellofix** osiągnięcie pożądanego smaku nie jest kwestią czasochłonnego i skomplikowanego przyprawiania z użyciem wielu składników, gotowanie staje się nieskomplikowane i szybkie.

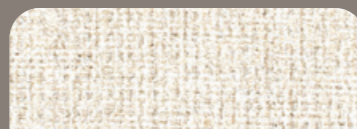
**Od kiedy?** 1968

**Gdzie?** Niemcy

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** zupy, sosy, buliony



**Tutto Gusto** oferuje autentyczne artykuły spożywcze używane w kuchni włoskiej. Klienci B2B znajdą tu najlepsze składniki do szerokiej gamy zastosowań, od sugo po makarony.

**Od kiedy?** 1983

**Gdzie?** Włochy, Szwajcaria, Niemcy, Austria, Węgry, Polska, Czechy, Słowacja

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** antipasti, kremy, przetwory pomidorowe, makarony, tuńczyk i nie tylko



Marka **The Green Mountain** jest jednym z pionierów w produkcji wysokiej jakości roślinnych zamienników mięsa. Burgery, steki i inne dania są bardzo zbliżone do swoich wzorców pod względem wyglądu, smaku i tekstury.

**Od kiedy?** 2019

**Gdzie?** Szwajcaria, Niemcy, Austria

**Organizacja:** Hilcona

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** roślinne alternatywy dla mięsa



**Sylvain & CO** to regionalna szwajcarska marka ultra świeżych produktów convenience, koncentrująca się na sałatkach i owocach. Jednym z flagowych produktów w asortymencie jest linia sosów sałatkowych Grand Mère.

**Od kiedy?** 1950

**Gdzie?** Szwajcaria

**Organizacja:** Eisberg

**Grupa docelowa:** handel detaliczny

**Asortyment:** Gotowe sałatki i sałaty pakowane, owoce, sosy



Marka **Sánchez Alcaraz** oznacza tradycyjną hiszpańską szynkę i specjalty wędliniarskie. Koncentruje się na wysokiej jakości produktach z szynki Iberico i Serrano.

**Od kiedy?** 1985

**Gdzie?** Hiszpania, Portugalia, Szwajcaria, Polska, Francja, kraje Beneluksu, Kuba

**Organizacja:** Bell International

**Grupa docelowa:** handel detaliczny, usługi gastronomiczne

**Asortyment:** hiszpańska szynka i wędliny



Za marką **Stein's Best** kryją się zimne sosy, dressingi, przyprawy i marynaty, które restauratorzy mogą wykorzystać między innymi do urozmaicenia swojej oferty BBQ.

**Od kiedy?** 2016

**Gdzie?** Szwajcaria, marka wkrótce zostanie wprowadzona do Niemiec i innych krajów europejskich.

**Organizacja:** Hügli

**Grupa docelowa:** usługi gastronomiczne

**Asortyment:** majonez, ketchup, musztarda, sosy sałatkowe, zimne sosy i inne.



Nowości z Bell Food Group na chłodne dni

# NIECH ZIMA STANIE SIĘ ULUBIONĄ PORĄ ROKU

W wyścigu o ulubioną porę roku zima nie ma lekko. A przemawia za nią tak wiele. Zwłaszcza w chłodniejszych miesiącach można się tak pięknie rozkoszować. Dzięki nowościom od Bell Food Group zima może teraz zgromadzić kilka dodatkowych punktów i poprawić swój ranking co najmniej do kolejnego świergotania ptaków. •mr



## Eden: inspiracja na regale z sosami pomidorowymi

Marka Hügli, Eden, od końca lata oferuje pierwszy wegański pomidorowy sos ricotta pod nazwą VeCotta. Jego kremowa i aromatyczna receptura powstaje w wyniku połączenia zmielonych orzechów nerkowca, drobnych płatków drożdżowych i włoskich pomidorów. A wszystko w najlepszej biojakości – to, co dobre w naturze w każdym słoiku.

Już łatwiej nie da się jeść bardziej wartościowo i smaczniej.



## Eisberg Austria: mieszanka to podstawa

Klienci dużej sieci detalicznej w Niemczech i Austrii mogą cieszyć się na myśl o nowej misce sałatek od marki Eisberg: w październiku wprowadzono sałatkę w stylu azjatyckim. Gotowy do spożycia wariant z kapustą pekińską, sałatą rzymską, marchewką, radichio i kiełkami fasoli mung. Ponadto swoimi nowymi karbowanymi frytkami z marchewki dla dużej sieci restauracji szybkiej obsługi austriacy koledzy

udowadniają, że również fast food może dostarczać witamin.



## Abraham: Inspiracja amerykańskim grillem

Dwa mocno przyprawione produkty z szynki to gwiazdy tego sezonu w Abraham. Szynka w stylu amerykańskiego grilla zawdzięcza swój wyjątkowy smak wędzeniu nad dymem z drewna orzesznika, podczas gdy gotowa do podania kostka z szynki w stylu amerykańskiego grilla wnosi wyjątkowe nuty na talerz w postaci swojego szczególnego aromatu żeberek. Poprzez obie te nowości na regale z szynkami marka Bell Niemcy wspiera handel podczas tygodni tematycznych poświęconych Stanom Zjednoczonym, które na przykład odbywają się corocznie z okazji Superbowl w lutym.



## Hügli: jak świeżo gotowane

Specjaliści od sztuki kulinarnej z marki Hügli ponownie szukali rozwiązań, jak można ułatwić codzienne działania w branży gastronomicznej. Wynikiem jest nowa linia sosów premium obejmująca pięć autentycznych smaków: Glace de Viande, Demi Glace, Brasato all Barbera d'Asti, sos cebulowy oraz Sauce Échalote. Wszystko produkowane tak, jak w branży gastronomicznej: z najlepszych składników, według tradycyjnych receptur i przez długi czas – jak świeżo gotowane.



## Sylvain & CO: sałata i warzywa na zimowy sezon

Sylvain & CO wspiera dwie marki z rodziny Coop pełnymi witamin nowościami: dla linii Betty Bossy firma stworzyła sałatę w woreczku «Twister» zawierającą młody szpinak, marchewki i buraki, a także nową miskę z warzywami z pieca. Ta gotowa do gotowania jesienna mieszanka poza brukselkami, dynią, czerwoną kapustą i pieczarkami zawiera również rozetki z masła ziołowego. Ponadto od połowy września producent z grupy Eisberg rozszerza asortyment Naturaplan marki Coop o Bio-Bouquet Winter. Sezonowa sałatka w woreczku zawiera sałatę Batavia, młody szpinak, endywię eskariolę i cykorię czerwoną.

## KLASYK W NOWYM WYDANIU

Dzięki swojemu nowemu opakowaniu uwielbiane produkty Quick od Bell Szwajcarii zwracają na siebie jeszcze większą uwagę.



Od niedawna rodzina Quick jest dostępna w odświeżonej nowoczesnej szacie graficznej. Z tego powodu klasyk, który od 1971 r. jest stałym elementem menu wielu szwajcarskich konieserów, po raz kolejny otrzymuje nowy wygląd zgodny z duchem czasu.

Pomimo prostszego wyglądu najważniejsze szczegóły kawałków szynki, łopatki i ozorków wołowych nadal są zauważalne na pierwszy rzut oka. O odpowiednią prezentację produktu dba – jak również w wielu innych produktach Bell – czarne matowe tło.

Ogólnie rzecz ujmując, wygląd został tak zmieniony, że klienci odnajdą swój ulubiony produkt dość szybko także w nowym opakowaniu.



[www.bell.ch/de/themenwelten/quick/](http://www.bell.ch/de/themenwelten/quick/)



Kulinarne tradycje świąteczne w Bell Food Group

# Idą święta!

Rodzinie, z przyjaciółmi i w towarzystwie pysznego jedzenia – okres przedświątecznych przygotowań oznacza często długie godziny w kuchni.

W ruch idą tradycyjne przepisy, przygotowuje się specjalne przysmaki, które trafiają na stół tylko ten jeden raz w roku. Pracownicy powiedzieli nam, co u nich w domu serwuje się na różnego rodzaju święta.

## Id al-Fitr – Święto Przerwania Postu

Id al-Fitr jest najważniejszym świętem w islamie. Następuje po ramadanie, który odbywa się w jednej z czterech pór roku, w zależności od kalendarza księżycowego. Ci, którzy przestrzegają post, przez cały miesiąc jedzą i piją wyłącznie przed wschodem i po zachodzie słońca.

Jashar Berisha, dyrektor ds. logistyki w Hügli w Steinach, dba o to, aby w tym czasie rozpocząć dzień pracy od porannego posiłku wysokobiałkowego, w tym jajek i sera. «Sięgam wtedy też po daktyle, ponieważ zawierają dużo energii i błonnika.» W końcu rezerwy muszą wystarczyć na cały dzień.

**«Wspólne jedzenie nabiera wtedy ogromnej wartości.»**

«Po pracy kładę się na chwilę, by naładować baterie.» Następnie odbywa się kolacja, często przychodzą inni członkowie rodziny, przyjaciele lub sąsiedzi, którzy zasiadają do wspólnego posiłku. Serwowane jest wszystko, co trafia na stół w okresie poza postem. «Na przykład u mnie w domu podaje się zupę, mięso i coś słodkiego na deser.»

Yasemin Göksu, Tinik Zeliha i Özlem Zengin, pracownicy Ultra Fresh Convenience w Hilcona, przygotowują typowe tureckie potrawy, takie jak zupa z soczewicy, sarma i börek. Ważniejsze od kwestii tego, co trafia na talerz, jest zauważalna zmiana w postrzeganiu jedzenia. «Wspólne spożywanie posiłku nabiera wtedy ogromnej wartości» – mówi Jashar Berisha.

Podczas ramadanu codziennie bierze do ręki Koran i czyta jeden z 30 rozdziałów 114 sur. Kończy czytanie pod koniec ramadanu. Modlitwa Tarawih, która następuje po modlitwie nocnej, jest również częścią zakończenia każdego dnia.

Z kolei pierwszy dzień po ramadanie świętuje się Id al-Fitr, Święto Przerwania Postu. Z tej okazji również odmawia się specjalną modlitwę, mężczyźni udają się do meczetów i wspólnie się modlą. Następnie wracają do swoich rodzin, gdzie są nagradzani za swoje wysiłki i poświęcenia minionego miesiąca wystawnym obiadem. Cała rodzina zbiera się przy stole, dziadkowie, ciotki, bracia, wszyscy są mile widziani.

Yasemin Göksu, Tinik Zeliha i Özlem Zengin serwują sałatkę ziemniaczaną w tureckim stylu, sarmę, kurabiye (różne ciastka) i su böreki, danie z ciasta gotowane na wodzie i zapiekane z jajkami. Jashar Berisha z kolei powiedział nam: «W naszej rodzinie przygotowujemy pide, cienki chleb z ciasta drożdżowego, który wypełniamy ziemniakami, serem lub porem.»

Po daniu głównym często następuje wyjście z domu i wizyta u krewnych lub przyjaciół. «Do kawy podajemy baklawę w różnych jej odsłonach.» W zależności od rodzinnej receptury, ciasto listkowe wypełnione jest orzechami włoskimi, migdałami lub pistacjami. Następnie nasączone jest miodem lub syropem cukrowym i można powiedzieć, że pod względem słodczy idealnie wkomponuje się w charakter tego święta.



**Jashar Berisha**  
Kierownik działu logistyki  
w Hügli w Steinach



**Yasemin Göksu**



**Tinik Zeliha**



**Özlem Zengin**  
Pracownicy produkcji  
Ultra Fresh Convenience  
w Hilcona



## Święto Dziękczynienia na styku trzech krajów w gronie przyjaciół

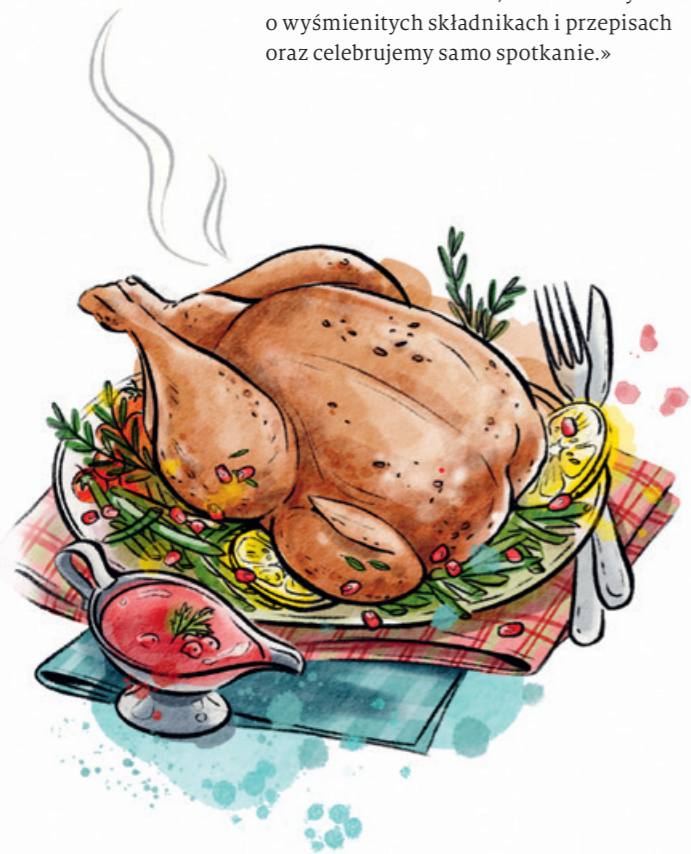


**Maryline Kastler**  
Asystentka kierownika działu logistyki i wewnętrzny trener językowy w Bell w Bazylei

Pod koniec roku, gdy dni stają się krótsze, a noce dłuższe, Maryline Kastler spotyka się z przyjaciółmi i sąsiadami na kolacji z okazji Święta Dziękczynienia. «Rozpoczęliśmy tę tradycję kilka lat temu, kiedy bliscy przyjaciele, którzy wcześniej mieszkali w USA, zamieszkali na granicy Niemiec, Francji i Szwajcarii» – mówi Maryline Kastler, która pracuje jako zastępca szefa logistyki i wewnętrzny trener językowy w Bell w Bazylei. «Większość gości to byli emigranci, ale dołączyli do nas też inni przyjaciele i sąsiedzi, którzy świętują

### Wyraź wdzięczność za życie.

razem z nami.» Świętowanie rozpoczyna się na długo przed zajęciem miejsca przy stole, a mianowicie podczas przygotowywania świątecznego menu. «Kiedy przygotowujemy potrawy w kuchni, towarzyszy nam niesamowita atmosfera, rozmawiamy o wyśmienitych składnikach i przepisach oraz celebруем samo spotkanie.»



Amerykańskie Święto Dziękczynienia obchodzone jest co roku w Dzień Dziękczynienia, ostatni czwartek listopada, i jest jednym z najważniejszych świąt w USA. Spotykając się z rodziną i ciesząc się wystawnym posiłkiem, wyraża się wdzięczność za życie. Tradycją jest również, że urzędujący prezydent USA otrzymuje w prezencie indyka. Z reguły ulaskawia ptaka i ostatecznie nie trafia on na talerz w formie świątecznej pieczeni.

Podczas tradycyjnego Święta Dziękczynienia indyk, który nie miał tyle szczęścia, żeby doświadczyć łaski prezydenta, zajmuje centralne miejsce na świątecznym stole. Menu jest obszerne, a jego przygotowanie zajmuje trochę czasu. «Ponieważ jest nas wielu i każdy robi swoje, przygotowanie kolacji idzie nam naprawdę bardzo sprawnie.» W ostatnich latach amerykańska tradycja została zaimplementowana w samym sercu Europy, kiedy około 20 przyjaciół spotyka się, aby spędzić przytulny wieczór i celebrować życie. Nadziewany indyk podawany jest z sosem pieczeniowym i żurawinowym, zieloną fasolką ze smażoną cebulą, zapiekanką z batatów i pianek oraz zapiekanką ziemniaczaną. «Nikt nie odchodzi od stołu głodny, to uczta obfitości i radości, która w równym stopniu wypełnia nasze serca i żołądki» – zachwyca się Maryline Kastler. Tym bardziej, gdy na deser podawane są ciasta z orzechami pekan i dynią.

## Wielkanoc w Rumunii – post i świętowanie



Wielkanoc Wielkanocy nierówna. Podczas gdy kalendarz gregoriański określa, kiedy obchodzona jest Wielkanoc dla katolickiego zachodu Europy, kalendarz juliański obowiązuje w prawosławnej Europie Wschodniej. W Rumunii obchody Wielkanocy rozpoczynają się 13 dni później niż na przykład w Polsce. Wielki Post, który zwiastuje Wielkanoc, trwa od siedmiu do ośmiu tygodni. Podczas pierwszych siedmiu dni, znanych również jako tydzień sera, zwyczajowo spożywa się produkty mleczne. «Istnieje zwyczaj, w którym odwiedzasz swojego ojca chrzestnego i pieciesz mu sernik» – mówi Nicoleta Scarlat, kierownik sprzedaży w firmie Eisberg w Rumunii. W kolejnych tygodniach nie można spożywać pokarmów pochodzenia zwierzęcego, tj. sera i mleka, ale także mięsa

### Istnieją różne zwyczaje związane z jajkiem.

i ryb. «Ryby stanowią w sumie wyjątek, bo można je spożywać jedynie w określone dni. W tym czasie zabronione jest również spożywanie oliwy i octu.» W ostatni weekend przed Wielkanocą obchodzona jest Niedziela Kwiatów, a w szczególności świętują ją wszystkie osoby, które mają nazwę jakiegoś kwiatu w swoim imieniu, takie jak Florentina, Lăcrămioara lub Narcisa.

Gdy zbliża się Wielkanoc, wiele rodzin zaczyna malować jajka. Czerwień jako symbol przelanej krwi Jezusa odgrywa ważną rolę w kolorystyce tego święta. «Używa się też innych kolorów, które pozwalają na stworzenie przepięknych ozdób», mówi Nicoleta Scarlat. W rumuńskim regionie Bukowina, na północny wschód od Karpat, znajduje się nawet muzeum jajek, które wystawia obok 11 000 jajek z całego świata, również tradycyjne regionalne

pisanki ozdobione różnymi ornamentami. Istnieją różne zwyczaje związane z jajkiem. Można je uderzać o siebie nawzajem lub wkładać do wody, a następnie przemyć twarz tą wodą. Mówi się, że przynosi to zdrowie i urodę. Zwyczajem jest również rozdawanie jajek i ciast ubogim na ulicy.

«Bez względu na to, jak wysokie są ich dochody, Rumuni inwestują dużo czasu w sprzątanie na Wielkanoc» – mówi Nicoleta Scarlat. Każdy dom powinien być czysty, świeżo pomalowany i uporządkowany. Po Wielkim Piątku, kiedy kuchnia jest zamknięta i obowiązuje ścisły post, następuje czas intensywnych przygotowań wielkanocnego menu. Jagnięcina jest głównym mięsem przygotowywanym z tej okazji. Tak jest również w przypadku przepisu matki Scarlat: «Serce, nerki, wątroba i inne podroby z dwóch jagniąt ugotować, a następnie pokroić na małe kawałki. Wraz z 60 jajkami i około trzema kilogramami dymki, młodego czosnku i pietruszki, całość trafia na godzinę do piekarnika.» Na deser podawane jest rumuńskie ciasto wielkanocne – pascha. Jest to rodzaj sernika z rodzynkami o smaku rumu. «Najważniejszą rzeczą podczas Wielkanocy jest spędzenie czasu z rodziną.» To jednoczy wszystkie regiony Rumunii.



**Nicoleta Scarlat**  
Kierownik sprzedaży w firmie Eisberg w Rumunii

## Nowy Rok na Sri Lance świętuje się na słodko



**Lankananda Perera**  
Business Development  
Manager w Hügli

«Ogólnie rzecz biorąc, ludzie na Sri Lance mają tendencję do częstego świętowania», mówi Lankananda Perera z uśmiechem na ustach, zwłaszcza gdy, przychodzą mu na myśl wspomnienia z dzieciństwa. Na Sri Lance funkcjonują dwie nazwy Nowego Roku. Buddyści Sinhala nazywają go Aluth Avurudu, dla Tamilów-Hindusów jest to Puthandu – znane również jako Sinhala i Tamilski Nowy Rok. Kalendarz księżycowy pokazuje, kiedy odbywają się uroczystości. Odbywa się to co roku między 12 a 15 kwietnia. Jest to jedno z najważniejszych świąt w roku, a przygotowania do niego rozpoczynają się na kilka tygodni przed właściwymi obchodami. «Kiedy na ulicach, szczególnie w mniejszych miejscowościach unosi się słodki zapach, wiesz, że zbliża się ten czas» – mówi Lankananda Perera, który pracuje jako Business Development Manager w Hügli. Słodczyce są przygotowywane przez wiele tygodni. Wykonywane są głównie z mąki ryżowej, czasem także z mąki pszennej, oraz z syropu z kwiatów kokosa. Na świąteczny stół trafiają w formie smażonej na głębokim tłuszczu, czasem posypuje się je

**«Ogólnie rzecz biorąc, ludzie na Sri Lance mają tendencję do częstego świętowania».**

także tartym kokosem. Tradycyjne ciasto ryżowe serwowane jest jeszcze przed właściwym świętowaniem. Kiribath można porównać do twardego pudingu ryżowego, który składa się z ryżu, mleka kokosowego i soli. «Ciasto ryżowe jest uważane za talizman przynoszący szczęście.» Spożywa się go z sosem chutney, pikantnym sosem z papryczek chilli i cebuli. «Tradycja wymaga również, aby mleko używane do ciasta ryżowego przelewało się w garnku podczas gotowania. Bo przelewające się mleko symbolizuje dobrobyt.»



Kiedy rodzina zbiera się na świąteczny posiłek, by wspólnie celebrować Nowy Rok, zwyczajowo wszyscy członkowie rodziny zakładają coś nowego na znak swojej czystości. Każdy ma na sobie nowe spodnie, koszulę lub sukienkę. «Dla wielu pracowników, którzy pracują w stolicy, tydzień noworoczny jest jedynym wolnym tygodniem w roku.» Praca w ten wyjątkowy czas jest niespotykana. Następnie wracają do swoich rodzin na wieś i wszyscy razem świętują Nowy Rok, który symbolizuje również koniec sezonu zbiorów. «Obejmuje to, między innymi, wzajemne obdarowywanie się prezentami, zwłaszcza rodziców i dzieci. Ale jest to dużo mniej szalony czas, niż ten, do którego przyzwyczailo nas Boże Narodzenie.» W kolejnych dniach planuje się wizyty u krewnych i przyjaciół. Zawsze trzeba ze sobą zabrać jakiś smakowity prezent: słodczyce we wszystkich kształtach i kolorach, które nie tylko pysznie smakują, ale także zapewniają wystarczającą ilość energii na intensywne świętowanie.

## Wielkanoc w Polsce – święto rodzinne

W Polsce, gdzie wiara rzymskokatolicka odgrywa ważną rolę, obchody rozpoczynają się na tydzień przed samą Wielkanocą. «Tydzień przed Wielkanocą odwiedzamy kościół z kolorową gałązką palmową. Podczas mszy ksiądz błogosławi tę gałązkę» – wyjaśnia Magda Kamińska, specjalista ds. sprzedaży i marketingu w Bell Polska. Ta kolorowa palma ozdobi później świąteczny stół. W przeddzień śniadania wielkanocnego, które jest jednym z najważniejszych punktów czterodniowych obchodów, wierni odwiedzają kościół po raz drugi. Tym razem z koszykiem wypełnionym po brzegi kolorowymi jajkami, kielbaskami, chlebem, solą i ciastem. Ksiądz błogosławi każdy koszyczek, aby można było podzielić się jego zawartością z rodziną podczas śniadania wielkanocnego następnego dnia. «Wspólne malowanie jajek i ich ozdabianie to już część polskiej tradycji wielkanocnej.» Jako symbol zmartwychwstania Jezusa Chrystusa, jajko symbolizuje również płodność i nowe życie w wielu innych kulturach. Jest używane

w wielu potrawach podczas polskich obchodów Wielkanocy. Nadziewane, w różnego rodzaju sałatkach lub w majonezie. Tradycyjna zupa żurek podawana jest również z jajkiem, oraz w towarzystwie białej kielbasy. «Podczas, gdy jajko jest królem polskiego stołu, królową jest sałatka jarzynowa» – wyjaśnia Magda Kamińska. Może być przyrządzana w wielu różnych wariantach smakowych, ale zawsze musi zawierać majonez. Przykładowe składniki: pokrojone w kostkę ziemniaki, marchew, seler, ogórek kiszony, groszek, kukurydza, cebula, jabłka, por. Na świątecznych stołach króluje też pieczeń oraz różnego rodzaju wyroby mączne.

Mazurek wielkanocny to ciasto, którego nie może zabraknąć na wielkanocnym stole. Jest to ciasto podawane z różnymi składnikami, takimi jak pasta migdałowa, owoce z puszek lub suszone orzechy. Oprócz mazurków Polacy przyrządzają również różnego rodzaju babki. Polskie słowo «baba» i jego zdrobniała forma «babka» oznaczają «babcię» lub «staruszkę», a czasem po prostu «kobietę». Ciasto ma kształt walca z otworem w środku. Czasami boki są prążkowane, przypominając tym samym plisowaną spódnice. Czekoladowy zajaczek, który

**«Cała rodzina maluje i dekoruje jajka.»**

stał się integralną częścią obchodów Wielkanocy – nie tylko dla dzieci – szczególnie w niemieckojęzycznych krajach europejskich, jest znacznie mniej powszechny w Polsce. Nie jest to w ogóle zaskakujące, jeśli weźmie się pod uwagę wszystkie słodkie pokusy na polskim stole wielkanocnym, takie jak babki i mazurki. • sh



**Magda Kamińska**  
Specjalista ds. sprzedaży  
i marketingu w Bell Polska.



Jubileusze i emerytury od stycznia do marca 2024 r.

## «Zaczynałem od długopisu i papieru – teraz pracuję na komputerze»



**Max von Euw**  
40 lat pracy

**Stanowisko:** Pomoc w produkcji zwierzęcej (emerytowany)

**Oddział:** Bell Szwajcaria

**Zakład:** Bell Szwajcaria, Zell

**Jak to się stało, że ubiegał się Pan o pracę w Bell 40 lat temu?** Wcześniej spędziłem cztery lata w Arabii Saudyjskiej. Szefem tego projektu był pan Stauffer (prezes SEG Basel), który dał mi pierwszą pracę w ówczesnej firmie SEG AG (obecnie Bell Schweiz Geflügel w Zell). Pracowałem wtedy jako konsultant dla producentów drobiu w centralnej Szwajcarii.

**Co najbardziej zmieniło się w ciągu 40 lat, odkąd dołączył Pan do Bell?** Kiedy Bell przejął firmę, nastąpiło znaczące przejście z myślenia spółdzielczego na myślenie zorientowane na zysk. Przejęcie przyniosło również zmiany we współpracy z producentami. Przejęcie miało również swoje pozytywne aspekty: Zintegrowana produkcja została zamknięta, zwiększono bezpieczeństwo produkcji.

Przejęcie przez Bell zmieniło również mój obszar działania: od tego momentu firma skupiła się wyłącznie na produkcji mięsa, a produkcja jaj należała do Ei AG.

Znacznie zwiększono również moce produkcyjne. Od tego czasu wzrosły one ponad dwukrotnie, podobnie jak konsumpcja. Ponadto prawie nie sprzedawano porcjowanych kurczaków. Kolejną ważną

zmianą jest oczywiście cyfryzacja. Zaczynałem od długopisu i papieru – teraz pracuję na komputerze. Na początku ta zmiana była dla mnie bardzo trudna.

**Czy jest coś w Pana codziennej pracy, co nie zmieniło się przez te wszystkie lata?** Podczas mojej pracy w dziale doradztwa producenci zawsze byli bardzo zainteresowani kwestiami produkcji drobiu. Cenili produkcję drobiu jako ważną gałąź biznesu.

**Jakie doświadczenie z Pana kariery na zawsze zostanie w Pana pamięci?** Nigdy nie zapomnę sytuacji, w której musiałem zwolnić dziesięciu producentów, ponieważ rozmiar ich kurników nie pasował już do ogólnej polityki firmy.

**Co najbardziej lubi Pan w swojej obecnej pracy?** Moja praca była zawsze bardzo interesująca, dzięki czemu mogłem się wykazać swoimi umiejętnościami interpersonalnymi. Miałem też szczęście pracować w dobrym zespole.

Odkąd przeszedłem na emeryturę pomagam w produkcji zwierzęcej i utrzymuję kontakt z pracownikami i producentami.

### 20 lat pracy

**Marc-André Bähler** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Fabien Brand** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Curt Francis** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell

**Sandra Kutter** • 1 stycznia, Hügli, Radolfzell

**Helene Muralt** • 1 stycznia, Hügli, Szwajcaria

**Andreas Oblak** • 1 stycznia, Hilcona, Schaan

**Ramazan Sarac** • 1 stycznia, Hilcona, Schaan

**Gabriela Schönholzer** • 1 stycznia, Hügli, Szwajcaria

**Nikolle Selmanaj** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell

**Gerhard Meixner** • 2 stycznia, Frisch Express, Pfaffstätt

**Ina Taute** • 2 stycznia, Bell Niemcy, Harkebrügge

**Jérôme Lallemand** • 12 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Sven Block** • 18 stycznia, Hügli, Radolfzell

**Thomas Malek** • 19 stycznia, Hügli, Radolfzell

**Mire Tomaj** • 26 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell

**Simon Rothen** • 1 lutego, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Zelidar Tutic** • 1 lutego, Hilcona, Schaan

**Michael von Gunten** • 1 lutego, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Jean-Luc Damien Cipriano** • 16 lutego, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Bernd Neeb-Willms** • 16 lutego, Bell Niemcy, Harkebrügge

**Julien Touze** • 16 lutego, Bell Francja, Teilhède

**Nezir Bllaca** • 24 lutego, Eisberg Szwajcaria, Dällikon

**William Armisse** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Oktay Can** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Koutoua Dadié** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Violeta Djokic** • 1 marca, Hilcona, Schaan

**Bilal Klosi** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Zell

**Qani Krasniqi** • 1 marca, Hilcona, Schaan

**Jürgen Machoritsch** • 1 marca, Hilcona, Schaan

**Leonora Shala** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Zell

**Monika Sommer** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen

**Pamela Stählin** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen

**Régis Thiebault** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Alain Montani** • 8 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Palmira Da Silva Santos** • 15 marca, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Nezha Khoulafane** • 15 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Natalia Bomatgireev** • 16 marca, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

**Toni Schöpfer** • 16 marca, Bell Szwajcaria, Zell

**Georg Kirchmaier** • 1 kwietnia, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing

### 25 lat pracy

**Philipp Allemann** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Catherine Baumann** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Manuel Carapinha Gomes** • 1 stycznia, Hilcona, Schaan

**Kornel Eggenschwiler** • 1 stycznia, Eisberg Szwajcaria, Dällikon

**Jean-Marc Keller** • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Marc Levrat** • 4 stycznia, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Nurten Selmani** • 4 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell

**Helena Haziraj-Gerein** • 5 stycznia, Hügli, Radolfzell

**Hannes Sieberer** • 11 stycznia, Hügli AT, Hard

**Claudio Ravasi** • 25 stycznia, Huegli Ali-Big, Brivio

**Matthias Aldenhoff** • 1 lutego, Hügli, Radolfzell

**Ueli Giger** • 1 lutego, Hilcona, Schaan

**Werner Ott** • 1 lutego, Hilcona, Schaan

**Andreja Unger** • 1 lutego, Hügli, Radolfzell

**Hartwig Egli** • 8 lutego, Hügli, Szwajcaria

**Diogjen Krasniqi** • 8 lutego, Bell Szwajcaria, Zell

**Mark Williams** • 8 lutego, Bell Szwajcaria, Cheseaux

**Jasmin Iriskic** • 15 lutego, Hügli, Radolfzell

**Matthias Badura** • 1 marca, Bell Niemcy, Edeweicht

**Michael Breitenberger** • 1 marca, Hilcona, Schaan

**Paulo Bunga** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

**Alexander Juneck** • 1 marca, Hilcona, Schaan

**Christoph Walter** • 1 marca, Bell Szwajcaria, Oensingen

**Alain Froehlicher** • 15 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea

Aktualne oferty pracy są dostępne na stronie: [bellfoodgroup.com/karriere](https://bellfoodgroup.com/karriere)

## 30 lat pracy

<b>Andreas Bühler</b> • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Manuel Francisco Calvo Lago</b> • 1 stycznia, Hilcona, Schaan
<b>Othmar Dubach</b> • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Sandra Fischer</b> • 1 stycznia, Hügli, Radolfzell
<b>Heinrich Niederklopper</b> • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Churwalden
<b>Roman Müller</b> • 3 stycznia, Eisberg Szwajcaria, Dällikon
<b>Jaroslav Čuchal</b> • 1 lutego, Hügli Food s.r.o., Zámuky
<b>Hans Peter Siegel</b> • 1 lutego, Hügli, Radolfzell
<b>Vincent Hauger</b> • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
<b>Sophy Raquidel</b> • 2 marca, Bell Francja, Virieu-le-Grand
<b>Jorge Francisco Da Silva Monteiro</b> • 14 marca, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

## 35 lat pracy

<b>Konrad Stöckle</b> • 2 stycznia, Hügli, Radolfzell
<b>Miguel Angel Martin-Maestro Iglesias</b> • 9 stycznia, Bell Hiszpania, Fuensalida
<b>Gerhard Mally</b> • 10 stycznia, Hilcona, Schaan
<b>Georg Stöckle</b> • 31 stycznia, Hügli, Radolfzell
<b>Didier Antonio</b> • 1 lutego, Bell Francja, Teilhède
<b>András Deli</b> • 1 lutego, Hügli, Radolfzell
<b>Samuel Schär</b> • 1 lutego, Hügli, Szwajcaria
<b>Inge Dahl</b> • 1 marca, HFC, Bad Wünnenberg
<b>Herve Haas</b> • 1 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
<b>Vera Zeller-Irskic</b> • 6 marca, Hügli, Radolfzell
<b>Michel Daniel Gross</b> • 18 marca, Bell Szwajcaria, Bazylea
<b>Thomas Heer</b> • 20 marca, Hügli, Radolfzell

## 40 lat pracy

<b>Max von Euw</b> • 1 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Beatrix Imer</b> • 1 lutego, Bell Szwajcaria, Zell

## Wcześniejsza emerytura

<b>Mato Brnjic</b> • 31 sierpnia, Bell Szwajcaria, Oensingen ( <i>dodano</i> )
<b>Gerald Kueny</b> • 30 września, Bell Szwajcaria, Bazylea ( <i>dodano</i> )
<b>Antonio De Brito Alves</b> • 31 października, Hilcona, Schaan ( <i>dodano</i> )
<b>Julio Lopez Santamaria</b> • 31 października, Hilcona, Schaan ( <i>dodano</i> )
<b>Joel Berne</b> • 31 grudnia, Bell Francja, Saint-Symphorien-sur-Coise ( <i>dodano</i> )
<b>Patrick Essertel</b> • 31 grudnia, Bell Francja, Virieu-le-Grand ( <i>dodano</i> )
<b>Siegfried Lötscher</b> • 31 grudnia, Bell Szwajcaria, Cheseaux ( <i>dodano</i> )
<b>William Maache</b> • 31 grudnia, Bell Szwajcaria, Bazylea ( <i>dodano</i> )
<b>Maria Carolina Moreira Ferreira</b> • 31 grudnia, Bell Szwajcaria, Cheseaux ( <i>dodano</i> )
<b>Ilyas Oezcan</b> • 31 grudnia, Bell Szwajcaria, Bazylea ( <i>dodano</i> )
<b>Engjell Balaj</b> • 31 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Jose Martins da Costa</b> • 31 stycznia, Hilcona, Schaan
<b>Brahim Ouhemou</b> • 31 stycznia, Bell Szwajcaria, Oensingen
<b>Mario Kuschny</b> • 31 marca, Hilcona, Schaan
<b>Thomas Türtscher</b> • 31 marca, Hilcona, Schaan

## Emerytura

<b>Hanife Morina</b> • 31 października, Hubers Landhendli, Pfaffstätt ( <i>dodano</i> )
<b>Monika Meier</b> • 31 stycznia, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Genevieve Ott</b> • 31 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea
<b>Sivasutha Tharmalingam</b> • 31 stycznia, Bell Szwajcaria, Bazylea
<b>Beatrice Spring</b> • 29 lutego, Bell Szwajcaria, Oensingen
<b>Moritz Häfliger</b> • 31 marca, Hilcona, Schaan
<b>René Kuratle</b> • 31 marca, Hügli Szwajcaria, Steinach
<b>Flurina Paluaj</b> • 31 marca, Bell Szwajcaria, Zell
<b>Willy Ruckstuhl</b> • 31 marca, Bell Szwajcaria, Zell

## Żegnamy

<b>Walter Bieri</b> • 28 sierpnia, Bell Szwajcaria, Oensingen
---

Składamy wyrazy współczucia rodzinie i przyjaciołom zmarłego.

## Wszystkiego najlepszego z okazji 100. urodzin

15 kwietnia 2023 r. emerytowany pracownik Bell Theo Gürber obchodził swoje 100. urodziny. Bell Food Group składa najserdeczniejsze życzenia oraz życzy dużo zdrowia z okazji tego niesamowitego jubileuszu.

Theo Gürber rozpoczął swoją karierę w 1973 roku w ówczesnej firmie SEG Poulet AG (obecnie Bell Switzerland Poultrey w Zell) i przez cały czas pracował w magazynie głębokiego mrożenia.

Przez wszystkie te lata był cenionym pracownikiem, aż w końcu przeszedł na zasłużoną emeryturę w 1988 roku.

Theo Gürber mieszka w domu spokojnej starości Violino w Zell, gdzie od kilku lat jest pod dobrą opieką całego zespołu. W dniu jego setnych urodzin, również emerytowany Theo Emmenegger, opiekun emerytów Bell Szwajcaria, złożył mu wizytę, aby osobiście mu pogratulować.



\* Opiekunowie emerytów to emerytowani pracownicy Bell Szwajcaria, którzy organizują wydarzenia dla emerytowanych pracowników i utrzymują kontakt z byłymi kolegami.

Zapytaj nas

### Czy istnieją zasady przywództwa w Bell Food Group?

Obecnie istnieje pięć nowych zasad przywództwa, które poprzez proces wyznaczania celów objaśniamy uczestniczącym członkom kadry kierowniczej. Uzgadniamy z nimi wspólne cele, by te zasady znalazły zastosowanie. Nowe zasady przywództwa przedstawimy dokładniej wszystkim pracownikom na początku 2024 r.

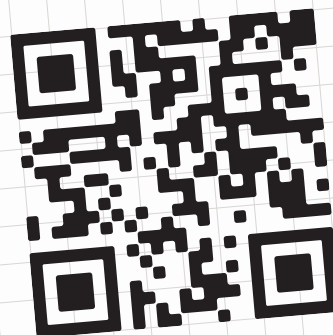
Nasz rynek pracy zmienia się, a my razem z nim.

Znajdź odpowiedzi na to i wiele innych pytań: [bellfoodgroup.com/hr](https://bellfoodgroup.com/hr)

Members of Bell Food Group

Zapytaj nas jest inicjatywą w ramach strategii HR 2026+

# Co podobało się Wam najbardziej?



## **Dzięki Waszym opiniom możecie coś wygrać!**

Magazyn LOOK! powinien być dla Was przyjemną lekturą! Dlatego opieramy się na Waszych odpowiedziach. W ten sposób możemy na bieżąco ulepszać LOOK! i dbać o to, że każde wydanie będzie Wam smakować od nowa. W związku z tym interesuje nas: co w tym wydaniu LOOK! podobało się Wam najbardziej? Czy był to konkretny artykuł? Czy przemówiło do Was szczególnie jakieś zdjęcie? A może w pamięć zapadł Wam po prostu konkretny cytat? **Podzielcie się tym z nami i wypełnijcie formularz, do którego dostęp można uzyskać poprzez kod QR.**

**W podziękowaniu za Wasze odpowiedzi spośród wszystkich odpowiedzi wylosujemy 10 bonów na zakupy, każdy o wartości 70 euro.**

**Podzielcie się swoimi opiniami (kod QR) do 15 marca 2024 r., aby wziąć udział w losowaniu.**

Ze zwycięzcami skontaktujemy się bezpośrednio. Nie udzielamy informacji telefonicznej ani korespondencyjnej na temat wyników losowania. Jedna osoba może wysłać wyłącznie jedną odpowiedź.