

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

01 2024



***Bien se positionner
dans les starting-blocks
pour les professionnel·le·s
de demain***

BELL
FOOD
GROUP





Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 «J'ai vraiment apprécié chaque journée»**
Entretien avec le CEO Lorenz Wyss

Travailler pour Bell Food Group

- 8 Un menu d'apprentissage pour la distribution et la vente**
Sales Academy: le premier programme de formation global
- 11 Enquête auprès des collaboratrices et collaborateurs 2024**
Du 21 mai au 18 juin

Article de couverture

- 12 Bien se positionner dans les starting-blocks pour les professionnel-le-s de demain**
La formation professionnelle, un investissement pour l'avenir

Durabilité et innovation

- 18 Chaque goutte compte**
Gestion durable de l'eau

Notre monde de saveurs

- 22 C'est un plaisir pour les yeux**
Une belle présentation et le goût est encore meilleur
- 26 Les couleurs du printemps**
Du fruité au croustillant, tout y est

Personnel

- 29 «Je travaille aux côtés de ma sœur depuis le premier jour»**
Anniversaires de service et départs en retraite d'avril à juin 2024

Feedback et tirage au sort

- 32 Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé?**
Envoyez-nous vos commentaires et gagnez un bon d'achat!



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

Impressum Magazine pour les collaborateurs et collaboratrices du Bell Food Group, 4 numéros par an, n° 1/2024, avril 2024, 30^{ème} année.
Éditeur: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse: Bell Suisse SA, Rédaction LOOK!, Case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse. Tél. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com.
Rédaction: Sara Heiniger (sh), direction. Assistance rédactionnelle: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Photos: Stefan Schmidlin Fotografie, Bâle (CH), p. 4-7. atelierkorak ag, Riehen (CH), p. 22-25. Conception: oblògrafik, Olten, Suisse.
Traitement des images: Proacteam AG, Allschwil, Suisse. Impression: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Suisse. Imprimé sur papier certifié FSC.
Changements d'adresse: merci de vous adresser au département RH compétent ou au service du personnel.

La photo de couverture montre Moritz Höft (à gauche en arrière-plan) et Ihsan Mamuti (au premier plan), deux étudiants DHBW en économie d'entreprise/informatique de gestion (Application Management) chez Bell Food Group à Bâle. La photo a été prise lors du rassemblement des apprenti-e-s 2023 lors du spectacle de la première soirée, un concert du groupe No Caps.

Pouvoir faire ses preuves, un vrai cadeau !

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

J'ai commencé mon parcours professionnel il y a près de 50 ans par un apprentissage de boucher, dans une boucherie à Arlesheim (CH), où j'ai grandi. J'ai choisi cette formation avant tout pour les personnes qui travaillaient dans l'entreprise et moins parce que je me focalisais sur ce métier. La direction était bonne, très personnelle et authentique, honnête et correcte. Je me sentais très à l'aise dans cet environnement familial. De plus, mon chef m'encourageait et me faisait confiance: au cours de ma deuxième année d'apprentissage, le chef du service de la charcuterie a été licencié et j'ai été autorisé à en reprendre la direction après que mon chef a proclamé: « Tu en es capable! » Cela m'a marqué. C'était un vrai cadeau de pouvoir être moi-même, de ne pas avoir à me déguiser et de pouvoir montrer ce que

j'avais en moi! Ce cadeau, chères collaboratrices et chers collaborateurs, nous devons également l'offrir à nos jeunes en apprentissage.



En tant que transformateur de produits alimentaires, nous avons besoin de spécialistes dûment formés qui connaissent notre secteur et notre activité, que ce soit dans le domaine de la technique, de la production, de la logistique, de l'informatique ou de l'administration. C'est pourquoi

le Bell Food Group s'est fixé pour objectif de doubler le nombre de personnes en apprentissage d'ici 2026. Aussi devons-nous non seulement nous différencier par nos produits, mais aussi être des experts en formation et offrir à nos apprenti-e-s une formation professionnelle unique en son genre.

Les conditions générales sur lesquelles nous travaillons actuellement sont bien sûr importantes, comme vous pouvez le lire dans notre article de couverture. Mais cela concerne également la façon dont nous interagissons avec les jeunes. Il est de notre devoir d'être à leur écoute, de leur répondre et de leur offrir notre soutien.

Je m'indigne toujours quand je vois des gens s'insurger contre « les jeunes ». Nous avons tous été jeunes. Les jeunes d'aujourd'hui sont différents de ceux d'il y a dix ans – et ceux dans cinq ans le seront également. Et c'est bien ainsi. Cette diversité est une richesse pour notre entreprise. C'est un vrai plaisir de pouvoir transmettre à des jeunes la passion d'un métier et d'une profession, de les motiver et de les voir s'épanouir et façonner notre entreprise par leurs idées et leur motivation. Surtout, si leur formation terminée, ils décident de rester dans l'entreprise. Non pas parce que c'est le choix le plus facile, mais parce que le métier leur plaît et qu'ils se sentent bien chez nous. Si nous y parvenons, chaque apprenti, fille ou garçon, représente un investissement dans notre avenir.

Il est de notre devoir d'être à leur écoute et de leur offrir notre soutien.

Pour cela, le Bell Food Group est en mesure de proposer des conditions uniques: la diversité de notre groupe et nos liens avec la maison mère Coop nous permet d'offrir à nos jeunes des perspectives dont je ne pouvais que rêver après ma formation. Si, après mon apprentissage, j'avais eu l'opportunité d'acquérir de l'expérience en Espagne, dans le nord de l'Allemagne ou en France, je me serais tout de suite parti en compagnonnage!

Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe

Entretien avec le CEO Lorenz Wyss

« J'ai vraiment apprécié chaque journée »

En juin, Lorenz Wyss quittera son poste de CEO après 13 ans et passera le relais à son successeur. Il raconte lors d'une interview accordée à LOOK! comment le Bell Food Group a changé depuis 2011, ce que le futur lui apportera et pourquoi il ne passera certainement pas son temps à attendre de vieillir. • sh

De quoi êtes-vous particulièrement fier depuis votre arrivée en qualité de CEO en 2011?

De quoi je suis fier? D'avoir pu rester là si longtemps et de ne pas avoir été envoyé au diable. (rires) Non, blague à part. Je suis fier de l'évolution de notre groupe au cours de cette période. Nous avons grandi.

Quand j'ai commencé ici, on fumait encore dans les bureaux.

Tout particulièrement dans le secteur Convenience, où nous jouons aujourd'hui un rôle de leader, sans pour autant négliger nos activités principales que sont la viande et la charcuterie, bien au contraire. Notre rentabilité s'est accrue, nous avons gagné des parts de marché, affiné et axé nos activités – et le succès nous donne raison. Nos stratégies fonctionnent. Ce sont de bonnes bases sur lesquelles mon successeur, Marco Tschanz, pourra bâtir.

Quel est personnellement votre point fort au cours de ces 13 dernières années?

Mon point fort, c'est de pouvoir me lever le matin en bonne santé. J'ai alors chaque jour

la possibilité de changer les choses et de les améliorer. (il réfléchit) C'est peut-être une belle coïncidence que le 13 ait toujours été mon chiffre porte-bonheur. En ce sens, mon point fort serait d'avoir pu passer ces 13 années au sein du Bell Food Group. Dans un secteur auquel je suis très attaché et avec des personnes qui me tiennent à cœur et avec lesquelles j'aime travailler jour après jour. Pas une seule journée, je n'ai regretté ma décision d'avoir accepté ce poste au sein du Bell Food Group en 2011.

Qu'est-ce qui a changé depuis?

La culture, je crois. Quand j'ai commencé ici, on fumait encore dans les bureaux et on buvait du vin aux déjeuners. Nous avons changé cela. À mon sens, nous avons développé une culture à laquelle je peux mieux m'identifier. On est plus franc, plus cohérent, plus authentique et on se tourne davantage vers les gens. Mais les choses essentielles sont en fait restées les mêmes: une entreprise remarquable et des collaboratrices et collaborateurs formidables.



Et comment avez-vous évolué?

Sans aucun doute, j'ai appris un tas de choses. Après avoir débuté dans une petite entreprise, j'ai appris à bien connaître le commerce de détail pendant mon temps chez Coop. Je me suis ensuite lancé dans la production industrielle avec le Bell Food Group. Aujourd'hui, j'ai de profondes connaissances de l'ensemble du processus et j'aimerais à l'avenir pouvoir le partager. C'est en tout cas ce que j'ai prévu.

Puisque vous en parlez, comment envisagez-vous l'avenir?

En ce moment, je suis en train d'aménager mon garage à motos. Depuis mes 18 ans, je fais de la moto avec un groupe d'amis et cela fait longtemps que nous cherchons un endroit

où nous retrouver tous ensemble. J'habite moi-même à Bâle. Et à Arlesheim (banlieue de Bâle; note de la réd.) où j'ai grandi, nous avons maintenant trouvé avec ce garage un super lieu de rencontre pour nous quatre. Actuellement, il manque encore le réfrigérateur. Mais j'ai déjà acheté la bière! (rires) Encore un grand barbecue et je serai fin prêt. Je ne peux finalement pas rester confiné à la maison! C'est pourquoi j'ai encore des choses à faire. Des loisirs, du sport, par exemple. Ensuite, je serais aussi ravi de partager mes connaissances et mon expérience dans le secteur, si cela est demandé. Peut-être au sein d'une fondation, comme ça je pourrais aussi donner quelque chose en retour.

En ce moment, je suis en train d'aménager mon garage à motos.



Avec Marco, nos gens sont entre de bonnes mains.

Qu'est-ce qui vous réjouit le plus ?

De me lever le matin en bonne santé. Je me dis toujours : « tant que tu es en bonne santé, tu peux tout faire. » Ce que je ne ferai sûrement pas, ce sera : manger un croissant à 9 heures, lire le journal et me regarder vieillir. Je ne suis vraiment pas fait pour ça !

Qu'est-ce que vous allez faire à la place ?

Je vais sûrement voyager. Faire de la moto aux États-Unis, par exemple. Peut-être aller en Normandie le 6 juin pour le jour J. L'histoire m'a toujours intéressée, et avoir le temps de la vivre est un cadeau. J'ai encore beaucoup d'idées et de rêves. Je passe ma vie à les réaliser. On verra après si tous fonctionnent. (rires)

Mais j'aurai certainement aussi du temps à consacrer à mon entourage. J'ai une famille merveilleuse, des amis merveilleux. Je vais leur rendre visite. En septembre, je suis par exemple invité à un mariage à Bologne. Maintenant, je peux prendre le temps de faire ces choses-là. Aller tranquillement en Italie en faisant des arrêts ici et là. Je m'en réjouis déjà. Ma partenaire me demandait à ce sujet : « Tu vas rester à la maison toute la journée quand tu seras à la retraite ? ». « N'y compte pas ! », ai-je répondu, et elle d'ajouter « Ouf, c'est mieux comme ça ! » (rires)

Eh bien, je dois vraiment dire que ces 13 années ont été une période super agréable. Elles ont passé trop vite, mais j'ai apprécié chaque journée, vraiment *chaque* journée. Et je ne voudrais pas en manquer une heure.

Qu'est-ce qui va vous manquer ?

Vous tous. Vous en tant qu'hommes et femmes. Lorsqu'on est tous les jours avec des gens que l'on aime et avec qui on se sent à l'aise, cela finit sans doute par manquer.

De 2011 à 2024

Depuis que Lorenz Wyss a rejoint Bell Food Group en 2011 en tant que CEO, le groupe n'a cessé de se développer. Le chiffre d'affaires est passé de 2,5 milliards de CHF à plus de 5 milliards. Les effectifs ont plus que doublé.

Internationalisation et développement de l'activité principale

Acquisition de Hubers et investissements dans des développements de sites (Zell, Niepotomice) ou de nouvelles constructions (Fuensalida)

Développement du pilier Convenience

Acquisition de Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO et Hügli ainsi que construction d'un nouveau bâtiment à Marchtrenk et entrée sur le marché autrichien des produits convenience

Investissements dans la performance

Modernisation et élargissement à Oensingen et plan de développement de l'usine à Schaan et Steinach

Que souhaiteriez-vous partager avec ces personnes, ces hommes et ces femmes du Bell Food Group ?

Tout simplement : je vous aime tous et toutes. Restez comme vous êtes.

Que partageriez-vous avec votre successeur ?

Je ne veux pas transmettre de grandes sagesses. Je suis content que quelqu'un arrive à qui je peux simplement remettre les clés et me dire avec confiance que tout se passera bien. J'en suis reconnaissant. Marco fera du bon travail. Avec lui, tout le petit monde du Bell Food Group est en de bonnes mains.

Une dernière question : quel plat commencera votre prochain chapitre ?

Une « Saucisse à rôtir de Saint-Gall », c'est clair. Nous avons déjà acheté la bière et j'attends encore le frigo pour le garage ! (rires) Dans ce frigo, il y aura toujours une saucisse à rôtir de Saint-Gall, tout comme de la bière et de l'eau minérale. Sans ça, rien ne va. Et rien de plus finalement ! • sh

Sales Academy: le premier programme de formation global

Un menu d'apprentissage pour la distribution et la vente

Le premier programme d'apprentissage à l'échelle du Bell Food Group sera lancé en mai. Il s'adressera aux collaboratrices et collaborateurs de la vente et de la distribution et les accompagnera tout au long de leur carrière pendant plusieurs années. La nouvelle Sales Academy est le fruit d'une étroite collaboration entre le Centre de compétences Vente et le service Développement du personnel.

Le premier groupe de formation dans le cadre de la nouvelle Sales Academy se réunira en mai à Zurich pour le « hors-d'œuvre » de son « menu MyLearning ». Ce nom a été donné au nouveau programme de formation en accord avec le slogan « Nous avons le goût du plaisir. » du Bell Food Group.

Un « apéro » virtuel a donc déjà eu lieu avant ce premier événement en présentiel. Viendront ensuite le « plat principal », l'« interlude » et le

« dessert ». À la manière d'un menu de restaurant, ce menu d'apprentissage a été soigneusement préparé en avant-première.

« Le Centre de compétences Vente s'est adressé au service RH avec le souhait de développer un programme de formation spécifique et général pour la distribution et la vente », relate Selina Weber, spécialiste RH du développement du personnel du Bell Food Group.

Avec cette idée, le CC Vente poursuivait d'autres objectifs orgueilleux, outre la formation continue approfondie de son personnel. D'une part, les formations en présentiel à l'échelle du groupe ont pour but de favoriser la création d'un réseau et l'exploitation de synergies. D'autre part, un tel programme est également une raison attrayante pour les candidats et les candidates de choisir le Bell Food Group.

Un « apéro » virtuel a été organisé en avant-première de la séance en présentiel.



« Lors de la phase de préparation, l'analyse des besoins a été une étape particulièrement captivante. Elle a permis d'identifier les différents groupes d'interlocuteurs et interlocutrices au sein des différentes sociétés de distribution ainsi que leurs attentes et exigences spécifiques. Je pense que nous avons très bien réussi. Dans l'ensemble, le programme de formation n'est pas seulement un outil précieux pour le développement de notre personnel actuel, c'est aussi une offre attrayante pour les futurs candidats et candidates. »

Roland Ferraro, responsable des ventes / Gestion des produits chez Bell Suisse

Menu MyLearning

L'apéro

Le menu commence pour tous par un auto-apprentissage virtuel sur l'organisation du travail.



L'entrée

En deuxième plat, la communication et la présentation de soi sont au menu.



Le plat principal

Les fondements de la distribution et de la vente sont servis en guise de plat principal.



L'interlude

Le menu de la formation continue se poursuit avec les spécificités des différents domaines professionnels.



Les trois menus de formation continue de la Sales Academy sont chacun adaptés aux besoins spécifiques des secteurs professionnels.



Le dessert

C'est au moment du dessert que se décide si l'on poursuit une carrière de spécialiste ou de cadre.



« Au départ, mon objectif était de mettre en place une formation commune à la distribution, et ce à quoi nous avons abouti, c'est tout un programme de formation destiné à trois groupes cibles différents. Vraiment super, un grand merci pour cela ! L'objectif est d'encourager les jeunes collaboratrices et collaborateurs dans leur développement et de donner dans le même temps aux «vieux briscards» la possibilité de rester en forme et de travailler sur eux-mêmes par le biais de remises à niveau ciblées. La formation est l'élément essentiel qui nous permet de progresser en tant qu'organisation, de mettre en œuvre nos stratégies avec succès et d'être gagnant sur le marché ».

Simone Brosy, responsable LEH, Hilcona

Initialement, l'équipe de développement a été confrontée à la tâche de regrouper les besoins de tous les secteurs et pays de la région DACH, l'objectif étant de créer un programme conciliant les attentes de tous et de toutes. Elle a d'abord identifié les points communs entre

« Nous avons abouti à un programme complet pour trois groupes cibles ».

le service interne des ventes, le Key Account Management et le service externe, et défini les critères nécessaires au personnel de ces secteurs pour maîtriser avec succès leurs situations de travail.

« Sur la base de ces résultats, nous avons pu élaborer les contenus et créer les cours destinés à ces groupes », explique Selina Weber. « Il est très important que ce pro-

gramme accompagne les personnes dans leur développement sur le long terme, c'est-à-dire, dans le meilleur des cas, sur plusieurs années de leur carrière. »

Par conséquent, le programme, destiné à l'ensemble de l'équipe de vente et de distribution, débute par l'organisation efficace du travail. Sont ensuite abordés des thèmes liés à l'approche client ainsi qu'aux fondements de la vente et de la distribution. Par la suite, des spécificités correspondant à chaque groupe sont au programme. C'est au moment du « dessert » que l'on décidera si l'on veut se diriger vers une carrière de spécialiste ou de cadre.

Selina Weber explique que le programme de formation standardisé se développe dans la lignée des formations de base pour les postes spécialisés ou de direction. Les personnes sont en plus encouragées en fonction de leurs attentes spécifiques.

Ces attentes des participant-e-s sont cependant également prises en compte dès les premières phases du programme. Par exemple, le point de départ de la formation peut varier en fonction de l'expérience de chacun



« Avec ce nouveau concept de formation, notre objectif est de mieux maîtriser les défis quotidiens de la distribution, d'aiguiser nos compétences et de découvrir de nouvelles approches. En effet, étant donné que de nombreux thèmes fondamentaux se recoupent dans nos activités et nos pays respectifs, il est judicieux de s'unir. En effet, de nombreuses idées étaient déjà à disposition, et il s'agissait simplement de rassembler les différents éléments pour créer un ensemble cohérent. Grâce à ces formations communes, nous pourrions nourrir l'esprit d'équipe, apprendre des expériences de nos collègues et tisser des liens entre les différentes unités ».

Marc Tissot, CCO B2B du groupe Hügli



« Au sein de l'entreprise, les personnes et la collaboration efficace qu'elles mènent au-delà de leur propre secteur constituent des facteurs de réussite. L'échange avec les collègues de tout bord renforce le sentiment d'appartenance à notre groupe, ce qui peut grandement motiver les participant-e-s. Par ailleurs, les différentes approches des bonnes pratiques peuvent être discutées et mises en œuvre à l'échelle du groupe. C'est justement ces dernières qui nous différencient des autres entreprises, qui génèrent des avantages concurrentiels et qui forment notre profil. Et comme une cerise sur le gâteau, la Sales Academy apporte un atout supplémentaire pour le recrutement de personnel externe. »

Martin E. Schygulla, président de la direction, directeur de la division Bell Allemagne & Espagne

et chacune et au rythme du participant ou de la participante à avancer dans le programme de l'académie de la distribution.

Avec la Sales Academy, le CC Vente et le service Développement du personnel ont créé le premier programme de formation générale du Bell Food Group. Et ce n'est peut-être pas le dernier. En effet, sur le même modèle, d'autres secteurs d'activité qui partagent les mêmes besoins en matière de formations continues à l'échelle du groupe peuvent élaborer leurs propres programmes en collaboration avec le développement du personnel. • mr

BELL FOOD GROUP



Enquête auprès des collaboratrices et collaborateurs 2024
Du 21 mai au 18 juin

L'enquête se déroulera en ligne. Vous recevrez une lettre d'invitation ou une invitation numérique à votre adresse électronique professionnelle (pour des raisons de protection des données, uniquement en Suisse et au Liechtenstein). **Le questionnaire peut être rempli dans les langues suivantes :** allemand, français, anglais, espagnol, italien, néerlandais, hongrois, polonais, roumain, bosniaque, croate, serbe, slovaque, portugais, turc, tamoul, ukrainien, tchèque, bulgare et cinghalais.

Members of Bell Food Group



Anonymat : l'enquête est menée par Empiricon qui assure une confidentialité totale dans le traitement de vos données personnelles. L'évaluation est conçue de manière à ne pas permettre de tirer de conclusions sur des personnes individuelles. Les données sont analysées uniquement sous forme agrégée et ne concernent que des groupes comptant au moins 5 personnes ayant répondu au questionnaire. Le Bell Food Group n'a à aucun moment accès aux données individuelles.



La formation professionnelle, un investissement pour l'avenir

Bien se positionner dans les starting-blocks pour les professionnel·le·s de demain

Une formation professionnelle attrayante, voilà la clé pour la main-d'œuvre qualifiée de demain. D'ici 2026, le nombre de places d'apprentissage au sein du Bell Food Group aura doublé, notamment dans les domaines de la technique, de la production et de la logistique.

Proposer une formation professionnelle solide en qualité d'entreprise procède de la plus haute responsabilité.

Proposer une formation professionnelle solide en qualité d'entreprise procède de la plus haute responsabilité. « La direction du Bell Food Group soutient pleinement la formation professionnelle en entreprise », déclare Endrik Dallmann, responsable RH du Bell Food Group. Avec son équipe, il assume la responsabilité de l'encadrement de plus de 12 000 collaborateurs et collaboratrices répartis dans 16 pays européens. Parmi eux, environ 160 personnes, des jeunes pour la plupart, suivent une formation professionnelle en production, logistique, technique, informatique ou administration. Endrik Dallmann, qui a lui-même commencé sa carrière il y a 30 ans par une formation professionnelle en entreprise en tant qu'agent technico-commercial chez Hügli Allemagne, observe à quel point les perspectives des professionnel·le·s de demain ont évolué et comment les attentes envers les entreprises formatrices ont

changé au fil des dernières décennies. « Je le perçois de très près lorsque je discute avec mes propres enfants ». Ils ont entre 20 et 25 ans, appartiennent donc à la génération Z, ce groupe de jeunes que nous voulons aujourd'hui encourager à suivre une formation professionnelle. « Il n'est pas toujours facile de bien cerner les attentes des Z, et encore moins de les satisfaire, mais nous sommes sur la bonne voie », enchaîne Endrik Dallmann, confiant. « De nos jours, les jeunes aspirent de plus en plus souvent à trouver un sens à leur carrière professionnelle, et ce, dès la période de formation. Leur quête d'un haut degré d'autodétermination y est étroitement lié. » Pour répondre à ce besoin, il est essentiel de mettre en place un environnement propice où le personnel peut s'épanouir pleinement dans ses activités.

La mise en réseau renforce la coopération

Être à l'écoute des besoins des apprenti·e·s, les encourager et les soutenir tout au long de leur parcours fait partie des missions d'une entreprise formatrice de qualité. Favoriser la mise en réseau entre les apprenti·e·s est capital. « Lors d'une rencontre bisannuelle, les apprentis issus de diverses entreprises et catégories professionnelles ont l'opportunité de se rencontrer personnellement et de collaborer lors d'ateliers », explique Endrik Dallmann. Est né un réseau social distinct qui continue de faciliter les échanges, même une fois que les jeunes sont de retour dans leurs entreprises pour s'acquitter de leurs tâches professionnelles.



Un arc-en-ciel de couleurs avec des t-shirts assortis : Bell en rouge, Eisberg en vert, Hilcona en bleu et Hügli en blanc. En rose, l'équipe Crea qui a documenté l'événement en images et photos, et en noir, les accompagnateurs.

La grande réunion

Lorsque reviendra l'heure de la rencontre Apprenti·e·s, plus de 100 jeunes de quatre pays se déplaceront pour se lancer des défis et passer un bon moment ensemble.

La rencontre des apprenti·e·s du Bell Food Group réunit tous les deux ans les apprentis d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse. Ils réalisent ensemble un projet, apprennent les uns des autres et, surtout, passent des moments inoubliables ensemble. Environ 130 participants et 20 accompagnateurs ont participé à la dernière édition, qui s'est déroulée comme les années précédentes à Macolin, au-dessus de la ville de Bienne, dans le canton de Berne. Dans le cadre du challenge « The Burger Factory »,

les 24 groupes au total ont été invités à créer leur propre recette de burger. Et elle a mis l'eau à la bouche du jury ! L'équipe lauréate a impressionné par un savoir-faire soigné et une présentation particulièrement savoureuse. En plus des bons de voyage qu'ils ont gagnés, les champions du burger étaient également particulièrement heureux de trouver leur propre recette dans un livre de cuisine conçu et imprimé de manière professionnelle.

Partir voir ailleurs a des avantages

Dans le cadre d'un séjour à l'étranger, les apprenti-e-s se sont plongés dans de nouveaux univers et ont eu l'opportunité de découvrir de près les différences et les similitudes entre les différentes entreprises.

Un nouveau pays, une autre langue, une culture passionnante : quand les jeunes décident de passer un mois à l'étranger pendant leur formation, une période passionnante les attend. Qu'il soit mécatronicien ou agent technico-commercial : en premier, il faut choisir un site. En tant que groupe d'entreprises actif dans toute l'Europe, le Bell Food Group a beaucoup à offrir, et le choix de la destination peut facilement être comparé à un catalogue de vacances. Et pourtant, les vacances ont une autre allure. Les jeunes peuvent mettre la main à la pâte dès qu'ils sont arrivés dans l'entreprise de leur choix. Ils sont non seulement accueillis par une nouvelle équipe, mais découvrent aussi de près la

vie interne d'une autre entreprise où ils travaillent dès le premier jour de leur séjour. En plus du travail, il reste bien sûr du temps pour mieux connaître le pays et ses habitants, visiter des sites touristiques et peaufiner ses compétences linguistiques. Une expérience précieuse non seulement pour la carrière professionnelle, mais aussi pour la vie.

Deux lieux de formation, un modèle de réussite

L'évolution démographique entraînera dans les années à venir un nombre supérieur à la moyenne de professionnel-le-s qui quitteront les entreprises pour prendre une retraite bien méritée. Pour tenir compte de cette situation, le Bell Food Group

L'objectif est de créer 300 places de formation au total à l'horizon de 2026.

met en œuvre diverses mesures. Un objectif est notamment d'augmenter sensiblement les places de formation d'ici 2026. 300 places de

formation seront proposées au total, notamment en Suisse, en Allemagne et en Autriche. Dans les pays donc, qui misent sur les avantages du système

de formation professionnelle en alternance. Le système dual met l'accent sur la formation simultanée en entreprise et dans une école professionnelle. Dans la lutte contre la pénurie de spécialistes qualifié-e-s, ce type de formation professionnelle fait figure de modèle dans le monde entier. « Les études en alternance, qui combinent des études dans une haute école spécialisée avec une formation en entreprise, sont également intéressantes et déjà appliquées avec succès, surtout en Allemagne. Études et travail pratique alternent tous les trois mois », explique Endrik Dallmann.

Doubler le nombre de places de formation : l'atelier de gestion élabore un concept

Actuellement, un groupe de travail est en train d'élaborer des réponses à la question de savoir comment atteindre cet objectif ambitieux. Au sein d'un atelier de gestion, une équipe transnationale de collègues travaille, dans le cadre du développement de leur propre potentiel dans ce programme de formation continue, à un concept qui servira



Les jeunes ont parlé de leurs séjours linguistiques dans le flux des apprenti-e-s de l'application my Bell Food Group dédiée aux personnel.

Ici, la boucherie ne quitte pas le village

On apprend le métier sur le tas dans l'atmosphère familiale d'une petite boucherie de village. Une bonne chose pour les futur-e-s professionnel-le-s de la viande, et pour toute une région aussi.

Après presque 40 ans d'existence, la boucherie Stübi à Matzendorf, non loin du site de Bell à Oensingen, était sur le point de fermer ses portes. Les époux Stübi, propriétaires de la boucherie du village appréciée de tous et de toutes, étaient sur le point de prendre leur retraite et recherchaient un successeur. Ce ne fut pas une tâche facile. Comme elle coopérait avec succès depuis des années avec Bell dans le domaine de la formation, le sort de la boucherie du village tenait également au cœur des responsables de Bell. On rechercha fiévreusement une solution pour assurer l'avenir de l'entreprise. L'ancienne boucherie Stübi s'appelle désormais Thaler-Metzg et sert à présent uniquement d'entreprise de formation pour Bell Suisse. Sous la direction experte de Michael Saner, ancien apprenti de Stübi et actuel directeur, les futur-e-s bouchers-charcutiers et bûchers-charcutières de Bell apprennent le métier dans la boucherie du village. Cela présente le grand avantage qu'après l'apprentissage, ils maîtrisent tout l'éventail de la transformation et de l'affinage

de la viande. Les recettes originales primées de la famille Stübi sont conservées et la population locale peut continuer à se réjouir d'avoir sa propre boucherie tout près de chez elle. Voilà une entreprise où la nouvelle génération apprend un métier riche en traditions, tout en mettant l'accent sur la production durable de viande locale de la région. Son adresse reste synonyme de la plus haute qualité.

**THALER
METZG**



thaler-metzg.ch/ausbildung/



Andreas Begré, responsable de la formation professionnelle chez Bell en Suisse

Développer au lieu de stagner

Les apprenti-e-s ne doivent pas seulement apprendre leur métier avec excellence et être reconnu-e-s dans leur travail, il faut aussi les retenir dans l'entreprise en proposant des conditions de travail progressistes et une rémunération équitable.

La formation professionnelle est un thème qui occupe une place primordiale au sein du Bell Food Group. On ne souhaite rien de moins que d'être parmi les meilleurs dans ce domaine. Cette exigence a également pour but d'attirer les meilleure-s apprenti-e-s. Pour atteindre cet objectif ambitieux, il est important d'offrir l'infrastructure nécessaire et des formations au contenu adéquat. « Nous passons à l'étape suivante », déclare Andreas Begré, responsable de la formation professionnelle chez Bell Suisse, en évoquant les mesures prises pour rendre

la formation encore plus attrayante au sein du Bell Food Group. « Nous effectuons actuellement un bilan de situation, lequel nous permettra de saisir la situation actuelle et de déduire de notre analyse la direction à prendre ». Outre les contenus concrets de la formation, les conditions d'emploi sont également un sujet auquel nous accordons une attention constante. En plus d'offrir des conditions de travail progressistes, il est essentiel de garantir une rémunération moderne et équitable aux professionnel-le-s de demain.

Ce que les apprenti-e-s disent à propos de leur choix professionnel



Juan Riveiro, en 3^{ème} année d'apprentissage en tant qu'opérateur de machines automatisées chez Hilcona à Schaan

« J'aimerais rester chez Hilcona et continuer à me former. J'ai passé les trois dernières années dans l'entreprise et je connais un peu tout. Je pense pouvoir apporter un bon soutien à Hilcona avec mes connaissances ».



Alessio Arieta, en 3^{ème} année d'apprentissage en tant que cuisinier chez Bell à Zell

« J'ai pu faire mon apprentissage de cuisinier CFC pendant presque trois ans maintenant chez Bell à Zell. Travailler chez Bell est une expérience enrichissante que j'apprécie, cela nous permet de rencontrer régulièrement de nouvelles personnes et d'explorer de nouveaux endroits. On se trouve ici dans un environnement très formateur et on est soutenu là où c'est nécessaire. J'ai vécu une expérience formidable pendant ces presque trois ans chez Bell et j'ai beaucoup appris. Pas seulement par rapport à ma profession, mais aussi pour la vie. »



Fabio Dalla Valle, en 1^{ère} année d'apprentissage en tant que technologue en denrées alimentaires chez Hilcona à Schaan

« Ce qui me plaît le plus, c'est la diversité de la formation, je suis également très satisfait de mon salaire. Pour moi, le plus important dans ma formation, c'est d'y trouver du plaisir. J'aimerais également continuer à me former après mon apprentissage, et Hilcona me le permet. Pour l'avenir, je souhaite réussir mon apprentissage et rester en bonne santé ».



Gian Kunz, en 3^{ème} année d'apprentissage en tant qu'employé de commerce chez Hilcona à Schaan

« Les services variés où je suis passé au cours de mon apprentissage de trois ans, étaient tous passionnants. Dans chaque service, il y a de nouvelles choses à apprendre, que ce soit sur Hilcona ou sur l'ensemble du Bell Food Group. Une équipe géniale travaille dans chaque service. J'aime particulièrement le fait de travailler de manière autonome dans mon métier. »



Denys Tarasenko, en 3^{ème} année d'apprentissage d'opérateur de machines automatisées chez Hilcona à Schaan

« J'aime mon métier pour son programme varié, l'amabilité du personnel, les bons horaires de travail. En plus, on ne doit pas laver les vêtements de travail chez soi. »



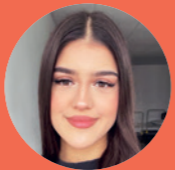
Navina Nek, en 1^{ère} année d'apprentissage en tant qu'employée de commerce chez Hilcona à Schaan

« Au cours de ma formation d'employée de commerce, j'ai jusqu'à présent assumé de nombreuses activités différentes et connu deux services. J'aime beaucoup les tâches variées telles que la rédaction de factures, la vérification des certificats et apporter mon aide au kiosque interne. Je trouve également que les différentes manifestations que l'on entreprend avec les autres apprenti-e-s, comme la préparation des paquets de Noël ou les journées de rencontre pour faire connaissance, sont très agréables et bénéfiques pour la formation de l'équipe. Lors du choix de mon entreprise d'apprentissage, il était important pour moi qu'il s'agisse d'une entreprise ouverte et intéressante, où les relations sont conviviales. Hilcona m'a surtout attirée pour sa production alimentaire et les différents travaux qui se cachent derrière. Pour mon avenir, je souhaite réussir mon apprentissage et obtenir ensuite la maturité professionnelle. »



Almina Bosnic, en 2^{ème} année d'apprentissage en tant qu'employée de commerce chez Bell à Bâle

« Mon apprentissage commercial chez Bell est extrêmement varié, il permet de découvrir les différents services d'une entreprise. J'ai moi-même déjà pu découvrir trois services (administration et information informatique, comptabilité et achat de produits de la mer) et j'en suis très satisfaite. Avec une rotation de service tous les six mois, l'opportunité d'apprendre quelque chose de nouveau chaque jour et d'élargir ses compétences est considérable. De plus, les apprentis bénéficient d'une motivation supplémentaire grâce aux primes, ce qui, à mon avis, stimule également leurs performances à la fois en entreprise et à l'école. »



Sara Tomic, en 3^{ème} année d'apprentissage d'employée de commerce chez Eisberg à Dällikon

« Lorsque j'ai choisi Eisberg comme entreprise de formation, j'ai accordé une importance particulière à une ambiance de travail agréable. Les bonnes relations avec mes collègues le confirment. L'autonomie et le travail en équipe sont tous deux importants pour moi dans mon métier, c'est pourquoi j'ai choisi d'apprendre un métier du commerce. Mon objectif est de terminer ma formation cet été et de continuer à me former par la suite. »



Centres de compétence pour les professionnel-le-s de demain

Les ateliers d'apprentissage rassemblent les connaissances et l'expérience du métier pour les transmettre aux professionnel-le-s de demain.

L'avantage est de pouvoir se concentrer pleinement sur la formation, loin des pressions de la production et autres influences extérieures.

Dans les ateliers d'apprentissage de Bell Suisse, chaque détail est adapté aux exigences et aux besoins des jeunes. Alors que l'atelier de Bâle pour les bouchers et bouchères de demain existe depuis de nombreuses années, un atelier plus récent se trouve à Oensingen depuis environ deux ans. Là aussi, les formateurs enseignent le métier de boucher dans un cadre spécialement conçu à cet effet et le transmettent à la prochaine génération de professionnels. En septembre dernier, après quatre mois de

travaux, le premier atelier d'apprentissage dans le domaine technique a ouvert ses portes. Cette infrastructure nouvellement créée offre actuellement à sept apprenti-e-s l'environnement optimal pour se former au métier de mécanicien de production ou de technicien de maintenance. Les automaticiens/automaticiennes peuvent se concentrer sur différentes tâches sans dérangement et assimiler des contenus d'apprentissage dans un environnement calme et protégé.

Le nouvel atelier d'apprentissage technique de Bell à Bâle peut accueillir sept apprenti-e-s mécaniciens/mécaniciennes de production ou automaticiens/automaticiennes.

« Pour l'avenir, il est prévu d'organiser des sessions en anglais ».

de base pour doubler le nombre de places de formation professionnelle. « Cet atelier de gestion actuel est constitué de huit femmes et de deux hommes. Il s'agit de collaborateurs et collaboratrices issu-e-s de différents secteurs d'activité et services. Nous sommes heureux de constater que l'équipe se distingue par une grande diversité », ajoute Endrik Dallmann. Ce qui unit les dix membres de l'atelier: ils parlent tous allemand. « À l'avenir, il est prévu d'organiser des sessions en anglais, qui nous permettront d'ouvrir le programme à nos collègues anglophones ».

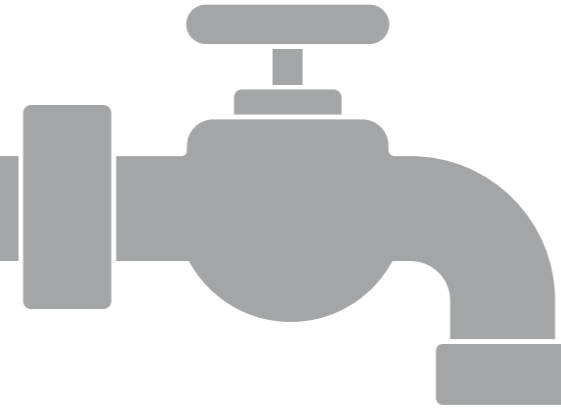
Former et retenir dans l'entreprise

L'élément décisif pour un succès durable dans le contexte de la maîtrise de la pénurie de main-d'œuvre qualifiée réside dans la capacité à retenir les collaborateurs fraîchement formés dans l'entreprise. En plus de chercher à donner un sens à leur travail, les professionnel-le-s de demain aspirent à apporter leurs propres idées et faire preuve de créativité. La sécurité de l'emploi est également une priorité majeure. Ces défis constituent un ensemble qu'il vaut mieux aborder aujourd'hui que demain pour une entreprise orientée vers le futur. Chez Bell Food Group, on est conscient que le succès de l'entreprise dépend du savoir-faire et de la motivation des membres de son personnel. Il s'agit de concevoir la meilleure offre de formation possible, dont les résultats doivent également être perçus comme une contribution significative à notre responsabilité sociale. • ap

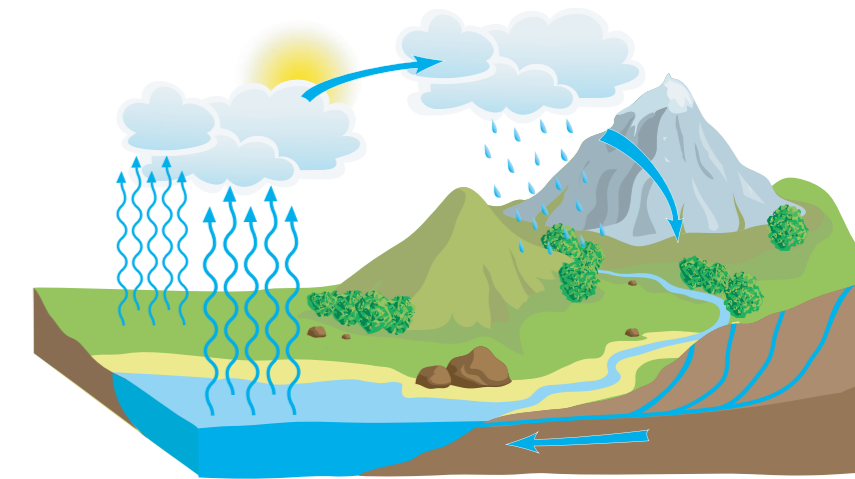
Gestion durable de l'eau

CHAQUE GOUTTE COMPTE

L'eau douce est une ressource précieuse. Alors que la demande en eau continue de croître, la pollution de l'eau augmente également, ce qui diminue les réserves d'eau au niveau mondial. LOOK! montre l'engagement du Bell Food Group en faveur de la préservation de cette ressource essentielle.



LE CYCLE DE L'EAU



Seulement 2,5 % des réserves mondiales en eau sont constituées d'eau douce.



LES RÉSERVES D'EAU DANS LE MONDE

Volume de la Terre :
1,1 billion de km³
(1 km³ = 1 billion de litres)

dont en eau :
1,4 milliard de km³

dont :
35 millions de km³

d'eau douce exploitables
par l'être humain **0,3 %**

La terre est recouverte d'eau sur environ deux tiers de sa surface. La majeure partie de cette eau est salée. En revanche, seulement 2,5 % des réserves mondiales en eau sont constituées d'eau douce. Or, seulement 0,3 % de l'eau douce disponible est véritablement utilisable par les humains, notamment pour la consommation d'eau potable et l'irrigation des champs. L'eau douce restante est emprisonnée dans la glace des glaciers de l'Arctique et de l'Antarctique, ou profondément enfouie dans le sol sous forme d'eau souterraine.

Une denrée rare

Non seulement le volume d'eau présent sur la terre ne peut pas être consommé en totalité en raison du cycle de l'eau, la quantité d'eau utilisable est en réalité limitée. Quand les besoins dépassent les ressources naturelles, l'eau douce se fait rare. Déjà aujourd'hui, un tiers des plus grands systèmes d'eau souterraine dans le monde est menacé, et plus de quatre milliards de personnes vivent dans des pays où l'eau est gravement insuffisante ou manque. Outre les

pays d'Afrique centrale et du Nord, le Mexique, la Chine et l'Europe du Sud sont également concernés.

Une valeur ajoutée pour l'homme et la nature

Nos écosystèmes sont eux aussi tributaires d'une quantité suffisante d'eau douce. Les rivières et leurs zones alluviales ainsi que les lacs et les marais font partie des écosystèmes les plus riches en espèces. En même temps, ils stockent, filtrent et purifient l'eau potable.

Nos écosystèmes sont eux aussi tributaires d'une quantité suffisante d'eau douce.

L'eau douce joue aussi un rôle essentiel dans la régulation du climat en capturant des gaz tels que le méthane et le carbone. Ces deux substances sont responsables du réchauffement de la planète.

Plus de nutriments, moins d'oxygène

Et c'est précisément cette capacité qui peut être fatale à l'eau potable : si l'eau douce stocke trop de nutriments, elle perd de l'oxygène. Cela entraîne à son tour une prolifération accrue

d'algues et de plantes aquatiques. Un phénomène appelé eutrophisation qui, à long terme, se traduira par la mort de nombreuses espèces aquatiques en raison de la dégradation de la qualité de l'eau.

Ses causes sont multiples, mais dans la plupart des cas, l'activité humaine est coresponsable. Les eaux usées non traitées, les nutriments tels que l'azote et le phosphore présents dans les engrais ou les aliments pour poissons accélèrent le processus.

Dans l'agriculture biologique, l'utilisation d'engrais et de produits phytosanitaires est rigoureusement réglementée pour préserver la qualité des eaux des nappes phréatiques.

Et que fait le Bell Food Group ?

La production alimentaire repose sur une disponibilité adéquate de l'eau douce, qu'elle serve à irriguer les champs ou à laver la viande, les fruits, les légumes et les salades, ou encore à nettoyer les machines, les appareils et les ateliers de production. En tant que partie intégrante de l'industrie alimentaire, le Bell Food

CE QUE FAIT LE BELL FOOD GROUP



L'eau de pluie pour refroidir

Le toit plat du nouveau centre de congélation d'Oensingen est utilisé pour recueillir l'eau de pluie. L'eau de pluie est collectée sur une surface de 200 m² et acheminée dans un réservoir d'eaux pluviales, d'où elle est utilisée pour refroidir au retour les appareils de refroidissement ou rejeter dans l'environnement la chaleur excédentaire de l'installation de réfrigération à l'ammoniac par évaporation par le toit.

Économiser l'eau par irrigation au goutte-à-goutte

100 % des produits qu'Eisberg achète à des fournisseurs en Europe proviennent de champs bénéficiant d'un type d'irrigation dite au goutte-à-goutte. Avec cette méthode d'irrigation précise, de petites quantités d'eau contrôlées atteignent directement les racines des plantes. Non seulement cette méthode est économique comparé aux systèmes d'irrigation traditionnels, elle favorise également une croissance saine des plantes.



Réutiliser l'eau de refroidissement

À Pfaffstätt, Hubers utilise l'eau pour protéger de la surchauffe les installations d'emballage qui fonctionnent parfois à des températures élevées. Depuis 2023, cette eau n'est plus simplement déversée dans le caniveau, mais réutilisée pour le prélavage des conteneurs d'animaux vivants. Ce sont ainsi chaque jour, environ 80 000 litres d'eau qui sont économisés.



Rechercher les fuites d'eau

Les abattoirs de Bâle utilisent un système de surveillance des fuites depuis 2023. La nuit, en l'absence de consommation d'eau, un système surveille les vibrations afin de détecter rapidement toute fuite éventuelle. Si aucun écoulement d'eau, pas de vibrations, alors que leur apparition indiquerait une possible fuite.

-25%

Réduire les eaux usées

Chez Ali-Big à Brivio, le nettoyage de la production humide (par ex. la sauce tomate) est très gourmand en eau. Diverses mesures telles que des analyses de consommation, des outils de nettoyage sans eau ou la formation du personnel ont permis de réduire la consommation d'eau de 25 % par quantité de produit fini. Cela a également permis d'améliorer la qualité des eaux usées, de sorte que les valeurs limites communales peuvent aujourd'hui être respectées.

Prétraiter les eaux usées

Les eaux usées des entreprises de production sont plus ou moins polluées selon le processus appliqué. En cas de forte pollution, l'eau doit être prétraitée avant d'être rejetée dans les égouts. Les abattoirs, en particulier, ont une charge élevée en eaux usées, différentes mesures sont donc prises pour prétraiter les eaux usées. Par exemple, les matières solides qui s'accumulent dans l'eau sont filtrées et converties en énergie dans une installation de biogaz.



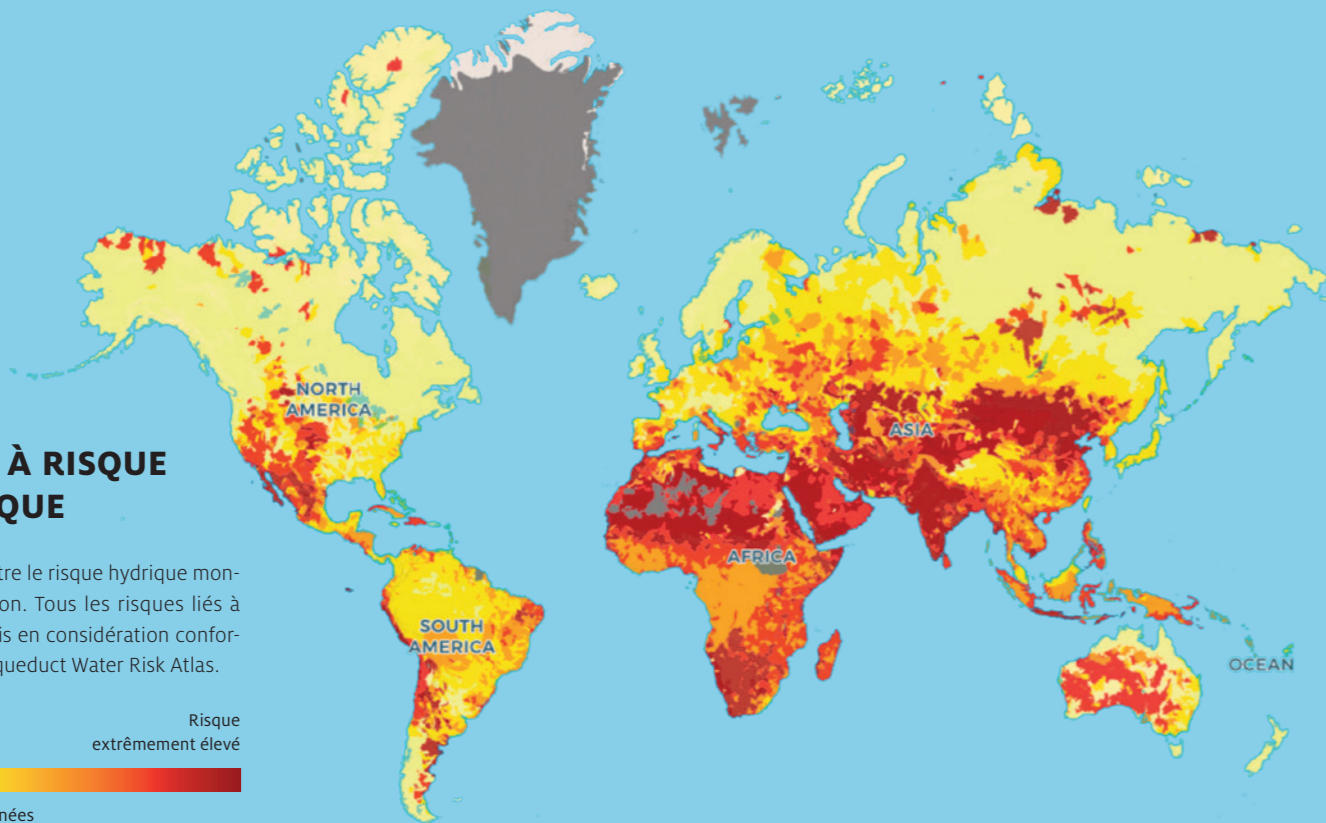
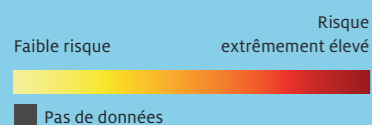
Jetons un regard sur l'avenir: purifier l'eau par ultrafiltration

Le nettoyage des salades nécessite beaucoup d'eau douce. C'est pourquoi Eisberg est à la recherche de solutions permettant de retraiter cette eau en vue d'une réutilisation. Actuellement, l'ultrafiltration est en cours de test comme méthode de purification de l'eau. Elle réussit à filtrer de très petites particules. Toutefois, cette méthode ne fonctionne pas avec les substances dissoutes telles que les acides aminés, raison pour laquelle la recherche continue. Actuellement, Eisberg n'est donc pas en mesure d'estimer la rentabilité économique de cette méthode.



ZONES À RISQUE HYDRIQUE

La carte illustre le risque hydrique mondial par région. Tous les risques liés à l'eau sont pris en considération conformément à Aqueduct Water Risk Atlas.



Group est conscient de l'importance d'une production alimentaire durable. Seule une utilisation avisée des ressources limitées, telles que l'eau, permettra de garantir à long terme les bases de tout ce secteur. C'est pourquoi le Bell Food Group s'investit activement dans des pratiques durables en matière de consommation d'eau, l'objectif étant de préserver à long terme la qualité de cette ressource essentielle, ainsi que sa quantité, à la fois dans ses propres entreprises et tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

À l'horizon de 2026, le Bell Food Group entend réduire de 10 % sa consommation d'eau douce. Elle devra même être réduite de moitié dans les exploitations situées dans des zones de stress hydrique.

Une mesure centrale pour atteindre cet objectif est la mise en place d'un système complet de surveillance : le système de gestion de l'énergie E3m est en cours de déploiement sur tous les sites du Bell Food Group. Outre la chaleur et l'énergie, la consommation d'eau par site est ainsi mesurée. Aidé de Aqueduct Water

Risk Atlas, le Bell Food Group identifie les zones à risque hydrique afin d'élaborer des mesures pour les sites concernés. Il est également actuellement prévu de calculer l'empreinte sur l'eau des principaux produits.

La majorité des mesures ne sont toutefois pas prises au niveau du Bell Food Group, mais plutôt au sein des différentes divisions et sites, ce qu'illustrent concrètement divers exemples. • sh

À l'horizon de 2026, le Bell Food Group entend réduire de 10 % sa consommation d'eau douce.

Plus d'informations sur Aqueduct Water Risk Atlas: www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas



Une belle présentation et le goût est encore meilleur

C'est un plaisir pour les yeux

Cuisiné avec amour pendant des heures, mais une fois arrivé dans l'assiette, le plat a perdu toute allure. Pour tous ceux qui connaissent ce problème, nous avons ici quelques conseils professionnels de Jeroen de Zwart, conseiller culinaire de Bresc. Tous faciles à exécuter et l'effet est garanti !



La tendance qui pointe

Elles sont petites, de couleurs vives et fraîches et sont en train de conquérir la scène culinaire. Il s'agit des micro-pousses comestibles, également connues sous le nom de microverdures ou simplement de cressons.

En garniture, dans différentes nuances de vert, de rouge ou de jaune et avec différentes formes de feuilles, elles sont la cerise sur le gâteau dans des assiettes joliment dressées. Elles doivent aussi en même temps souligner le goût du plat.

Voici les clés pour bien faire : les microverdures avec leur note acidulée se marient bien avec la viande et le poisson. Les pousses au goût de noisette renforcent l'arôme des plats de légumes. Et il est même possible d'utiliser les graines germées pour les desserts. On choisira alors des variétés au goût sucré.

Les micro-pousses comestibles sont cultivées à partir des graines de divers légumes et autres plantes comme les haricots, le chou rouge, le tournesol ou le sarrasin. Si vous ne les trouvez pas au supermarché, vous pouvez les cultiver vous-même. Les graines germent en quelques jours, sur le rebord d'une fenêtre. Les petits pois, les choux et les radis conviennent particulièrement bien aux novices.



Cuisinier de formation et Culinary Advisor chez Bresc, Jeroen de Zwart est un spécialiste des tendances culinaires actuelles.

Complètement tordu

Avez-vous déjà lutté contre des spaghettis ou des linguines qui décident de montrer leur côté récalcitrant au moment de passer de la casserole à l'assiette ? Deux objets, que l'on trouve dans toutes les cuisines, permettent de rappeler à l'ordre ces pâtes quelque peu anarchistes : une cuillère et une fourchette.

On commence par prélever la portion souhaitée dans la casserole à l'aide d'une fourchette et on la fait tourner lentement sur la cuillère. Ensuite, on fait glisser délicatement le rouleau obtenu sur l'assiette. Cette méthode convient aussi bien pour former une tour enroulée ou une spirale couchée.

La meilleure façon de réussir les rouleaux de pâtes est d'utiliser de grands couverts, comme une fourchette à viande et une cuillère de service. Avouons tout de même ici qu'il faut peut-être un peu d'entraînement avant de trouver le bon tour de main. Mais qui se plaindra donc de cuisiner – et de manger – des spaghettis plusieurs fois par semaine à des fins d'entraînement ?



Pour les rouleaux de pâtes, il est conseillé d'utiliser de grands couverts.





Le support qui convient

Plat ou profond, blanc ou coloré, carré ou rond, tout d'une même série ou un mixte bariolé? En ce qui concerne la vaisselle, c'est le goût personnel qui décide de ce que l'on met sur la table.

Les tons pastel et terre sont très en vogue pour la vaisselle.

Mais comme pour la mode: à chaque met, son assiette. Si l'on veut présenter un plat joliment, il est essentiel de sélectionner soigneusement la vaisselle à utiliser. Or, pour un même plat, on peut obtenir des résultats très différents en variant les « supports ».

Prenons la soupe en exemple. Pour la mettre en scène, on utilise traditionnellement un bol en grès foncé. Si l'on recherche un aspect plus raffiné, on optera pour une assiette à soupe blanche en fine porcelaine.

Le blanc est de toute façon le grand classique de la vaisselle. Avec lui, on ne se trompe jamais. Les tons pastel et terre sont également très en vogue actuellement. Les plats de viande sont en ce moment fréquemment présentés sur un bloc de bois ou de marbre, ce qui ajoute une touche originale et généreuse.

De plus, l'utilisation d'assiettes ovales ou rectangulaires favorise la tendance à disposer les aliments en longueur. Des bols plus profonds attirent par exemple l'attention sur les salades et les plats de pâtes.

Lorsque vous choisissez la vaisselle, il est essentiel de la choisir en fonction de la taille des portions. En règle générale, les assiettes ou les bols ne doivent être remplis qu'aux deux tiers.

Bon à savoir si vous devez acheter de la nouvelle vaisselle: soyez prudents avec les tons bleus, ils rendent de nombreux aliments moins attrayants.

Réussir la finition

Juste avant de servir, ce qui va ensemble s'assemble. On peut ici s'inspirer des chefs cuisiniers. Si un steak doit avoir un aspect plutôt léger et filigrane, on le découpera en fines lamelles. En revanche, si le plat doit avoir un effet plus rustique, le steak restera en entier et arrivera sur la table avec un « couteau planté dans le dos ».

Pour les sauces, il est préférable de les placer à côté ou en dessous de tout ce qui a une croûte croustillante. D'une part, l'effet visuel est meilleur et d'autre part, le croustillant est conservé. Les sauces comme le chimichurri peuvent par contre être placées sur la viande si la cuisson est brève.

Vous éviterez les éclaboussures de sauce non désirées en plaçant une petite assiette sous la cuillère jusqu'à ce que vous atteigniez la bonne position au-dessus de l'assiette. Les soupes s'écouleront sans faire de tache dans le bol si vous utilisez un récipient avec bec verseur.

Mais la tendance est aussi aux taches intentionnelles à base de composants liquides, qui donneront un air décontracté. Là, vous aurez besoin d'un peu de courage, par exemple lorsque la sauce s'écrase sur l'assiette à grande hauteur. Soyez-en sûr: le résultat sera nettement mieux réussi que si l'on s'y prend trop timidement. • mr

Pour faire volontairement des taches, il faut un peu de courage.



Du fruité au croustillant, tout y est

Les couleurs du printemps

Imaginez un pique-nique avec des snacks croustillants, un déjeuner avec un bowl de salade copieux, un apéritif entre ami-e-s agrémenté de jambon salé, suivi pour le dîner, d'un délicieux plat de trofie au pesto chez l'Italien – comme ce serait bien si tout le monde pouvait goûter les nouvelles créations culinaires de tous les pays du Bell Food Group. Dans LOOK!, on peut au moins y jeter un œil. • *mr*



Les nouveaux pestos de Besc donnent « du goût » à tous les plats.

Besc

Six fois le goût authentique de l'Italie

Besc inspire déjà ses clients du Food Service depuis début mars avec les créations Caponata, Gremolata, Aglio e Peperoncino, Pesto all'Arrabbiata, Pesto alla Genovese et le Pesto végétalien. Avec ses nouvelles sauces fraîches et pestos, la marque Hügli entreprend un voyage culinaire de la Ligurie à la Sicile et fait gagner du temps aux cuisinières et cuisiniers.



Bell Suisse

Un emballage moderne pour les spécialités grisonnes

Bell Suisse présente quatre classiques grisons de qualité dans un emballage portefeuille: Viande séchée, Viande des Grisons, Viande hachée et Jambon cru des Grisons. En plus des trois jambons crus internationaux, des spécialités grisonnes sont à présent offertes dans un emballage pratique que l'on peut refermer.



Abraham

Un soupçon de jambon

Avec deux nouvelles spécialités internationales de jambon, Bell Allemagne élargit son assortiment de charcuterie présentée en tranches ultra-fines de la marque Abraham. Le « Jambon de Savoie » produit par Bell France et le « Prosciutto Crudo » italien mûrissent traditionnellement sur l'os et sèchent à l'air pendant plusieurs mois.



Bell France

Où la France rencontre l'Italie

Depuis le mois d'avril, Bell France fait varier les plaisirs de l'apéritif ou du pique-nique avec ses nouvelles spécialités « Jambon enrobé ». Recouverts de pesto ou de tomate au basilic, ces deux nouveaux jambons exhalent un délicieux arôme à la saveur prononcée.



hubers: snack it – love it

Des snacks à en tomber amoureux

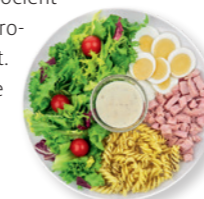
Sous la nouvelle marque hubers: snack it – love it, Eisberg Autriche ajoute deux nouveautés à son assortiment: les Chicken Nuggets Pizza Style et les Tortilla Nuggets. Ces deux innovations en matière d'amuse-bouches en forme de triangle attrayante présentent une panure crouillante et se grignotent avec ou sans dip.



Eisberg Hongrie

Des salades à satiété

Eisberg Hongrie démarre le printemps avec trois variations de salades hautes en couleur: Thon & boulgour, Jambon & œuf et Poulet & pesto. Ces trois variétés associent des feuilles de salade à une source de protéines et à un accompagnement rassasiant. Le trio prêt-à-manger est ainsi une base optimale pour des repas équilibrés.



Eisberg Autriche

Varié les plaisirs pendant la pause déjeuner

Depuis février, sous la propre marque d'une grande chaîne de distribution autrichienne, Eisberg propose deux nouvelles variantes de salade: la « Rainbow Bowl », un mélange coloré de patates douces, betteraves rouges et de salade chou et la « Quinoa Nuss Bowl » qui combine quinoa avec légumes et noix. Dans le même temps, le « Hummus-Hamshuka Wrap » (wrap aux lentilles) a fait son apparition au rayon réfrigéré – une galette à base de viande de bœuf avec la fameuse tartinaide aux pois chiches que tout le monde adore.



Eisberg Suisse

Des vitamines à profusion

Cette année, l'équipe d'Eisberg Suisse donne envie à ses clients de faire le plein de vitamines en leur proposant six pots de fruits différents. De « Orange & raisin » à « Melon & fraises », il y en a pour tous les amateurs de bons fruits. Et si vous êtes plutôt du genre salade, vous pouvez opter pour l'un des deux nouveaux bols qui, à côté de salades vertes croquantes, proposent entre autres une petite portion de salade de pommes de terre.



Hilcona

Délicatement farinés, comme fait à la main

Les nouveaux « Ravioli Bolognese » complètent depuis avril l'assortiment Hilcona Original dans le secteur de la vente au détail. La particularité: une pâte extra-fine pour les pâtes accompagnée d'une succulente farce bolognaise à base de viande de bœuf de qualité supérieure. De plus, le nouveau concept de saison, Hilcona Originale, met encore plus de variétés dans l'assiette. Le coup d'envoi sera donné d'avril à août avec les « Mezzelune saumon », une farce crémeuse à base de saumon fumé ASC au mascarpone et ricotta.



Hilcona

Des innovations pour les plus hautes exigences de la restauration

Depuis ce printemps, Hilcona propose de nouvelles salades à ses clients et clientes du food service en Suisse. Parmi les plats phares, on trouve la « salade asiatique de tofu aux carottes et edamame ». Le tofu provient de notre propre « tofurie » de Landquart. Les Liechtensteinois veillent en outre à une meilleure qualité bio dans leurs assiettes avec les nouvelles « lasagnes bio » du label Bio Cuisine d'Hilcona. Elles sont fabriquées à partir d'ingrédients frais de la meilleure qualité biologique et se préparent en un tour de main.



The Green Mountain

L'escalope végétalienne en alternative

La nouvelle « Hot N Cold Schnitzel » de la start-up The Green Mountain d'Hilcona offre aux clients du Food Service une alternative purement végétale à la traditionnelle escalope à base de vraie viande. L'escalope croustillante est livrée surgelée. Immédiatement après décongélation, elle peut être préparée et servie de différentes manières, aussi bien chaude que froide.



Hügli

Un véritable gain de temps

Depuis fin mars, avec les nouveaux fonds concentrés de Hügli, la cuisine professionnelle bénéficie d'un nouveau soutien au cœur du quotidien de sa cuisine. Fonds de bœuf, Fonds de volaille, Fonds de poisson et Fonds de légumes sont cuits en douceur à partir des meilleurs ingrédients. Leur arôme concentré permet d'affiner de nombreux plats en quelques secondes.



Bell pour les plus petits

Depuis peu, des « assistants à quatre pattes » attirent l'attention du groupe cible des jeunes enfants sur la marque Bell en Pologne. Les collègues ont spécialement développé deux nouveautés pour la coopération avec la série d'animation populaire « Paw Patrol », la fameuse Pat' Patrouille.

« Paw Patrol » est l'une des séries d'animation les plus connues au monde pour les enfants d'âge préscolaire. En Pologne aussi, les aventures des héros animaux sont très populaires. Une bonne raison pour l'équipe Bell sur place de coopérer avec la production et de lancer en même temps deux produits sous licence en Pologne.

Comme les nouveautés s'adressent aux enfants, les collègues ont particulièrement veillé à la bonne composition des ingrédients lors du développement du produit. Ainsi, le « salami » contient 40 % de matières grasses en moins par rapport à la recette classique et les « jambons viennois » ont une teneur en viande de 90 %, tandis que les additifs du genre colorants ou phosphates ont été supprimés. Les parents des fans de « Paw Patrol » peuvent donc ajouter ces nouveautés à leur panier d'achat en toute bonne conscience.



Anniversaires de service et départs en retraite d'avril à juin 2024

« Je travaille aux côtés de ma sœur depuis le premier jour »



Yvonne Bautista
40 années de service

Fonction : agente d'exploitation
Entreprise : Bell Suisse
Site : Zell



Comment en êtes-vous venue, il y a 40 ans, à postuler chez Bell en Suisse? Par l'intermédiaire de ma sœur, Beatrix Imer. À l'époque, Bell à Zell s'appelait encore « SEG-Poulets AG ».

Qu'est-ce qui a le plus changé en 40 ans? La numérisation ! Passer du papier à l'ordinateur. À l'époque, il n'y avait que trois personnes dans le bureau (n.d.l.r. : dans l'administration). Aujourd'hui, je ne sais même plus combien de personnes il y a !

Y a-t-il aussi quelque chose dans votre travail quotidien qui n'a pas changé au cours de toutes ces années? Oui, je travaille aux côtés de ma sœur depuis le premier jour (rires). Que quelqu'un essaye donc de le faire !

Quel événement au cours de votre carrière dans l'entreprise restera gravé dans votre mémoire? En y réfléchissant, peut-être la peur de la grippe aviaire dans les années 1990. De temps en temps, nous ai-

dions au nettoyage des toilettes ou des vestiaires, car la demande de viande de poulet avait beaucoup diminué. Et, bien sûr, l'année 2020 avec Corona. Je garderai aussi de bons souvenirs des moments positifs, comme actuellement le jubilé.

Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre activité? Ce n'est pas un travail à la chaîne, chaque jour est différent. Je suis vraiment reconnaissante. Je fais mon travail depuis si longtemps, c'est une partie de moi.

Yvonne Bautista (à gauche) et Beatrix Imer (à droite), toutes les deux chez Bell depuis 40 ans*. Les deux sœurs travaillent ensemble depuis 40 ans à la préparation des commandes à Zell.

* Beatrix Imer a fêté ses 40 ans chez Bell à Zell en février 2024 (numéro 4/2023 de LOOK!).

Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé ?



Envoyez-nous vos commentaires et gagnez un bon d'achat !

LOOK! doit être pour vous synonyme de plaisir. Pour cela, nous avons besoin de savoir ce que vous en pensez. Nous pourrions, de cette façon, améliorer LOOK! et faire en sorte que chaque numéro vous fasse découvrir quelque chose de nouveau. Nous aimerions donc savoir : qu'est-ce qui vous a le plus intéressé dans cette édition de LOOK! ? Était-ce un article particulier ? Une photo a-t-elle attiré tout particulièrement votre attention ? Ou bien était-ce une citation que vous avez gardée en mémoire ? **Envoyez-nous votre avis en remplissant le formulaire accessible via le code QR.**

Pour vous remercier de votre réponse, nous tirerons au sort 10 bons d'achat d'une valeur respective de 70 euros parmi toutes les réponses reçues.

Envoyez vos réponses (code QR) au plus tard le 28 juin 2024 pour participer au tirage au sort.

Les gagnant-e-s seront informé-e-s personnellement. Le tirage au sort ne fera l'objet d'aucune correspondance ni de renseignements téléphoniques. Les participations multiples ne seront pas prises en compte.