

# LOOK!

Rivista per i dipendenti del Bell Food Group

01 2024



***Le migliori posizioni  
di partenza per i  
professionisti di domani***

BELL  
FOOD  
GROUP





## Contenuti

### Dall'azienda

**4 «Mi sono davvero goduto ogni giorno»**  
Intervista con il CEO Lorenz Wyss

### Lavorare presso il Bell Food Group

**8 Un menu di apprendimento per la distribuzione e le vendite**  
Sales Academy: primo programma di formazione globale

**11 Sondaggio tra i collaboratori 2024**  
Dal 21 maggio al 18 giugno

### Storia di copertina

**12 Le migliori posizioni di partenza per i professionisti di domani**  
La formazione professionale come investimento nel futuro

### Sostenibilità e innovazione

**18 Ogni goccia conta**  
Uso sostenibile dell'acqua

### Il nostro mondo del piacere

**22 È un piacere per la vista**  
Presentato bene ha un sapore ancora più buono

**26 Una primavera piena di colore**  
C'è di tutto, dal fruttato al croccante

### Uno sguardo al personale

**29 «Ho lavorato al fianco di mia sorella fin dal primo giorno»**  
Anniversari di servizio e pensionamenti da aprile a giugno 2024

### Feedback e lotteria

**32 Che cosa ti è piaciuto maggiormente?**  
Con il tuo feedback puoi vincere un premio!



Puoi anche abbonarti, leggere o scaricare LOOK! online su [look.bellfoodgroup.com](http://look.bellfoodgroup.com)

**Impressum** Rivista per i collaboratori di Bell Food Group, 4 numeri all'anno, n. 1/2024, aprile 2024, 30° anno. Editore: Bell Food Group SA, Elsässerstrasse 174, 4056 Basilea, Svizzera. Indirizzo: Bell Svizzera SA, Redazione LOOK!, Casella postale 2356, 4002 Basilea, Svizzera. Tel. +41 58 326 2447, [look@bellfoodgroup.com](mailto:look@bellfoodgroup.com), [www.bellfoodgroup.com](http://www.bellfoodgroup.com). Redazione: Sara Heiniger (sh), Direzione. Assistenza editoriale: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap). Foto: Stefan Schmidlin Photography, Basilea (CH), pp. 4-7. atelierkorak ag, Riehen (CH), pp. 22-25. Design: oblògrafik, Olten, Svizzera. Editing fotografico: Proacteam AG, Allschwil, Svizzera. Stampa: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Svizzera. Stampato su carta FSC. Variazioni di indirizzi: rivolgersi all'ufficio Risorse Umane o all'ufficio del personale competente.

L'immagine di copertina mostra Moritz Höft (sfondo a sinistra) e Ihsan Mamuti (primo piano), due studenti della DHBW (Università duale del Baden-Württemberg) in Amministrazione aziendale/Gestione delle applicazioni dei sistemi informativi aziendali, presso il Bell Food Group di Basilea. La foto è stata scattata all'evento per gli apprendisti 2023 durante l'evento serale della prima serata, un concerto della band No Caps.

## Il dono di poter dimostrare il proprio valore

### Gentili collaboratrici e collaboratori

Ho iniziato la mia carriera professionale quasi 50 anni fa con un apprendistato come macellaio in una macelleria di Arlesheim (CH), dove sono cresciuto. Ho scelto questo apprendistato soprattutto per le persone dell'azienda e non tanto perché fossi focalizzato su quel tipo di lavoro. La gestione era buona, molto personale e autentica, onesta e corretta. Mi sono sentito molto a mio agio in questo ambiente familiare. Inoltre, il mio capo mi incoraggiava e dava fiducia: durante il mio secondo anno di formazione, il capo del reparto salsicce venne licenziato – e mi fu permesso di assumere la direzione, dopo di che il mio capo mi disse: «Puoi farcela!» È una cosa che mi ha formato. Il fatto che all'epoca mi sia stato permesso di essere me stesso, di non dover fingere e di poter mostrare di che pasta ero fatto, è stato un vero dono! Care collaboratrici, cari collaboratori, dobbiamo fare questo regalo anche ai nostri apprendisti.



Come azienda di trasformazione alimentare, abbiamo bisogno di specialisti ben formati che conoscano il nostro settore e la nostra attività, sia che si tratti di tecnologia, produzione, logistica, IT o amministrazione. Ecco perché il Bell Food Group si è posto l'obiettivo di raddoppiare il numero di apprendisti entro il 2026. Perché non dobbiamo solo differenziarci attraverso i nostri prodotti, ma anche essere all'avanguardia nella formazione e offrire ai nostri apprendisti un programma di formazione professionale unico.

Naturalmente, le condizioni quadro su cui stiamo lavorando sono importanti, come potete leggere nella nostra storia di copertina. Ma è anche importante il modo in cui interagiamo con i giovani. Il nostro compito è quello di ascoltarli, rispondere e offrire il nostro supporto.

Mi infastidisce sempre quando sento persone che si arrabbiano per «i ragazzi». Siamo stati tutti giovani una volta. I giovani di oggi sono diversi da quelli di dieci anni fa e lo saranno anche tra cinque anni. Ed è giusto che sia così. Perché questa diversità è un arricchimento per la nostra azienda. È un vero piacere poter trasmettere ai giovani la passione per una professione e un mestiere, motivarli e vederli sbocciare e plasmare la nostra azienda con le loro idee e il loro impegno. Soprattutto se decidono di rimanere in azienda dopo la formazione. Non per comodità, ma perché amano il lavoro che svolgono e l'ambiente. Se riusciamo a raggiungere questo obiettivo, ogni apprendista sarà un investimento per il nostro futuro.

Come Bell Food Group, siamo in grado di offrire delle condizioni uniche: grazie alla diversità del nostro Gruppo e al legame con la casa madre Coop, possiamo dare ai nostri giovani prospettive che io potevo solo sognare dopo la mia formazione. Se dopo l'apprendistato avessi avuto la possibilità di fare un'esperienza in Spagna, nel nord della Germania o in Francia, sarei partito subito!

Lorenz Wyss  
Presidente della Direzione del Gruppo

**È nostro compito rispondere a loro ed essere presenti per loro.**

Intervista con il CEO Lorenz Wyss

# «Mi sono davvero goduto ogni giorno»

A giugno, Lorenz Wyss lascerà la carica di CEO dopo 13 anni e passerà il testimone al suo successore. In un'intervista a LOOK! parla di come sia cambiato il Bell Food Group dal 2011, di cosa lo aspetta in futuro e del perché non passerà il suo tempo semplicemente invecchiando. • sh

## Di cosa vai particolarmente orgoglioso da quando sei diventato CEO nel 2011?

Orgoglioso? Che mi sia stato permesso di restare lì per così tanto tempo e che non mi abbiano mandato via. (ride) No, scherzi a parte. Sono orgoglioso dello sviluppo che il nostro gruppo ha avuto in questo periodo. Siamo cresciuti. In particolare nel settore del convenience, dove ora svolgiamo un ruolo di leader, senza che questo ci abbia fatto trascurare il nostro core business, rappresentato da carne e salumi, anzi. Abbiamo aumentato la nostra redditività, guadagnato quote di mercato, affinato e focalizzato la nostra attività e i risultati ci danno ragione. Le nostre strategie funzionano. Lascio una buona base al mio successore, Marco Tschanz, sulla quale può continuare a costruire.

## Quando ho iniziato qui, la gente fumava ancora negli uffici.

## Qual è stato il tuo punto di forza degli ultimi 13 anni?

Il mio punto di forza è stato quello di potermi alzare in salute al mattino. Perché così ogni giorno posso cambiare qualcosa e fare qualcosa meglio. (riflette) Forse è una bella coincidenza che il 13 sia sempre stato il mio numero fortunato. In questo senso, il mio fiore all'occhiello è aver trascorso questi 13 anni presso il Bell Food Group. In un settore a cui mi sento molto legato e con persone che mi stanno a cuore e con cui mi piace lavorare quotidianamente. Non ho rimpianto nemmeno per un giorno la mia decisione di accettare questa posizione presso il Bell Food Group nel 2011.

## Cosa è cambiato da allora?

Penso la cultura. Quando ho iniziato qui, la gente fumava ancora negli uffici e beveva vino



a pranzo. Questo è cambiato. Penso che abbiamo sviluppato una cultura con la quale posso identificarmi meglio. Siamo più sinceri, più coerenti, più autentici e più attenti alle persone. Ma le cose essenziali non sono cambiate: una grande azienda con collaboratori straordinari.

## E come sei cambiato?

Ho sicuramente imparato molto. Dopo gli inizi in una piccola azienda, in Coop ho sviluppato una buona conoscenza del settore del commercio al dettaglio. Con il passaggio a Bell Food Group mi sono confrontato con una realtà industriale. Oggi ho una grande conoscenza dell'intero processo. Vorrei sicuramente metterla a disposizione nel futuro. Almeno questo è il piano.

## A proposito: cosa ti attende in futuro?

Attualmente sto allestendo il mio garage per moto. Vado in moto con un gruppo di amici da quando avevo 18 anni e da tempo cercavamo un posto dove incontrarci. Io stesso vivo a Basilea. Ma ad Arlesheim (sobborgo di Basilea, n.d.r.), dove sono cresciuto, abbiamo trovato in questo garage un ottimo punto di incontro per tutti e quattro. Al momento manca ancora il frigorifero. Ma ho già comprato la birra! (ride) Ancora un grande barbecue e poi sono pronto a partire. Non posso stare sempre a casa! Ecco perché ho ancora alcune cose da fare. Hobby e sport, ad esempio. Allora sarei certamente felice di offrire le mie cono-

## Attualmente sto allestendo il mio garage per moto.



### ***I nostri dipendenti sono in buone mani con Marco.***

scenze e la mia esperienza nel settore, se questo è ciò che è richiesto. Forse in una fondazione, in modo da poter restituire qualcosa.

#### ***Che cosa ti rallegra di più?***

Che la mattina mi alzo in salute. Lo dico sempre: se si è in salute, si può fare davvero di tutto. Cosa che di certo non farò: mangiare un croissant alle 9 del mattino, leggere il giornale e guardarmi invecchiare. Non sono fatto per questo!

#### ***Cosa farai invece?***

Viaggerò sicuramente. Viaggiare in moto negli Stati Uniti, per esempio. Forse un viaggio in Normandia per il 6 di giugno, per il D-Day. Sono sempre stato appassionato di storia, e avere il tempo di viverla è un dono. Ho ancora molte idee e sogni. Vivo per realizzarli. Ovviamente se tutti si realizzeranno è un'altra questione. (ride)

Ma sicuramente avrò tempo anche per chi sta attorno a me. Ho una famiglia meravigliosa, amici meravigliosi. Li visiterò. A settembre, per esempio, sono invitato a un matrimonio a Bologna. Ora posso prendermi il tempo per farlo. Raggiungere l'Italia con un piacevole viaggio in auto e fare tante soste intermedie. Non vedo l'ora. La mia compagna mi ha già domandato: «Starai a casa tutto il giorno quando andrai in pensione?». «Certamente no!», ho detto io, e lei mi ha risposto: «Perfetto, allora!» (ride)

Beh, devo proprio dirlo: Quei 13 anni sono stati un periodo fantastico. Sono passati troppo in fretta, ma mi sono goduto ogni giorno, davvero ogni giorno. E non vorrei perderne nemmeno un'ora.

#### ***Cosa ti mancherà?***

Voi. Voi come persone. Se si trascorre ogni giorno con persone che piacciono e con le quali ci si sente a proprio agio, allora se ne sentirà la mancanza.

### **Dal 2011 al 2024**

Da quando Lorenz Wyss è entrato a far parte del Gruppo Bell Food come CEO nel 2011, il Gruppo si è ulteriormente sviluppato. Il fatturato è passato da 2,5 miliardi di franchi svizzeri a oltre 5 miliardi. Il numero di dipendenti è più che raddoppiato.

#### **Internazionalizzazione ed espansione del core business**

Acquisizione di Hubers e investimenti in ampliamenti degli impianti (Zell, Niepołomice) o in nuovi edifici (Fuensalida)

#### **Espansione del pilastro Convenience**

Acquisizione di Hilcona, Gastrostar/Eisberg/Sylvain & CO e Hügli; costruzione di un nuovo edificio a Marchtrenk e ingresso nel mercato austriaco dei convenience food

#### **Investimenti in performance**

Ammodernamento ed espansione a Oensingen e piano di sviluppo degli impianti a Schaan e Steinach

#### ***Cosa vorresti comunicare a queste persone, le persone del Bell Food Group?***

Semplicemente: mi piacete, ragazzi. Rimanete come siete.

#### ***Cosa trasmetterai al tuo successore?***

Non voglio trasmettere alcuna grande saggezza. Sono felice che stia arrivando qualcuno a cui posso affidare le chiavi con la certezza che tutto andrà bene. Di questo sono grato. Marco farà un buon lavoro. I dipendenti del Bell Food Group sono in buone mani con lui.

#### ***E un'ultima domanda: con quale cibo inizierai il tuo prossimo capitolo?***

Con un bratwurst di vitello di San Gallo, ovviamente. Abbiamo già comprato la birra e sto ancora aspettando il frigorifero per il garage! (ride) In questo frigorifero ci sarà sempre un bratwurst di San Gallo, oltre a birra e acqua minerale: non possono mancare! E non c'è bisogno di altro. • sh

Sales Academy: primo programma di formazione globale

# Un menu di apprendimento per la distribuzione e le vendite

Inizia a maggio il primo programma di apprendimento del Bell Food Group. È rivolto ai dipendenti del settore vendite e distribuzione e li accompagnerà per diversi anni nella loro carriera. La nuova Sales Academy è stata sviluppata in stretta collaborazione tra il Competence Center Vendite e il settore Sviluppo del personale.



«Durante la fase di preparazione, è stato particolarmente emozionante effettuare l'analisi delle esigenze e identificare i diversi gruppi di interessati delle singole società commerciali, nonché le varie aspettative e requisiti. Credo che la cosa sia riuscita molto bene. Nel complesso, il programma di formazione non è solo uno strumento prezioso per lo sviluppo dei nostri dipendenti attuali, ma anche un aspetto attraente per coloro che desiderano candidarsi per un impiego».

Roland Ferraro, Responsabile vendite/  
Product Management presso Bell Svizzera

Il primo gruppo di formazione nell'ambito della nuova Sales Academy si riunirà a maggio a Zurigo per l'«Antipasto» del loro «Menu MyLearning». Il nuovo programma di formazione è stato denominato così, traendo ispirazione dal valore «Amiamo il gusto» del Bell Food Group.

Si era partiti con un «Aperitivo» virtuale prima di questo primo evento in presenza. Seguiranno poi «Piatto principale», «Piatto intermedio» e

«Dessert». Proprio come un pasto al ristorante, questo menu formativo è stato accuratamente preparato in anticipo.

«Il Competence Center Vendite si era rivolto al reparto Risorse Umane con la richiesta di sviluppare un programma di formazione che fosse specifico e globale per le vendite e la distribuzione», riferisce Selina Weber, specialista delle Risorse Umane per lo sviluppo del personale presso il Gruppo Bell Food.

Con questa idea, il CC Vendite ha perseguito altri importanti obiettivi oltre alla formazione approfondita dei propri dipendenti. Da un lato, gli eventi in presenza trasversali tra i gruppi mirano a promuovere la creazione di una rete e lo sfruttamento di siner-

**C'è stato un «Aperitivo» virtuale che ha preceduto il primo evento in presenza.**

## Menu MyLearning

### Aperitivo

Il menu inizia per tutti con un autoapprendimento virtuale sull'organizzazione del lavoro.



### Antipasto

La comunicazione e la presentazione costituiscono il secondo piatto del menu.



### Piatto principale

Le basi della distribuzione e delle vendite sono servite con piatto principale.



### Piatto intermedio

Il menu di perfezionamento continua con elementi specifici per i singoli ambiti professionali.



**I tre menu di formazione complementare della Sales Academy sono ciascuno adattato alle esigenze specifiche degli ambiti professionali.**



### Dessert

Il dessert è il momento in cui si decide se proseguire con una carriera specialistica o manageriale.



«Inizialmente il mio obiettivo era quello di creare un programma comune di formazione alle vendite; alla fine abbiamo realizzato un intero programma di formazione per tre diversi gruppi target. Davvero fantastico, grazie mille! L'obiettivo è quello di sostenere le giovani e i giovani dipendenti nel loro sviluppo e, allo stesso tempo, dare alle «vecchie volpi» l'opportunità di rimanere in forma e di lavorare su di sé attraverso una formazione di aggiornamento mirata. La formazione è fondamentale per progredire come organizzazione, attuare con successo le nostre strategie e vincere sul mercato».

Simone Brosy, responsabile LEH, Hilcona

gie. Dall'altro, questo programma è anche un motivo di attrazione per chi desidera candidarsi per un lavoro presso il Bell Food Group.

Nella prima fase, il team di sviluppo ha dovuto raccogliere le diverse esigenze di tutti i settori e di tutti i Paesi di lingua tedesca D-A-CH per creare un programma adatto a tutti. A tal fine, ha innanzitutto identificato i punti in comune per le vendite interne, per la gestione dei key account e per il servizio esterno; quindi ha definito i criteri necessari affinché i dipendenti di questi settori possano padroneggiare con successo le proprie situazioni lavorative.

«Abbiamo un intero programma per tre gruppi target».

per le vendite interne, per la gestione dei key account e per il servizio esterno; quindi ha

definito i criteri necessari affinché i dipendenti di questi settori possano padroneggiare con successo le proprie situazioni lavorative.



«Sulla base di questi risultati, abbiamo potuto sviluppare i contenuti e creare i corsi per questi gruppi», spiega Selina Weber. «È molto importante utilizzare questo programma per supportare le persone nel loro sviluppo a lungo termine, vale a dire, nel migliore dei casi, per diversi anni della loro carriera».

Il programma, rivolto a tutto il team di vendita e distribuzione, parte col trattare l'organizzazione del lavoro. Seguono argomenti relativi all'approccio al cliente e ai fondamenti della vendita e della distribuzione. Il programma di studio comprende poi contenuti specifici per i vari gruppi. Al momento del «dessert» si decide se si vuole intraprendere una carriera specialistica o manageriale.

«I corsi di formazione di base per le posizioni specialistiche o manageriali costituiscono uno sviluppo



«Con il nuovo concetto di formazione, perseguiamo l'obiettivo di padroneggiare meglio le sfide quotidiane della distribuzione, affinare le nostre competenze e apprendere nuovi approcci. E poiché molte delle questioni fondamentali delle nostre imprese e dei nostri Paesi sono simili, vale la pena di unire le forze.

Molte idee erano già disponibili e si trattava di mettere insieme i vari elementi. Le formazioni comuni ci aiuteranno ora a vivere il concetto di gruppo, a imparare dalle esperienze dei nostri colleghi e a fare rete tra le varie unità».

Marc Tissot, CCO B2B del Gruppo Hügli



«In un'azienda, le persone e la loro collaborazione efficace e globale sono tra i fattori di successo. La possibilità di scambiare idee con i colleghi rafforza l'identificazione con il nostro gruppo, il che può essere molto motivante per i partecipanti. Gli approcci basati sulle migliori pratiche possono essere discussi e implementati per tutto il Gruppo. E grazie ad essi possiamo differenziarci dalle altre aziende, generare vantaggi competitivi e distinguerci. Inoltre, la Sales Academy è un punto a favore anche per il reclutamento di personale esterno».

Martin E. Schygulla, Presidente del Consiglio di amministrazione, responsabile della divisione Bell Germania e Spagna

del programma di formazione standardizzato, e le persone ricevono un ulteriore supporto in base alle loro esigenze», afferma Selina Weber.

Tuttavia, già nelle fasi iniziali del programma si tiene conto delle esigenze individuali dei partecipanti. Ad esempio, è possibile inserirsi

in punti diversi della formazione a seconda dell'esperienza, e anche la velocità con cui viene completata l'accademia di vendita dipende da ciascun individuo.

Con la Sales Academy, il CC Vendite e il settore Sviluppo del personale hanno lanciato il primo programma di formazione globale del Bell Food Group. E forse non sarà l'ultimo, perché altri settori, che hanno bisogno di concetti di formazione a livello di gruppo potranno, grazie a questo modello, progettare i propri programmi insieme al dipartimento Sviluppo del personale. • mr

BELL FOOD GROUP



**Sondaggio tra i collaboratori 2024**  
Dal 21 maggio al 18 giugno

**Il sondaggio si svolge online.** Riceverete una lettera di invito o un invito digitale al vostro indirizzo e-mail aziendale (per motivi di protezione dei dati solo in Svizzera e Liechtenstein). **Il sondaggio può essere compilato nelle seguenti lingue:** tedesco, francese, inglese, spagnolo, italiano, olandese, ungherese, polacco, rumeno, bosniaco, croato, serbo, slovacco, portoghese, turco, tamil, ucraino, ceco, bulgaro e singalese.

Members of Bell Food Group



**Anonimato:** il sondaggio è condotto da Empiricon. Empiricon garantisce la massima riservatezza nel trattamento dei vostri dati personali. L'analisi dei dati è svolta in maniera tale da non consentire di trarre informazioni riconducibili alle singole persone. I dati sono analizzati solo in forma sintetica e in relazione a gruppi di almeno 5 intervistati. Il Bell Food Group non ha accesso in alcun momento ai singoli record di dati.



La formazione professionale come investimento nel futuro

# Le migliori posizioni di partenza per i professionisti di domani

Una formazione professionale attraente assicura la manodopera qualificata di domani. Il numero di apprendistati presso il Bell Food Group verrà raddoppiato entro il 2026. L'attenzione si concentra sui settori della tecnologia, della produzione e della logistica.



Come azienda, l'offerta di una solida formazione professionale è una questione che riguarda direttamente la dirigenza. «La direzione del Bell Food Group sostiene pienamente il

programma di formazione professionale dell'azienda», afferma Endrik Dallmann, responsabile delle risorse umane del gruppo Bell Food. Insieme al

suo team, è responsabile dell'assistenza a oltre 12.000 dipendenti in 16 Paesi europei, tra cui circa 160 giovani che stanno completando la formazione professionale in produzione, logistica, tecnologia, informatica o amministrazione. Endrik Dallmann, che ha iniziato la sua carriera 30 anni fa con un programma di formazione professionale in azienda come impiegato industriale presso la Hügli Germany, percepisce come le aspettative dei futuri professionisti siano cambiate e come siano cambiate negli ultimi

decenni le richieste poste alle aziende che offrono attività formative. «Me ne rendo conto in prima persona quando parlo con i miei figli». Hanno tra i 20 e i 25 anni e quindi fanno parte della Generazione Z, il gruppo di giovani che vogliamo ispirare a intraprendere la formazione professionale oggi. «Non è sempre facile cogliere appieno le aspettative della Gen Z, né tantomeno soddisfarle, ma siamo sulla strada giusta», afferma fiducioso Endrik Dallmann. «Quello che i giovani vogliono sempre di più dalle loro carriere oggi è un lavoro che abbia significato, anche durante la formazione. Questo è legato al desiderio di un elevato grado di autodeterminazione». Per soddisfare questa esigenza, è importante creare un contesto in cui i dipendenti possano crescere nel proprio lavoro.

## Il networking rafforza la cooperazione

Uno dei compiti di una buona azienda attiva nella formazione è quello di ascoltare le esigenze degli apprendisti e di sostenerli e rafforzarli lungo il percorso. Prezioso è anche il networking degli apprendisti. «Nel corso di un incontro che si svolge ogni due anni, gli apprendisti delle diverse aziende e professioni si conoscono personalmente e hanno l'opportunità di lavorare insieme nei workshop», spiega Endrik Dallmann. Questo ha dato vita a una rete sociale propria, che facilita il dialogo anche quando i giovani sono tornati da tempo nelle loro aziende per svolgere le loro mansioni professionali.

**Come azienda, l'offerta di una solida formazione professionale è una questione che riguarda direttamente la dirigenza.**

## Il grande incontro

**Quando è di nuovo il momento dell'evento per gli apprendisti, più di 100 giovani provenienti da quattro Paesi viaggiano per sfidarsi e divertirsi insieme.**

All'evento per apprendisti del Bell Food Group, ogni due anni si riuniscono apprendisti provenienti da Germania, Austria e Svizzera per realizzare insieme un progetto, imparare l'uno dall'altro e, non da ultimo, trascorrere insieme un momento indimenticabile. Circa 130 partecipanti e 20 accompagnatori hanno preso parte all'ultima edizione che, come negli anni precedenti, si è svolta a Macolin, sopra la città di Bienne, nel cantone di Berna. Nella sfi-

da «The Burger Factory», a un totale di 24 gruppi è stato chiesto di creare una ricetta di hamburger che facesse venire l'acquolina in bocca alla giuria. La squadra vincitrice ha impressionato i giudici per l'accurata lavorazione e la presentazione particolarmente gustosa. Oltre ai buoni viaggi vinti, i campioni dell'hamburger saranno stati particolarmente contenti di trovare la loro ricetta in un libro di cucina stampato e progettato professionalmente.

Un mix colorato con magliette abbinata: Bell in rosso, Eisberg in verde, Hilcona in blu e Hügli in bianco. In rosa il team Crea, che ha accompagnato l'evento con immagini e foto, e in nero gli accompagnatori.

## Imparare da un'«avventura»

Durante un soggiorno all'estero, i tirocinanti si immergono in nuovi mondi e conoscono da vicino le differenze e le affinità tra le varie aziende.

Un nuovo paese, una lingua diversa, una cultura eccitante: se gli apprendisti decidono di trascorrere un mese all'estero durante la loro formazione, li aspetta un momento emozionante. Che si tratti di un ingegnere mecatronico o di una impiegata industriale: il primo passo è decidere la sede. Come gruppo di aziende che operano in tutta Europa, il Bell Food Group ha molto da offrire e la scelta delle destinazioni può essere facilmente paragonata a un catalogo di vacanze. Anche se le vacanze sono naturalmente una cosa differente. I giovani possono dare una mano non appena arrivano nell'azienda che hanno scelto. Non solo saranno accolti da un nuovo team, ma potranno anche conoscere da vicino i meccanismi interni di un'altra azienda e lavoro

fin dal primo giorno. Oltre al lavoro, c'è naturalmente il tempo per conoscere meglio il Paese e la sua gente, visitare i luoghi di interesse e affinare le proprie conoscenze linguistiche. Un'esperienza preziosa non solo per la carriera professionale, ma anche per la vita.

### Due luoghi per la formazione, un modello di successo

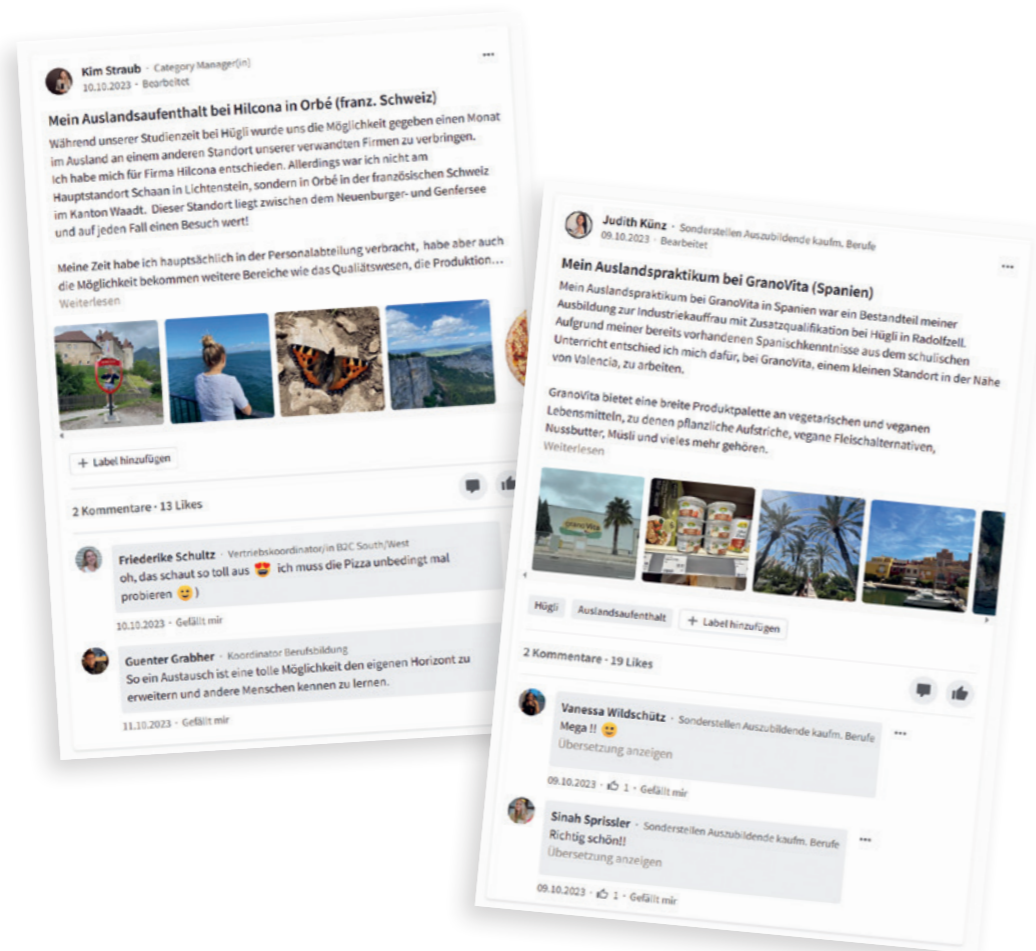
Il cambiamento demografico significa che nei prossimi anni un numero di professionisti superiore alla media lascerà le aziende per andare in pensione. Il Bell Food Group sta adottando diverse misure per affrontare questa situazione. Ciò include l'impegno ad aumentare significativamente il numero di apprendisti entro il 2026. L'obiettivo è offrire un totale di 300 posti, in particolare in Svizzera, Germania e Austria. In altre parole,

**L'obiettivo è quello di creare un totale di 300 posti per la formazione entro il 2026.**

in quei Paesi dove si punta sui vantaggi del sistema di formazione professionale duale. Il sistema duale prevede una formazione simultanea in azienda e in una scuola professionale. Nella lotta alla carenza di manodopera qualificata, questo tipo di formazione professionale rappresenta un modello a livello mondiale. «Un'altra opzione interessante è il programma di studio duale a livello universitario, che combina lo studio in un'università di scienze applicate con la formazione in azienda ed è già utilizzato con successo, in particolare in Germania. Studio e lavoro pratico si alternano ogni tre mesi», spiega Endrik Dallmann.

### Raddoppiare il numero di posti per apprendisti: il laboratorio del management elabora il concetto

Le risposte a questo ambizioso obiettivo sono attualmente in fase di elaborazione da parte di un gruppo di lavoro. Nel cosiddetto laboratorio del management, un team transnazionale di colleghe e colleghi sta lavorando a un concetto



Nello stream dell'app per i dipendenti del Bell Food Group, gli apprendisti hanno raccontato sulle proprie esperienze linguistiche all'estero.

## Qui il mestiere di macellaio rimane nel villaggio

Nell'atmosfera familiare di una piccola macelleria di paese, potrete imparare il mestiere da zero. Una buona cosa non solo per i futuri specialisti della carne, ma per un'intera regione.

Dopo quasi 40 anni, la macelleria Stübi di Matzendorf, non lontano dalla sede di Bell a Oensingen, stava per chiudere. I signori Stübi, proprietari dell'amatissima macelleria del paese, stavano per andare in pensione e cercavano quindi un successore. Non si trattava di un compito facile. Poiché da anni esisteva una collaborazione di successo con Bell nel settore della formazione, il destino della macelleria del villaggio stava a cuore anche ai responsabili di Bell, che si sono impegnati a trovare una soluzione per garantire il futuro dell'attività. L'ex macelleria Stübi si chiama ora Thaler-Metzg e d'ora in poi servirà esclusivamente come centro di formazione per Bell Svizzera. Sotto la guida esperta dell'ex apprendista di Stübi e dell'attuale direttore generale Michael Saner, i futuri macellai di Bell imparano il mestiere di salumiere nella macelleria del paese. Questo ha il grande vantaggio che, dopo l'apprendistato, i ragazzi padroneggiano l'intero spettro della lavorazione e della raffinazione della carne. Le pluripremiate ricette originali della famiglia Stübi saranno conservate

e la popolazione locale potrà continuare ad avere la propria macelleria nel quartiere. Un'azienda in cui non solo una nuova generazione sta imparando il mestiere tradizionale, ma in cui l'attenzione è incentrata anche sulla carne, prodotta in modo sostenibile nella regione, e il cui indirizzo continua a essere un riferimento per la qualità elevata.

**THALER  
METZG**



thaler-metzg.ch/ausbildung/



Andreas Begré,  
responsabile della  
formazione professionale  
di Bell in Svizzera

## Continuare ad evolversi invece di rimanere fermi

**Gli apprendisti non solo dovrebbero apprendere correttamente il loro mestiere e sentirsi apprezzati per il loro lavoro, ma dovrebbero anche essere mantenuti in azienda grazie a condizioni di lavoro avanzate e a una retribuzione adeguata.**

La formazione professionale è una priorità assoluta per il Bell Food Group. Non si desidera altro che essere fra i migliori in questo ambito. Questa aspirazione ha anche lo scopo di attirare i migliori tirocinanti. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo, è importante che siano presenti infrastrutture e contenuti della formazione adeguati. «Stiamo compiendo il passo successivo», afferma Andreas Begré, responsabile della formazione professionale di Bell Svizzera, descrivendo le misure adottate per rendere

la formazione professionale ancora più interessante all'interno del Bell Food Group. «Stiamo attualmente effettuando una valutazione, che ci permetterà di comprendere la situazione attuale e ricavare dalla nostra analisi la direzione da intraprendere». Oltre ai contenuti specifici della formazione, anche le condizioni di impiego sono un tema che viene costantemente affrontato. Si tratta di offrire ai futuri specialisti condizioni di lavoro avanzate, ma anche una retribuzione al passo con i tempi ed equa.



## Cosa dicono gli apprendisti della loro scelta professionale



**Juan Riveiro, al terzo anno di apprendistato come operatore di impianto presso Hilcona a Schaan:**

«Vorrei rimanere con Hilcona e continuare a formarmi. Sono in azienda da tre anni e conosco un po' la situazione. Penso quindi di poter supportare bene Hilcona con le mie conoscenze».



**Alessio Arieta, al suo terzo anno di apprendistato come cuoco presso Bell a Zell:**

«Ho potuto completare il mio apprendistato come chef AFC presso Bell a Zell per quasi tre anni. Mi piace particolarmente lavorare alla Bell perché si incontrano sempre nuovi volti e si esplorano nuovi luoghi. È un ambiente in cui si impara molto e si viene supportati quando necessario. Nei miei quasi tre anni alla Bell ho fatto una bellissima esperienza e ho imparato molto. Non solo per quanto riguarda il mio lavoro, ma anche per la vita».



**Fabio Dalla Valle, al primo anno di formazione come tecnologo alimentare presso la Hilcona di Schaan:**

«La cosa che mi piace di più è la varietà durante la formazione, e sono anche molto soddisfatto del mio stipendio. Credo che la cosa più importante della mia formazione sia che mi piace. Vorrei continuare la mia formazione anche dopo l'apprendistato, e Hilcona lo rende possibile. Per il futuro, spero di completare con successo il mio apprendistato e di rimanere in salute».



**Gian Kunz, al terzo anno di apprendistato come impiegato di commercio presso Hilcona a Schaan:**

«I vari reparti in cui ho lavorato durante i tre anni di apprendistato sono tutti molto stimolanti. C'è qualcosa di nuovo da imparare in ogni reparto, che si tratti di qualcosa di nuovo su Hilcona o sull'intero Bell Food Group. In ciascun reparto lavora un team eccezionale. Mi piace soprattutto l'autonomia nel mio lavoro».



**Denys Tarasenko, al 3° anno come operatore di impianto presso la Hilcona di Schaan:**

«Mi piace il mio lavoro: programma vario, personale cordiale, orari di lavoro buoni e non è necessario lavare gli abiti da lavoro a casa».



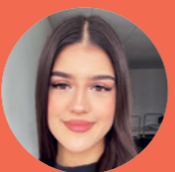
**Navina Nek, al primo anno di apprendistato come impiegata di commercio presso Hilcona a Schaan:**

«Durante la mia formazione come impiegata di commercio, mi sono occupata di molti compiti diversi e ho conosciuto due reparti. Mi piace molto svolgere compiti vari come la redazione di fatture, il controllo dei certificati e anche l'assistenza al chiosco interno. Penso anche che i vari eventi che si svolgono insieme agli altri apprendisti, come l'imballaggio dei pacchi di Natale o le giornate di familiarizzazione, siano molto piacevoli e favoriscano il team building. Quando ho scelto la mia azienda di formazione, per me era importante che fosse un'azienda aperta e interessante con un'atmosfera amichevole. Hilcona mi attraeva soprattutto per la produzione di generi alimentari e per le varie attività che ci sono dietro. Per il mio futuro, spero di completare con successo il mio apprendistato con un successivo diploma di maturità professionale».



**Almina Bosnic, nel secondo anno di apprendistato come impiegata di commercio presso la Bell di Basilea:**

«Il mio apprendistato commerciale alla Bell è estremamente vario, in quanto mi permette di conoscere i diversi reparti di un'azienda. Ho già avuto modo di visitare personalmente tre reparti (amministrazione IT e gestione delle informazioni, contabilità e acquisti di prodotti del mare) e ne sono molto soddisfatta. Con questo cambio semestrale di reparto, c'è la grande opportunità di imparare qualcosa di nuovo ogni giorno e di ampliare le proprie competenze. Inoltre, noi apprendisti siamo motivati con dei bonus, che a mio parere aumentano anche il nostro rendimento in azienda e a scuola».



**Sara Tomic, al terzo anno di apprendistato come impiegata di commercio presso Eisberg a Dällikon:**

«Quando ho scelto Eisberg come azienda di formazione, per me era particolarmente importante un'atmosfera di lavoro piacevole. Il buon rapporto con i miei colleghi lo conferma. Nel mio lavoro sono importanti sia l'autonomia che il lavoro di squadra, ed è per questo che ho scelto una formazione commerciale. Il mio obiettivo è completare con successo la mia formazione in estate e poi continuare gli studi».



## Centri di competenza per i professionisti di domani

**Nei laboratori di formazione, le conoscenze e le esperienze del mestiere vengono messe in comune e trasmesse ai futuri professionisti. Il vantaggio è che ci si può concentrare completamente sulla formazione, lontano dalla pressione della produzione e da altre influenze esterne.**

Nei laboratori di formazione di Bell Svizzera, ogni dettaglio è adattato alle aspirazioni e alle necessità dei giovani. Mentre il laboratorio di Basilea per i futuri macellai esiste da molti anni, un laboratorio più recente si trova a Oensingen da circa due anni. Anche in questo caso, il mestiere di macellaio viene insegnato dai formatori professionali in un contesto appositamente realizzato, e trasmesso alla prossima generazione di professionisti. Nel settembre dello

scorso anno, dopo un periodo di allestimento di quattro mesi, è stato inaugurato anche il primo laboratorio di formazione nel campo della tecnologia. L'infrastruttura appena creata offre attualmente a sette apprendisti l'ambiente ideale in cui formarsi per diventare meccanici di produzione. Ciò consente ai tecnici dell'automazione di concentrarsi sui vari compiti e di assorbire i contenuti dell'apprendimento in un ambiente tranquillo e protetto.

Il nuovo laboratorio di formazione tecnica della Bell di Basilea offre spazio a sette apprendisti meccanici di produzione o tecnici dell'automazione.

che costituirà la base per raddoppiare il numero di posti di formazione professionale come parte del proprio programma di sviluppo del potenziale. «L'attuale laboratorio del management è composto da otto donne e due uomini. Ci sono dipendenti provenienti da diverse aree aziendali e specialistiche e siamo lieti che il team

**«In futuro si prevede l'utilizzo della lingua inglese».**

sia caratterizzato da un alto livello di diversità», spiega Endrik Dallmann. Cosa hanno in comune i dieci membri del workshop: parlano tutti tedesco. «In futuro è previsto l'utilizzo della lingua inglese. Questo aprirà il programma anche ai nostri colleghi che parlano la lingua inglese».

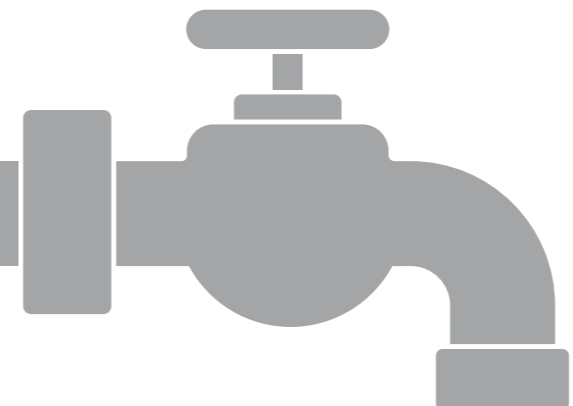
### Formare e mantenere in funzione

Il fattore decisivo per un successo duraturo nel superare la carenza di manodopera qualificata sarà la capacità di trattenere in azienda i dipendenti appena formati. Oltre al desiderio di dare un senso al proprio lavoro, i futuri professionisti vogliono contribuire con le proprie idee ed essere creativi. Anche la necessità di un lavoro sicuro è in cima alla lista delle priorità. Una serie di sfide che un'azienda sostenibile deve affrontare oggi e non domani. Il Bell Food Group è consapevole che il successo dell'azienda dipende dalla competenza e dalla motivazione dei suoi dipendenti. L'obiettivo è creare il miglior programma di formazione possibile, i cui frutti dovranno anche essere percepiti come un importante contributo alla nostra responsabilità sociale. • ap

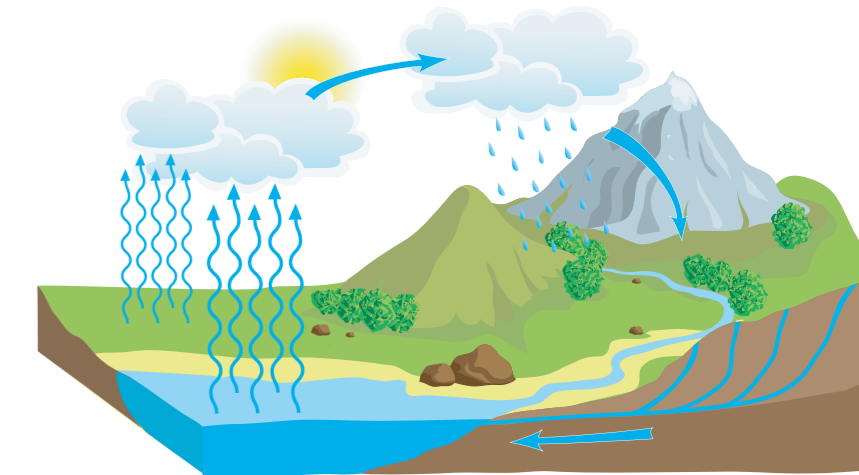
Uso sostenibile dell'acqua

# OGNI GOCCIA CONTA

L'acqua dolce è una risorsa preziosa. Se da un lato la domanda di acqua è in continuo aumento, dall'altro cresce anche l'inquinamento delle acque, che riduce la disponibilità idrica globale. LOOK! mostra cosa sta facendo il Bell Food Group per proteggere questa importante risorsa.



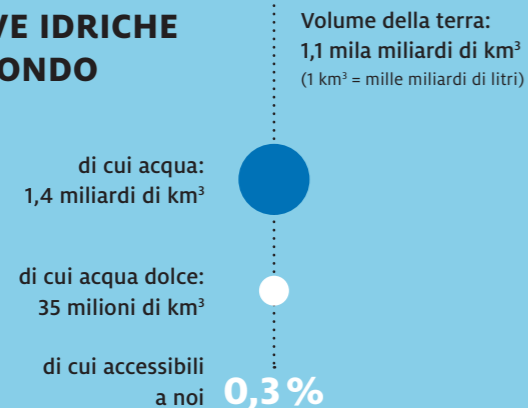
## IL CICLO DELL'ACQUA



Solo il 2,5% delle riserve idriche mondiali è costituito da acqua dolce.



### RISERVE IDRICHE NEL MONDO



Circa due terzi della terra sono coperti dall'acqua. La maggior parte è costituita da acqua salata. L'acqua dolce, invece, rappresenta solo il 2,5% delle riserve idriche mondiali. E l'uomo può in realtà utilizzarne solo lo 0,3%, ad esempio come acqua potabile o per irrigare i campi. Il resto dell'acqua dolce si trova nel ghiaccio dei ghiacciai dell'Artico e dell'Antartide o nelle profondità del suolo sotto forma di acque sotterranee.

#### Merce rara

Anche se la quantità totale di acqua nel mondo non può esaurirsi a causa del ciclo dell'acqua, la quantità di acqua utilizzabile è molto limitata. Se la domanda supera le risorse naturali, l'acqua dolce diventa scarsa. Un terzo dei maggiori sistemi di acque sotterranee del mondo è già minacciato e oltre quattro miliardi di persone vivono in Paesi con gravi carenze idriche o scarsità d'acqua. Oltre ai paesi dell'Africa centrale e settentrionale, sono colpiti anche il Messico, la Cina e l'Europa meridionale.

#### Valore aggiunto per le persone e la natura

I nostri ecosistemi necessitano di una quantità sufficiente di acqua dolce. I fiumi e le loro pianure alluvionali, i laghi e le paludi sono tra gli ecosistemi più ricchi di specie. Allo stesso tempo, conservano, filtrano e purificano l'acqua potabile.

**I nostri ecosistemi necessitano di una quantità sufficiente di acqua dolce.**

L'acqua dolce dà anche un importante contributo alla regolazione del clima, ad esempio legando il metano e il carbonio, sostanze che contribuiscono al riscaldamento globale.

#### Più nutrienti, meno ossigeno

Tuttavia, è proprio questa capacità che può essere anche il punto debole dell'acqua potabile: se l'acqua dolce immagazzina troppi nutrienti, perde ossigeno. Questo porta a sua volta alla formazione di più alghe e piante acquatiche. Questo processo è chiamato eutrofizzazione e significa la morte di molte specie acquatiche nel lungo periodo, perché la qualità dell'acqua si riduce.

Le cause sono molteplici, ma nella maggior parte dei casi l'uomo è parzialmente responsabile: le acque reflue non trattate, i nutrienti come l'azoto e il fosforo, che si trovano nei fertilizzanti, o il mangime per pesci accelerano il processo.

Nell'agricoltura biologica, l'uso di fertilizzanti e pesticidi è quindi strettamente regolamentato al fine di proteggere le acque di falda.

#### E cosa fa il Bell Food Group?

La produzione alimentare dipende da una quantità sufficiente di acqua dolce. Sia per l'irrigazione dei campi che per il lavaggio di carne, frutta, verdura e insalate, così come per la pulizia di macchine, attrezzature e capannoni di produzione. In quanto parte dell'industria alimentare, il Bell Food Group è consapevole dell'importanza di una produzione

## COSA FA IL BELL FOOD GROUP



### Acqua piovana per il raffreddamento

Il tetto piatto del nuovo centro di surgelazione di Oensingen viene utilizzato per raccogliere l'acqua piovana. L'acqua piovana viene raccolta su un'area di 200 m<sup>2</sup> e convogliata in una cisterna, da dove viene utilizzata per sistemi di raffreddamento di ritorno o per rilasciare nell'ambiente il calore residuo in eccesso dell'impianto di refrigerazione ad ammoniac attraverso l'evaporazione dal tetto.



### Risparmiare acqua con l'irrigazione a goccia

Il 100% dei prodotti che Eisberg acquista da fornitori europei proviene da campi con un tipo di irrigazione a goccia. Con questo metodo di microirrigazione, piccole quantità d'acqua controllate arrivano direttamente alle radici delle piante. Rispetto ai sistemi di irrigazione convenzionali, questo metodo non solo è economico, ma favorisce anche una crescita sana delle piante.

### Riutilizzo dell'acqua di raffreddamento

A Pfaffstätt, Hubers utilizza l'acqua per proteggere dal surriscaldamento i sistemi di imballaggio, alcuni dei quali operano a temperature elevate. Dal 2023, quest'acqua non viene più convogliata allo scarico, ma viene utilizzata per il prelavaggio dei contenitori degli animali vivi. Ciò significa che circa 80.000 litri d'acqua vengono risparmiati.



### Individuazione delle perdite d'acqua

Il macello di Basilea utilizza un sistema di monitoraggio delle perdite dal 2023. Di notte, quando non viene utilizzata l'acqua, un sistema monitora le vibrazioni per individuare tempestivamente eventuali perdite. L'assenza di vibrazioni significa assenza di flusso d'acqua, mentre il loro verificarsi può indicare una possibile perdita.

# -25%

### Riduzione delle acque reflue

Presso Ali-Big a Brivio, la pulizia della produzione di umido (ad es. salsa di pomodoro) richiede un elevato consumo di acqua. Grazie a varie misure, come l'analisi dei consumi, gli strumenti di pulizia senza acqua e la formazione dei dipendenti, il consumo di acqua per quantità di prodotto finito è stato ridotto del 25%. Questo ha migliorato anche la qualità delle acque reflue, tanto che ora è possibile rispettare i limiti comunali.

### Pretrattamento delle acque reflue

Le acque reflue degli impianti di produzione sono inquinate in misura variabile a seconda del processo. In caso di elevata contaminazione, l'acqua deve essere pretrattata prima di essere immessa nella rete fognaria. I macelli, in particolare, hanno un carico di acque reflue elevato, motivo per cui vengono adottate diverse misure per il loro pretrattamento. Ad esempio, i solidi che si accumulano nell'acqua vengono setacciati e convertiti in energia in un impianto di biogas.



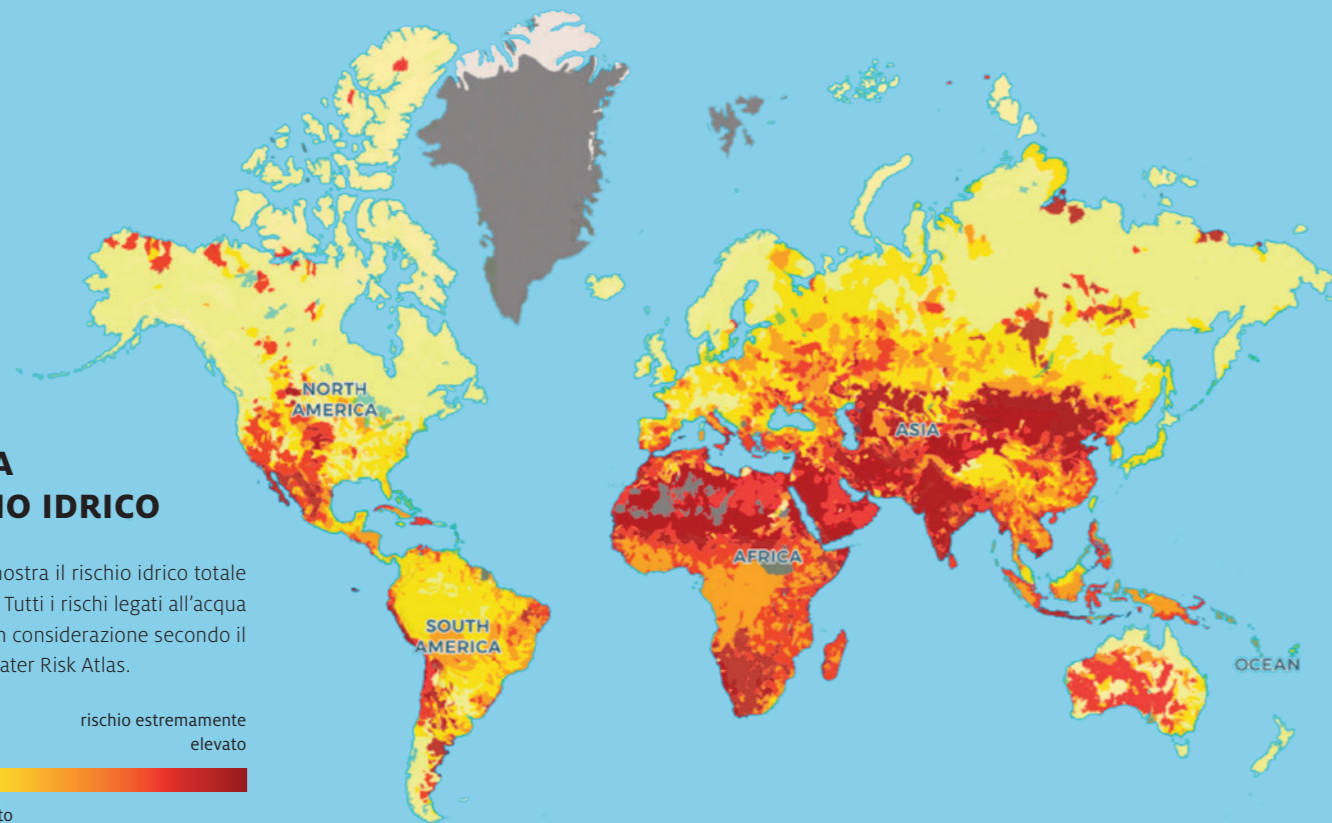
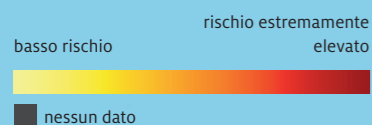
### Guardare al futuro: purificare l'acqua con l'ultrafiltrazione

Per la pulizia dell'insalata è necessaria molta acqua fresca. Eisberg è quindi alla ricerca di soluzioni per trattare quest'acqua in modo da poterla riutilizzare. Un'opzione attualmente in fase di sperimentazione è la purificazione dell'acqua con l'ultrafiltrazione. Le particelle più piccole vengono filtrate durante il processo. Tuttavia, il metodo non funziona per le sostanze disciolte come gli aminoacidi, per cui è necessario trovare una soluzione al riguardo. Eisberg non è quindi attualmente in grado di valutare se il metodo sia economicamente valido.



## AREE A RISCHIO IDRICO

La mappa mostra il rischio idrico totale per regione. Tutti i rischi legati all'acqua sono presi in considerazione secondo il Aqeduct Water Risk Atlas.



alimentare sostenibile. Solo un uso attento di risorse limitate come l'acqua garantirà le fondamenta dell'intero settore a lungo termine. Il Bell Food Group è quindi attivamente impegnato in pratiche di consumo sostenibile dell'acqua, al fine di mantenere la qualità e la quantità di questa importante risorsa nel lungo periodo, sia nelle proprie attività che lungo la catena di fornitura.

Il Bell Food Group intende ridurre il consumo di acqua dolce del 10% entro il 2026. Nelle aziende agricole in aree di stress idrico, dovrebbe addirittura essere dimezzato.

Una misura fondamentale per raggiungere questo obiettivo è l'istituzione di un sistema di monitoraggio completo: il sistema di gestione dell'energia E3m è in fase di implementazione in tutte le sedi del Bell Food Group. Oltre al calore e all'energia, viene misurato anche il consumo di acqua per ogni sede. Il Bell Food Group si avvale dell'Aqueduct Water Risk Atlas per identificare le aree a rischio idrico e svi-

luppate misure per le sedi interessate. Attualmente è previsto anche il calcolo dell'impronta idrica dei prodotti più importanti.

Tuttavia, la maggior parte delle misure non viene adottata a livello di Bell Food Group, ma nelle business unit e nelle singole sedi, come dimostrano vari esempi. • sh

### Il Bell Food Group intende ridurre il consumo di acqua dolce del 10% entro il 2026.

Maggiori informazioni sono reperibili nell'Aqueduct Water Risk Atlas:

[www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas](http://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas)



Presentato bene ha un sapore ancora più buono

# È un piacere per la vista

Cucinato con amore per ore, ma la pietanza non ha un bell'aspetto nel piatto. Per chi ha familiarità con questo problema, ecco alcuni consigli professionali di Jeroen de Zwart, consulente culinario di Bresc. Facili da mettere in pratica, per un effetto garantito.



## Una tendenza che germoglia

Sono piccoli, hanno un colore fresco e sono attualmente uno dei trend culinari. Si tratta di germogli commestibili, noti anche come microgreens o semplicemente crescioni.

Come guarnizioni in varie tonalità di verde, rosso o giallo e con diverse forme di foglie, danno un tocco speciale a piatti splendidamente presentati. Allo stesso tempo, esaltano il sapore del piatto.

I germogli non sono tutti uguali: i microgreens con una nota acida si abbinano bene a carne e pesce. I germogli dal sapore di nocciola, danno un tocco di sapore ai piatti di verdure. E i germogli possono essere utilizzati anche per i dolci. In questo caso è meglio scegliere varietà dolci.

I germogli commestibili vengono coltivati a partire dai semi di vari ortaggi e altre piante, come fagioli, cavolo rosso, girasoli o grano saraceno. Se non riuscite a trovarli al supermercato, potete anche coltivarli voi stessi. I semi germogliano in pochi giorni, ad esempio sul davanzale della finestra. I piselli, le varietà di cavolo e i ravanelli sono particolarmente adatti ai principianti.



Come chef di formazione e consulente culinario di Bresc, Jeroen de Zwart è specializzato nelle ultime tendenze alimentari.

## Spaghetti indisciplinati

Avete mai lottato con spaghetti o linguine che hanno mostrato il loro lato ostinato durante il tragitto dalla pentola al piatto? Due aiutanti, presenti in ogni cucina, possono essere utilizzati per richiamare all'ordine questa pasta un po' anarchica: cucchiaio e forchetta.

Per prima cosa prelevare la porzione desiderata dalla pentola con la forchetta e girarla lentamente sul cucchiaio. Quindi far scivolare con cautela sul piatto la pasta così arrotolata. Questo metodo è adatto per creare una torre arrotolata o una spirale in orizzontale.

I rotoli di pasta si riescono a creare meglio con posate grandi, come un forchettone da carne e un cucchiaio da portata. Certo: potrebbe essere necessaria un po' di pratica prima di prenderci la mano. Ma a chi non interessa cucinare – e mangiare – spaghetti più volte alla settimana per allenarsi?

**Per creare i rotoli di pasta si consigliano posate grandi.**





**La base giusta**

Piatti o profondi, bianchi o colorati, quadrati o rotondi, tutti di un'unica serie o un mix colorato? Per quanto riguarda le stoviglie, è il gusto personale a decidere cosa mettere in tavola.

**Le tendenze cromatiche per le stoviglie includono i toni pastello e quelli della terra.**

Ma come nella moda, anche qui vale lo stesso discorso: non tutti i piatti sono adatti a tutti i pasti. Quindi, se volete servire il vostro pasto in modo eccellente, dovete scegliere con cura anche le stoviglie. Diverse «basi» possono ottenere risultati completamente diversi con una stessa pietanza.

Prendiamo ad esempio la zuppa: una ciotola in gres di colore scuro, ad esempio, è ideale per ambientare la scena in modo tradizionale. Se si desidera un aspetto più elegante, si può scegliere un piatto fondo bianco in porcellana sottile.

Il bianco è comunque il colore classico delle stoviglie e quindi è sempre adatto. Le attuali tendenze cromatiche includono anche i colori pastello e le tonalità della terra. Attualmente sono molto apprezzati anche i piatti di carne su un blocco di legno o di marmo, per un aspetto originale e deciso.

Anche i piatti ovali o rettangolari seguono la tendenza alla disposizione allungata delle stoviglie. Le ciotole più profonde danno risalto alle insalate e ai piatti di pasta, ad esempio.

Quando si sceglie una stoviglia, è importante anche abbinarla alle dimensioni della porzione. Come regola generale, i piatti o le ciotole dovrebbero essere pieni solo per due terzi.

Una cosa importante se si devono acquistare nuove stoviglie: bisogna fare attenzione alle tonalità di blu, perché fanno sembrare molti cibi meno appetibili.

**Un impiattamento riuscito**

Poco prima di servire, si unisce ciò che deve andare insieme. Ma si può imparare molto dagli chef professionisti. Se volete che una bistecca abbia un aspetto leggero e delicato, ad esempio, potete tagliarla a strisce sottili. Se invece il piatto deve avere un effetto più rustico, la bistecca rimane intera e viene servita con un «coltello nella schiena».

Nel caso delle salse, inoltre, è preferibile posicionarle accanto o sotto qualsiasi cosa che abbia una crosta croccante. Da un lato, l'aspetto è migliore e dall'altro, mantiene la consistenza croccante. Le salse come il chimichurri, invece, possono essere messe sopra la carne in caso di preparazione scottata.

Per evitare schizzi indesiderati di salsa, si può tenere un piattino sotto il cucchiaino finché questo non raggiunge la posizione corretta sopra il piatto. Le zuppe scorrono senza problemi da un contenitore con beccuccio alla ciotola.

**Ci vuole un po' di coraggio per fare degli schizzi di proposito.**

Tuttavia, c'è anche una tendenza a fare deliberatamente degli schizzi per ottenere un look casual. Questo richiede un po' di coraggio, ad esempio quando la salsa schizza sul piatto da una grande altezza. Ma il risultato è molto migliore rispetto a chi agisce con troppa prudenza. • *mr*



C'è di tutto, dal fruttato al croccante

# Una primavera piena di colore

Qualche snack croccante durante un picnic, una salad bowl per pranzo, un gustoso prosciutto per un aperitivo con gli amici e trofie al pesto per una cena in un ristorante italiano: come sarebbe bello se tutti potessero provare le novità di tutti i Paesi del Bell Food Group.. Ma in LOOK! si può almeno dare un'occhiata. • *mr*



Con i nuovi pesti di Besc, i piatti possono essere serviti «con gusto».

## Besc

### L'autentico sapore italiano in 6 nuove proposte

Dall'inizio di marzo, Besc ispira i suoi clienti della ristorazione con i nuovi prodotti «Caponata», «Gremolata», «Aglione e Peperoncino», «Pesto all'Arrabbiata», «Pesto alla Genovese» e «Pesto Vegano». Con i nuovi sughi e pesti freschi, il marchio Hügli accompagna i cuochi in un viaggio culinario dalla Liguria alla Sicilia e li aiuta a risparmiare tempo.



## Bell Svizzera

### Specialità grigionesi in un packaging moderno

Bell Svizzera presenta ora quattro classici grigionesi di alta qualità in una confezione pieghevole: «Carne secca», «Carne secca dei Grigioni», «Carne affettata» e «Prosciutto crudo dei Grigioni». Oltre ai tre prosciutti stagionati internazionali, sono ora disponibili anche le specialità grigionesi, nelle pratiche confezioni richiudibili.



## Abraham

### Il gusto sottile del prosciutto

Con due nuove specialità internazionali di prosciutto, Bell Germania amplia la sua gamma di prosciutti a fette sottilissime del marchio Abraham. Il «Prosciutto di Savoia» prodotto da Bell Francia e il «Prosciutto Crudo» italiano sono tradizionalmente stagionati con l'osso ed essiccati all'aria per diversi mesi.



## Bell Francia

### La Francia incontra l'Italia

Dal mese di aprile, Bell Francia aggiunge varietà agli aperitivi e ai picnic con le sue nuove specialità «Jambon enrobé». Con un condimento a base di pesto o di pomodoro e basilico, entrambi i nuovi prosciutti hanno un sapore delizioso e saporito.



## hubers: snack it – love it

### Snack di cui innamorarsi

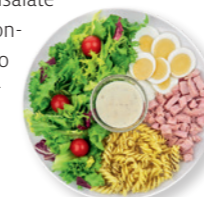
Con il nuovo marchio hubers: snack – love it, Eisberg Austria presenta due nuovi prodotti nella sua gamma: i «Chicken Nuggets Pizza Style» e i «Tortilla Nuggets». Entrambe le novità finger food dall'attraente forma triangolare hanno un rivestimento croccante e possono essere gustate con o senza salsa.



## Eisberg Ungheria

### Insalate che saziano

Eisberg Ungheria inizia la primavera con tre colorate varianti di insalata: «Tonno e bulgurl», «Prosciutto e uova» e «Pollo e pesto». Tutte e tre le varietà combinano insalate a foglia con una fonte di proteine e un contorno saziante. Il trio pronto al consumo costituisce quindi la proposta ideale per pasti equilibrati.



## Eisberg Austria

### Per una pausa pranzo diversa

Per il marchio proprio di una grande catena di distribuzione austriaca, da febbraio Eisberg propone le due nuove varietà di insalata «Rainbow Bowl», un mix colorato con patate dolci, barbabietole e insalata di cavolo, e la «Quinoa Nut Bowl», che combina la quinoa con verdure e noci. Allo stesso tempo, è stato aggiunto al banco frigo anche l'«Hummus-Hamshuka Wrap», una focaccia con carne di manzo e l'apprezzata crema di ceci.



## Eisberg Svizzera

### Un pieno di vitamine

Quest'anno, il team di Eisberg Svizzera stuzzica la voglia di vitamine dei propri clienti con sei diverse coppe di frutta. Da «Arancia e uva» a «Melone e fragola», c'è un mix adatto a tutti gli appassionati di frutta. E se siete più amanti delle insalate, provate una delle due nuove bowl, che contengono una piccola porzione di insalata di patate, oltre a insalate a foglia croccante.



## Hilcona

### Finemente infarinato, come se fosse fatto a mano

I nuovi «Ravioli Bolognesi» sono stati aggiunti dal mese di aprile alla gamma Hilcona Originale nella vendita al dettaglio. La particolarità: pasta extra-sottile con un succulento ripieno alla bolognese con carne di manzo di alta qualità. Inoltre, il nuovo concetto stagionale Hilcona Originale porta ancora più varietà nel piatto. Si prenderà il via con il «Salmone Mezzelune» con un ripieno cremoso di salmone affumicato ASC con ricotta e mascarpone, disponibile da aprile ad agosto.



## Hilcona

### Innovazioni per le più elevate esigenze gastronomiche

Da questa primavera, Hilcona offre ai suoi clienti della ristorazione in Svizzera una serie di innovazioni nel campo delle insalate. Uno dei piatti speciali è l'«Insalata asiatica di tofu con carote e edamame». Il tofu viene prodotto internamente dall'azienda, a Landquart. Gli abitanti del Liechtenstein si assicurano una maggiore qualità biologica nel piatto anche grazie alle nuove «lasagne bio» del marchio Hilcona Bio Cuisine. Le lasagne sono prodotte con ingredienti freschi della migliore qualità biologica e possono essere preparate in pochissimo tempo.



## The Green Mountain

### Alternativa vegana alla cotoletta

La nuova «Hot N Cold Schnitzel» della start-up di Hilcona, The Green Mountain, offre ai clienti dei servizi di ristorazione un'alternativa completamente vegetale al modello tradizionale di carne vera. La cotoletta croccante e saporita viene fornita surgelata. Può essere preparata e servita subito dopo lo scongelamento in vari modi, sia calda che fredda.



## Hügli

### Per un vero risparmio

Dalla fine di marzo, i nuovi brodi concentrati di Hügli sono tornati a sostenere il settore della ristorazione nel lavoro quotidiano in cucina. Il «brodo di manzo», il «brodo di pollo», il «brodo di pesce» e il «brodo di verdure» sono cucinati delicatamente con i migliori ingredienti. Il loro sapore concentrato può essere utilizzato per raffinare un'ampia varietà di piatti in pochissimo tempo.



## Bell per i più piccoli

Recentemente, gli «eroi a quattro zampe» hanno attirato l'attenzione del giovane gruppo target del marchio Bell in Polonia. I nostri colleghi hanno sviluppato due nuovi prodotti appositamente per la collaborazione con la popolare serie di cartoni animati «Paw Patrol».

«Paw Patrol» è una delle serie animate per bambini in età prescolare più conosciute al mondo. Le avventure della supersquadra di cuccioli sono molto popolari anche in Polonia. Un buon motivo per il team locale di Bell per collaborare con la produzione e lanciare due prodotti su licenza in Polonia.

Poiché i nuovi prodotti sono destinati ai bambini, durante lo sviluppo del prodotto i nostri colleghi hanno prestato particolare attenzione agli ingredienti. Rispetto alla ricetta classica, il «Salame» contiene il 40% di grassi in meno e il «Prosciutto Wiener» ha un contenuto di carne del 90%, mentre non vengono utilizzati additivi come coloranti o fosfati. I genitori dei fan di «Paw Patrol» possono quindi mettere i nuovi prodotti nel carrello della spesa con maggiore tranquillità.



Anniversari di servizio e pensionamenti da aprile a giugno 2024

## «Ho lavorato al fianco di mia sorella fin dal primo giorno»



**Yvonne Bautista**  
40 anni di servizio

**Funzione:** dipendente operativa  
**Azienda:** Bell Svizzera  
**Sede:** Zell



**Come è arrivata a candidarsi per un lavoro alla Bell in Svizzera 40 anni fa?** Attraverso mia sorella, Beatrix Imer. A quel tempo, Bell a Zell si chiamava ancora «SEG-Poulets AG».

**Cosa è cambiato di più in 40 anni?** L'informatizzazione! Dal modulo cartaceo al computer. All'epoca, l'ufficio era composto da sole tre persone (N.d.R.: nell'amministrazione). Ora non so neppure quante persone ci sono!

**C'è qualcosa nel suo lavoro quotidiano che è rimasto invariato nel corso degli anni?** Sì, lavoro al fianco di mia sorella fin dal primo giorno (ride). Qualcuno dovrebbe imitarmi!

**Quale esperienza della sua carriera in azienda rimarrà sempre impressa nella sua memoria?** Credo che negli anni '90 ci sia stata paura a causa dell'influenza aviaria. A volte aiutavamo nelle pulizie e

pulivamo i bagni o i guardaroba, perché la richiesta di carne di pollo era molto bassa. E poi, naturalmente, è arrivato l'anno 2020 con il Coronavirus. Ricorderò con affetto anche i momenti positivi, come l'anniversario.

**Che cosa le piace di più del suo lavoro oggi?** Non è un lavoro da catena di montaggio, ogni giorno è diverso. Sono davvero grata. Faccio il mio lavoro da così tanto tempo che fa parte di me.

Yvonne Bautista (a sinistra) e Beatrix Imer (a destra), anche loro in Bell da 40 anni\*. Le due sorelle lavorano insieme da 40 anni nel reparto di preparazione ordini di Zell.

\* Beatrix Imer ha festeggiato il suo 40° anniversario alla Bell di Zell nel febbraio 2024 (LOOK! numero 4/2023).



Maria Schlegel

Tomáš Starý

Natalia Bomatgireev

<b>Maria Schlegel</b> • 1 settembre, Sütag, Ampfing ( <i>supplemento</i> )
<b>Tomáš Starý</b> • 1 novembre, Hügli Food s.r.o., Zásmuky ( <i>supplemento</i> )
<b>Natalia Bomatgireev</b> • 16 marzo, Sütag, Ampfing ( <i>supplemento</i> )
<b>Sadi Aslan</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Hasan Canatar</b> • 1 aprile, Geiser AG, Geiser
<b>Albino Di Persio</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Denis Gerber</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Sedina Hairlahovic</b> • 1 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Andreas Hubacher</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Georg Kirchmaier</b> • 1 aprile, Sütag, Ampfing
<b>Arnaud Montmasson</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Cheseaux
<b>José Horacio Oliveira Marinho</b> • 1 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Julien Pegeot</b> • 1 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Alena Trtíková</b> • 1 aprile, Hügli Food s.r.o., Zásmuky
<b>Dana Krososková</b> • 2 aprile, Hügli Food s.r.o., Zásmuky
<b>Kimete Rama</b> • 3 aprile, Hilcona Taste Factory, Landquart
<b>Monike Ceni</b> • 5 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Benard Musaj</b> • 5 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Sadika Sahinovic</b> • 13 aprile, Hilcona Taste Factory, Landquart
<b>Patrick Vogel</b> • 13 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Zumreta Kozomara</b> • 15 aprile, Hilcona Taste Factory, Landquart
<b>Emöke Stember</b> • 16 aprile, Inter-Planing, Langenhaslach
<b>Alice Bruggmann</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Daniela Hodel</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Danilo Nerat</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Kamalandiran Shanmugalingam</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Sooriyakumar Suntharalingam</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Zell
<b>Peter Urban</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Lars Menzel</b> • 10 maggio, Hügli, Radolfzell
<b>Hamid Aherchane</b> • 15 maggio, Bell Svizzera, Cheseaux
<b>Marco Ragonesi</b> • 15 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Jens Burmeister</b> • 17 maggio, Bell Germania, Harkebrügge
<b>Florina Popa</b> • 17 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Satkunadevi Thavarajah</b> • 17 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Alexandre Bihl</b> • 1 giugno, Bell Svizzera, Basilea
<b>Andre Filip De Jesus Lourenco</b> • 1 giugno, Hilcona, Schaan
<b>Kurdistane Douski</b> • 1 giugno, Hilcona Gourmet, Orbe
<b>Jaspal Gill</b> • 1 giugno, Hilcona, Schaan
<b>Turan Isin</b> • 1 giugno, Eisberg, Dällikon
<b>Emilia Kamukotelo</b> • 1 giugno, Hilcona Gourmet, Orbe

Maria Schlegel

Tomáš Starý

Natalia Bomatgireev

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

Frrok Krasniqi

Abderrahim Ligassi

Mirsada Salihovic

<b>Frrok Krasniqi</b> • 1 giugno, Bell Svizzera, Zell
<b>Abderrahim Ligassi</b> • 1 giugno, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Mirsada Salihovic</b> • 1 giugno, Hilcona Gourmet, Orbe
<b>Thomas Stigger</b> • 1 giugno, Hilcona, Schaan
<b>Amer Bajramoski</b> • 6 giugno, Eisberg, Dällikon
<b>Bruno Hiltbrand</b> • 7 giugno, Bell Svizzera, Basilea
<b>Katharina Reichinger</b> • 15 giugno, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
<b>Josefa Alvarez Garcia</b> • 21 giugno, Bell Svizzera, Zell
<b>Sritharan Nanie</b> • 21 giugno, Bell Svizzera, Zell
<b>Josef Fersterer</b> • 22 giugno, Frisch Express, Pfaffstätt

Richard Bailey

<b>Richard Bailey</b> • 1 aprile, Huegli UK, Redditch
<b>Wolfgang Janitschek</b> • 1 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Jorge Goncalo Monteiro Pereira</b> • 1 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Birgit Nowak-Scholand</b> • 1 aprile, Hügli, Radolfzell
<b>Viktor Pfannenstiel</b> • 1 aprile, Bell Germania, Edewecht
<b>Mihill Komani</b> • 6 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Baskaran Navaratnasingam</b> • 6 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Heinz Pfister</b> • 6 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Ahila Veerakathy</b> • 6 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Didier Buschenrieder</b> • 12 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Alex Filin</b> • 28 aprile, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
<b>Henrique Fernandes Pereira</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Ali Kamouche</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Basilea

<b>Svetislav Njezic</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Domingos Teixeira Pacheco</b> • 1 maggio, Hilcona, Schaan
<b>Vijayarajah Veerasingam</b> • 2 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Gabriel Soares</b> • 3 maggio, Hügli Svizzera, Steinach
<b>Fatiha Janin</b> • 10 maggio, Bell Svizzera, Cheseaux
<b>Patrick Hug</b> • 17 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>File Simonay</b> • 17 maggio, Bell Svizzera, Zell
<b>Shenasi Aslani</b> • 19 maggio, Bell Svizzera, Zell
<b>Grit Berger</b> • 1 giugno, Hügli, Radolfzell
<b>Maurice Bruce</b> • 1 giugno, Hügli, Radolfzell
<b>Franz Büchler</b> • 1 giugno, Geiser, Schlieren
<b>Klaus-Jürgen Grebien</b> • 1 giugno, Hügli, Austria
<b>Markus Kauschinger</b> • 1 giugno, Bell Svizzera, Basilea
<b>Fredy Kunz</b> • 1 giugno, Hilcona, Schaan
<b>Fatma Suicmez</b> • 1 giugno, Hilcona, Schaan
<b>Christophe Briand</b> • 7 giugno, Bell Svizzera, Basilea
<b>Cristina Maria Soeiro Gomes Oliveira</b> • 14 giugno, Eisberg, Dällikon
<b>Adriana Sowislo</b> • 29 giugno, Hügli, Radolfzell

Soggiorno Thomas

<b>Soggiorno Thomas</b> • 1 aprile, Hügli, Radolfzell
<b>Huseyin Goelgeli</b> • 25 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Ton Krasniqi</b> • 2 maggio, Bell Svizzera, Zell
<b>Tatjana Konnow</b> • 9 maggio, Bell Germania, Harkebrügge
<b>Guido Bühlmann</b> • 1 giugno, Geiser, Schlieren
<b>Slobodan Gjorevski</b> • 1 giugno, Hilcona Gourmet, Orbe

Andrea Ost

<b>Andrea Ost</b> • 1 aprile, Inter-Planing, Langenhaslach
<b>Alois Müller</b> • 3 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Andreas Schwefel</b> • 3 aprile, Hügli, Radolfzell
<b>Xhevahire Shala</b> • 3 aprile, Bell Svizzera, Zell
<b>Manuela Muster</b> • 17 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Juan Alfonso Perez Poblador</b> • 20 Aprile, Bell Spagna, Casarrubios del Monte
<b>Jeannine Glasser</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Brigitte Jauch</b> • 1 maggio, Hügli, Radolfzell
<b>Markus Scheiben</b> • 1 maggio, Bell Svizzera, Gossau
<b>Holger Eberle</b> • 2 maggio, Hügli, Radolfzell
<b>Andrea Frässle</b> • 2 maggio, Hügli, Radolfzell
<b>Selvije Thaqi-Ramadani</b> • 16 maggio, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Géraldine Adler</b> • 1 giugno, Bell Svizzera, Basilea
<b>Norbert Heine</b> • 1 giugno, Hügli, Radolfzell
<b>Frédéric Bernaz</b> • 12 giugno, Bell Svizzera, Cheseaux

Gertrudes da Conceicao Lanita Paulino Justo Munoz

<b>Gertrudes da Conceicao Lanita Paulino Justo Munoz</b> • 1 aprile, Eisberg, Dällikon
<b>Yvonne Bautista</b> • 7 maggio, Bell Svizzera, Zell
<b>Manuel Kräutler</b> • 4 giugno, Inter-Planing, Langenhaslach
<b>Hans Aregger</b> • 12 giugno, Bell Svizzera, Oensingen

Ivo Martinovic

Saiyut Niyomdee

Marie-Chantal Gracyasz

<b>Ivo Martinovic</b> • 31 gennaio, Bell Svizzera, Basilea ( <i>supplemento</i> )
<b>Saiyut Niyomdee</b> • 31 gennaio, Bell Svizzera, Oensingen ( <i>supplemento</i> )
<b>Marie-Chantal Gracyasz</b> • 29 febbraio, Bell Svizzera, Basilea ( <i>supplemento</i> )
<b>Anna Schumann</b> • 29 febbraio, Bell Svizzera, Basilea ( <i>supplemento</i> )
<b>Jean-Marie Andrey</b> • 31 marzo, Bell Svizzera, Cheseaux ( <i>supplemento</i> )
<b>Maria Schlegel</b> • 1 aprile, Sütag, Ampfing
<b>Marietta Bickel</b> • 30 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Manuel Figueroa</b> • 30 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Wolfgang Krause</b> • 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Mario Kuschny</b> • 30 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Neila Nussbaumer von Arb</b> • 30 giugno, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Urs Uebelhard</b> • 30 giugno, Bell Svizzera, Oensingen

Maria Lugojan

<b>Maria Lugojan</b> • 31 dicembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt ( <i>supplemento</i> )
<b>Antalne Rizmajer</b> • 31 dicembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt ( <i>supplemento</i> )
<b>Beata Paździor</b> • 25 gennaio, Bell Polonia, Niepołomice ( <i>supplemento</i> )
<b>Barbara Machaj</b> • 29 gennaio, Bell Polonia, Niepołomice ( <i>supplemento</i> )
<b>Jerzy Krzysica</b> • 30 gennaio, Bell Polonia, Niepołomice ( <i>supplemento</i> )
<b>Dieter Fromm</b> • 31 gennaio, Frisch Express, Pfaffstätt ( <i>supplemento</i> )
<b>Norbert Hofer</b> • 31 gennaio, Frisch Express, Pfaffstätt ( <i>supplemento</i> )
<b>Uygun Selami</b> • 29 febbraio, Hügli, Radolfzell ( <i>supplemento</i> )
<b>Olga Termer</b> • 29 febbraio, Hügli, Radolfzell ( <i>supplemento</i> )
<b>Manuela Muster</b> • 30 aprile, Hilcona, Schaan
<b>Lucio Torzi</b> • 30 aprile, Bell Svizzera, Basilea
<b>Christophe Waldy</b> • 30 aprile, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Marlis Büchli</b> • 31 maggio, Hügli Svizzera, Steinach
<b>Max Knoblauch</b> • 31 maggio, Geiser, Schlieren
<b>Renate Schulze</b> • 31 maggio, Bell Svizzera, Basilea
<b>Martin Büttiker</b> • 30 giugno, Bell Svizzera, Oensingen
<b>Lorenz Wyss</b> • 30 giugno, Bell Svizzera, Basilea

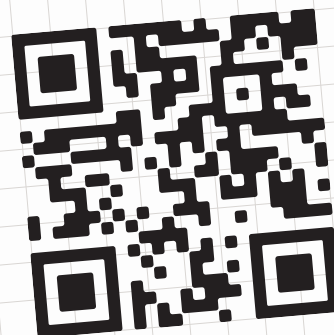
Heiko Schittek

<b>Heiko Schittek</b> • 9 dicembre, Hügli, Radolfzell
<b>Emin Abazi</b> • 9 febbraio, Bell Svizzera, Basilea

Desideriamo esprimere le nostre condoglianze

ai parenti e amici dei defunti.

# Che cosa ti è piaciuto maggiormente?



## **Con il tuo feedback puoi vincere un premio!**

Ci teniamo che LOOK! sia per te una lettura piacevole! Per questo abbiamo bisogno del tuo feedback, che ci consente di migliorarla costantemente e fare in modo che in ogni nuovo numero si celino tante novità. Ecco perché ci interessa sapere: Che cosa ti è piaciuto maggiormente in questo numero di LOOK!? Si tratta di un articolo in particolare? Di una foto che ti ha particolarmente colpito? O semplicemente una singola citazione ti è rimasta impressa nella memoria? **Faccelo sapere tramite il modulo che trovi scansionando il codice QR.**

**A titolo di ringraziamento per il tuo feedback, metteremo in palio, tra tutte le risposte, 10 buoni acquisto del valore di 70 euro ciascuno.**

**Inviaci il tuo feedback (tramite il codice QR) entro il 28 giugno 2024 per partecipare all'estrazione.**

I vincitori saranno informati direttamente. Non verranno fornite informazioni in merito all'estrazione, né per posta né tramite telefono. Non saranno prese in considerazione le partecipazioni multiple.