

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

03 2024



**Nous
grandissons
ensemble**

**BELL
FOOD
GROUP**





Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 Attention, chantier!**
Les activités de construction de Bell Food Group
- 7 Presque tous ont installé « My Bell Food Group »**
Comment my Bell Food Group est mise en œuvre au quotidien chez Eisberg Hongrie

Travailler pour Bell Food Group

- 8 Cordiales félicitations**
Pour un apprentissage réussi
- 11 Bienvenue**
À la vie professionnelle

- 12 Réussir grâce au sourcing actif**
Le recrutement moderne enthousiasme les candidates et les candidats

Article de couverture

- 15 Nous grandissons ensemble**
Bell Food Group devient de plus en plus une grande famille

Durabilité et innovation

- 22 La durabilité est mesurable**
En bonne voie

Notre monde de saveurs

- 24 L'astuce de l'eau chaude**
Des Special Cuts réussis avec la cuisson sous-vide

- 28 Les tendances automnales de l'année**
Une diversité en couleur pour les jours plus frais

- 30 Les clients satisfaits deviennent des partenaires pour la vie**
Diversité de la clientèle au sein du Bell Food Group

Personnel

- 33 « Nous avons même plié nous-mêmes les cartons. »**
Anniversaires de service et départs en retraite d'octobre à décembre 2024

Feedback et tirage au sort

- 36 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° 3/2024, octobre 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 p. 24-27 : atelierkorak ag, Riehen (CH). 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.

Se concentrer sur ce qui nous distingue

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Au cours des derniers mois, j'ai eu l'occasion de visiter de nombreux de nos sites et de rencontrer certain-e-s d'entre vous personnellement. Ce qui m'a particulièrement impressionné, lors de ces rencontres, est la motivation et le grand dévouement dont vous faites

Nous devons mettre en jeu nos forces

preuve tous les jours. C'est aussi ce que confirment les résultats de notre dernière enquête auprès des collaboratrices et collaborateurs : vous vous identifiez fortement à l'entreprise. Cet écho me réjouit énormément autant que j'en suis reconnaissant. En effet, ce sont des employé-e-s satisfaits et dévoués comme vous qui sont la pierre angulaire de notre succès commun.

Mais nous n'allons maintenant pas nous reposer sur nos lauriers. Comme c'est notre objectif de nous améliorer de plus en plus, de progresser et de configurer un avenir plein de succès et sûr pour Bell Food Group.

Les conditions à cet effet sont bonnes. Nous disposons d'une expérience de longues années, d'une équipe engagée et compétente ainsi que de fortes relations avec nos clients. À l'intérieur du groupe, nous bénéficions et apprenons les uns des autres. Notre organisation se focalisant sur des secteurs d'activité, nous sommes, en comparaison avec nos concurrents, plus rapides, agiles et très proches du marché. Mais, pour vraiment se distinguer, nous devons nous concentrer sur ce qui nous distingue : notre savoir-faire dans la production, nos relations avec les marchés et notre expérience en matière de durabilité et de bien-être animal. Ce sont ces

forces que nous devons mettre en jeu pour nous donner un avantage par rapport à la concurrence. C'est à nous qu'il revient de développer davantage cette avance et de l'exploiter de façon ciblée.

Le fait que cet engagement rapporte s'éprouve : lors du premier semestre, nous avons pu gagner de nouvelles parts de marché dans tous les secteurs. Il est cependant pour moi important de continuer à veiller aux coûts et de n'instaurer que des processus qui apportent vraiment une plus-value à notre activité. J'accorde de l'importance à ce que chacun des secteurs d'activité développe ses thèmes aussi localement que possible. Souvent, il est préférable de s'attaquer aux défis là où ils prennent source.

Je suis convaincu que nous célébrerons des succès lors de ce deuxième semestre que j'entame avec confiance. Avec mes cordiaux remerciements pour votre engagement quotidien et votre passion. Je me réjouis d'avance de faire la connaissance personnelle du plus grand nombre possible d'entre vous à mes prochaines visites de sites.

Meilleurs salutations



Marco Tschanz
CEO de
Bell Food Group

Les activités de construction de Bell Food Group

Attention, chantier!

Bell Food Group investit dans ses sites de production.

Données et aspects intéressants sur des projets terminés ou en cours.

Hügli Suisse Extension à Steinach



Avec l'extension du site d'Hügli à Steinach, il a été possible de résilier un immeuble en location depuis des années à Saint-Gall. L'ensemble du personnel est maintenant regroupé à un seul site. Dans le bâtiment neuf, la production d'épicerie fine satisfait à toutes les exigences qualitatives et procédurales

et peut s'enorgueillir d'être à la pointe de la modernité. Des processus allégés permettent une extension de la capacité pour répondre à la demande d'épicerie fine en constante croissance. La centralisation a l'effet bénéfique de supprimer des besoins de transport.

Mise en service: Jusqu'à la fin 2024

À noter: Steinach est située à proximité immédiate du lac de Constance et, géologiquement parlant, à peine au-dessus du niveau du lac. Pour toutes les mesures de construction, il a fallu d'abord consolider la zone. C'est pourquoi il a fallu enfoncer 58 pieux de béton de presque 40 mètres avant la construction. Environ 22 tonnes de béton ont été coulées par pieu pour obtenir une fondation stable pouvant supporter la charge du bâtiment.

Eisberg Autriche Site de production à Marchtrenk



Le nouveau site de production de Marchtrenk, en Haute-Autriche, comprend quatre halles de production. L'usine, qui pose de nouveaux jalons en matière de durabilité, de qualité et de sécurité de la production, est spécialisée dans les produits de commodité:

en plus des salades, fruits et légumes fraîchement coupés, le site de Marchtrenk produit également des snacks et des créations de muesli, ainsi que des produits de commodité à base de poulet.

Mise en service: 2020

En détails: Un centre de compétences à la pointe de la modernité pour des produits de commodité et doté d'un département propre de recherche et développement de 400 mètres carrés développe de nouveaux produits et recherche des solutions d'emballage durables. En plus de l'innovation, c'est principalement le thème du régionalisme qui est à l'honneur. Une production locale, ainsi que l'utilisation maximum de matières premières régionales et saisonnières satisfait la demande de produits régionaux.

Bell Suisse

Centre logistique (1), centre de tranchage (2) et centre frigorifique (3) à Oensingen



Dans l'espace Südringstrasse à Oensingen, un centre de tranchage, un centre logistique avec entrepôt grande hauteur entièrement automatisé et une centrale technologique avec restaurant, bureaux et espaces sociaux voient le jour. Le nouveau centre frigorifique, en service depuis août 2023, remplace huit entrepôts frigorifiques externes et internes tout en réduisant de moitié les émissions CO₂ correspondantes. La plus grande partie des processus de marquage et de prépa-

ration des commandes pour les produits frais emballés (à l'exception des fruits de mer) pour la vente de détail est centralisée à Oensingen. La concentration à un site centralisé permet de réduire davantage les délais de commande.

Mise en service: Les usines seront mises en service à la fin 2025 pour ensuite atteindre par étapes leur pleine exploitation. Le centre frigorifique fonctionne à pleine capacité depuis la mi-2024.

Fait remarquable: Comme les nouvelles usines d'Oensingen modifient considérablement les processus logistiques pour l'ensemble de Bell Suisse, toutes les usines existantes sont concernées. Elles ne fourniront plus directement les clients à l'avenir, mais passeront par l'espace Südringstrasse. Elles doivent en conséquence adapter leurs processus internes et s'aligner sur le nouveau centre logistique.

Bell Suisse

Abattoir de bovins à Oensingen



Le nouvel abattoir de bovins d'Oensingen remplacera l'abattoir actuel. Ce dernier est exploité à pleine capacité depuis des années. L'ancienne installation a de plus atteint la durée d'utilisation planifiée. Le

nouvel abattoir a pour vocation de poser de nouveaux jalons en matière de bien-être animal, d'hygiène et de déroulement de processus dans toute l'Europe.

Mise en service: Jusqu'à la fin 2025

Le saviez-vous? Un grand nombre de mesures assurera une minimisation du stress pour les animaux avant et pendant le processus d'abattage. Ces mesures se basent sur l'expertise de la biologiste américaine Temple Grandin. Cette scientifique renommée, qui s'engage pour le bien-être animal, transmet son savoir à des entreprises de transformation de la viande dans le monde entier. Pour tranquilliser les animaux avant l'abattage, le nouvel abattoir est refroidi, ce a pour effet de réduire le stress, en particulier pendant les mois de l'été. Une légère montée dans la chaîne d'abattage donne aux bovins un sentiment de sécurité. De plus, une attention est prêtée aux couleurs dans le bâtiment, à un sol antidérapant, à l'éclairage ainsi qu'à un fond sonore le plus calme possible.

En comparaison aux projets de construction précédents, réalisés isolément en unités individuelles, de tels projets bénéficient maintenant du savoir et de l'expérience de l'ensemble de Bell Food Group.

Bell Espagne

Site de production de jambon Serrano à Fuensalida



Dans le cadre de la stratégie de croissance du groupe Bell en Espagne, qui se concentre sur deux objectifs principaux, à savoir la production propre de jambon et saucisses ibériques ainsi que l'accroissement de la capacité de production de jambon Serrano, la décision a été prise d'étendre les installations de production. Après plusieurs années d'une énorme croissance sous la marque Sánchez Alcaraz, l'entreprise

a décidé d'acheter et de faire construire de nouvelles fabriques pour atteindre ces objectifs. En avril 2017, l'entreprise a fait l'acquisition de l'installation de séchage de jambon et saucisses ibériques de Nobleza Ibérica à Azuaga. La même année a commencé la construction d'une nouvelle installation à Fuensalida, qui a été mise en service lors du deuxième trimestre 2019.

Mise en service : 2019

Fait intéressant : Bell Espagne fabrique du jambon Serrano au nouveau site de production d'une surface de 26 000 mètres carrés. Le désossage s'effectue sur 32 lignes automatisées et 10 lignes manuelles. L'installation comprend de plus deux lignes de tranchage, 32 postes de deuxième salage, 22 caves et 10 séchoirs. La capacité de production annuelle s'élève à plus d'1 million de pièces.

Hilcona

Construction d'extension à Schaan



L'extension de l'exploitation d'Hilcona à Schaan crée des surfaces de production supplémentaires pour l'extension de la capacité et pour la fabrication de nouveaux assortiments. Mis à part les améliorations logistiques sur le terrain de l'usine, le plan directeur prévoit davantage d'investissements pour l'optimisation de l'utilisation des ressources. En font partie un nouveau concept de drainage ainsi qu'une installation de trai-

tement des eaux usées durable et une installation photovoltaïque. La surface du toit est extensivement végétalisée. L'électricité solaire produite est entre autres utilisée dans la domotique, où les chauffages par pompe à chaleur et les installations de récupération de chaleur assurent le chauffage ou le refroidissement en fonction du besoin.

Mise en service : Premier semestre 2025

Remarquable : La superstructure de toit est réalisée comme toit labyrinthe végétalisé. Imitant le cours naturel d'une rivière, l'écoulement des eaux de précipitations est retardé, ce qui déleste également les égouts. Une végétalisation extensive du toit permet de stocker l'eau de précipitations et de la déverser lentement. Également, la végétalisation du toit a une influence positive sur la qualité de l'air et la biodiversité, en offrant un habitat pour les insectes et d'autres animaux.

Du point de vue de la durabilité, l'accent des activités de construction est mis sur l'accroissement de l'efficacité énergétique, l'exploitation des potentiels des rejets thermiques et l'utilisation d'énergies renouvelables.

Comment my Bell Food Group est mise
en œuvre au quotidien chez Eisberg Hongrie

PRESQUE TOUS ONT INSTALLÉ



L'application my Bell Food Group App est déployée à presque tous les sites : presque 50 pour cent des utilisatrices et utilisateurs l'ont installée. Au site d'Eisberg de Gyál, en Hongrie, l'adhésion du personnel s'élève même à 90 pour cent. Laura Spielmann, de l'équipe locale du projet, décrit comment l'application est utilisée au quotidien.



Laura Spielmann travaille comme gestionnaire du marketing et de la communication pour Corporate Eisberg et assiste en plus Eisberg Hongrie sur différents sujets.

Quelle est la plus-value apportée par l'application ? Grâce à l'application, nous avons moins de courriels. Nous n'utilisons plus ces dernières que pour les tâches. Nous n'envoyons par contre les informations plus que par l'application et pouvons directement constater combien de collaboratrices et collaborateurs nous avons atteint. Cela réduit également la paperasserie, ce qui nous réjouit du point de vue de la durabilité ! De plus, les enquêtes sont une excellente possibilité de recueillir des opinions sur différents thèmes.

Comment était la situation avant l'introduction de l'application ? Nous avions auparavant un agent conversationnel et avons distribué des informations importantes par courriel ou sur papier dans un endroit prévu à cet effet.

À quelles fins l'application est-elle principalement utilisée ? Nous transmettons les plans de roulement par l'application. Cela est particulièrement important pour les collègues. De plus, nous transmettons par l'application des informations d'ordre général concernant tous les employé-e-s ou bien des photos et actualités concernant des collègues.

Comment en êtes-vous arrivés à ce que 90 pour cent du personnel installe l'application ? Il pourrait en fait y en avoir davantage. Quelques collègues sont actuellement absents, étant en congé de maladie prolongé ou de maternité. C'est pourquoi nous n'avons pas encore atteint les 100 pour cent (avec un sourire en coin). Nous avons procédé au lancement et aux premiers enregistrements au cours de notre fête d'été. Ainsi, tous étaient sur place

et nous avons pu aider immédiatement toute personne rencontrant des problèmes.

Avez-vous des conseils pour les sites qui ont un faible taux d'activation ? Les informations diffusées doivent être vraiment utiles aux employé-e-s. De plus, une présence et un soutien personnels par la direction de l'entreprise sont importants. Si nous n'utilisons pas l'application, nous ne pouvons pas non

plus attendre que les employé-e-s l'utilisent.

Il faut de plus s'orienter sur la routine quotidienne des employé-e-s. Nous publions nos communications souvent entre les deux pauses, qui sont autour de 10 et 13 heures. Le changement de poste est également un moment favorable. Nous publions toujours les informations relatives au travail posté le vendredi.

Y a-t-il aussi eu des défis ? Nous avons déjà auparavant un agent conversationnel qui était populaire auprès des employé-e-s et nous avons donc dû les convaincre de la nouvelle solution. De plus, il y a eu des marques de téléphones sur lesquels il était assez difficile de télécharger une application. Et les personnes âgées ont besoin d'un peu plus d'assistance que les jeunes employé-e-s.

Qu'est-ce qui est maintenant prévu ? Je souhaite intégrer davantage de processus internes dans l'application. Nous jouissons heureusement du soutien du personnel à cet effet. Maintenant que l'application s'est intégrée à leur quotidien, j'ai l'intention de sonder prochainement leur opinion. Il y aura aussi la possibilité d'y soumettre des idées de fonctions ou de processus qu'ils aimeraient y voir réaliser. • sh

CORDIALES FÉLICITATIONS

POUR UN APPRENTISSAGE RÉUSSI



Hilcona
À partir de la gauche : Bruna Pereira, Jennifer Külling, Valentina Blumenthal, Gian Kunz (T-shirt blanc). Devant : Jan Hagmann, Florin Nold, Davide Zicchillo. Derrière : Agon Bajrami, Juan Riveiro, Denys Tarasenko

VALENTINA BLUMENTHAL

« Ce qui me reste particulièrement en mémoire est la campagne des paquets de Noël. Je me suis vraiment sentie fière de voir que nous ayons pu procurer de la joie à d'autres. »

JENNIFER KÜLLING

« Mon conseil aux nouveaux et nouvelles apprenti-e-s : Les notes de devoirs à l'école sont le fondement de tout. Même si cela demande des efforts, applique-toi à l'école, car, au moment de l'examen final, on est moins stressé si l'on avait déjà de bonnes notes au préalable. »

GIAN KUNZ

« Ce qui m'a plu, c'est les alternances entre les six départements, comme j'ai été confronté à de nombreuses tâches et pu rassembler des expériences. J'ai été particulièrement fier au moment où j'ai obtenu mon CFC. Mon conseil aux future-s apprenti-e-s : Soyez poli-e-s et profitez de cette période. J'ai été surpris de la vitesse à laquelle la formation s'est passée et de combien j'ai appris. »



Bell Allemagne
À partir de la gauche : Cinja Janssen, Lisa Jürgensen et Maximilian Pietrass. Absents de la photo : Vanessa Bley, Fynn Noormann et Justin Schelte

JULIA KIRN

« La formation d'employée de commerce industriel offre un tremplin idéal dans la profession. En trois ans, nous avons fait la connaissance de différents départements, processus et contextes, ce qui est précieux pour le reste de notre carrière. »

CAMELIA PARASCHIVA

« Mes études chez Hügli a été un voyage passionnant et plein de précieuses expériences. Mon conseil. Soyez toujours intéressé-e-s et ouvert pour les nouveauté-s, posez activement des questions et investissez-vous ! »

JAN HAGMANN

« Ce qui m'a particulièrement plu, c'est la diversité dans les différents secteurs et l'opportunité de faire la connaissance en profondeur d'Hilcona. L'événement apprenti-e-s, pour lequel nous avons dû créer et présenter un hamburger, m'est particulièrement resté en mémoire, surtout à cause du livre de recettes. Mon conseil aux future-s apprenti-e-s : Pour un apprentissage réussi, continuez de vous investir à l'école. »

LIVIA SCHWENDENER

« J'ai aimé les camps d'apprenti-e-s, comme ils ont renforcé notre esprit d'équipe et que nous y avons fait de fantastiques expériences. Les changements de département, aussi, ont été profitables, comme cela m'a apporté beaucoup de connaissances. J'ai en particulier apprécié la cordialité et l'obligance dans les départements. »



Eisberg Suisse
Sara Tomic

Les apprenti-e-s sortants Ils ont terminé leur formation en été 2024

Eisberg, Dällikon (CH):	Bell, Edewecht (DE):
Sara Tomic • employée de commerce CFC	Vanessa Bley • technicienne en denrées alimentaires
Hügli, Radolfzell (DE):	Bell, Seevetal (DE):
Dennis Foos • logisticien d'entrepôt	Cinja Janssen • étudiante en alternance en économie d'entreprise/employée de commerce industriel
Alexander Götting • mécatronicien	Lisa Jürgensen • employée de commerce industriel
Nina Heidemann • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise industrielle	Maximilian Pietrass • étudiant en alternance en économie d'entreprise/employé de commerce
Julia Kirn • employée de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Hügli, Steinach (CH):
Judith Künz • employée de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Fabrice Betschart • employé de commerce CFC
Leo Meindl • mécatronicien	Bleron Hebibi • logisticien CFC
Camelia Paraschiva • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise industrielle	Meltem Önel • employée de commerce CFC
Sinah Sprissler • employée de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Silvan Schawalder • technologue en denrées alimentaires CFC
Vanessa Wildschütz • employée de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Florian Thomi • logisticien CFC
Hilcona, Schaan (FL):	Bell, Bâle (CH):
Valentina Blumenthal • employée de commerce	Fabian Bee • informaticien de gestion science des données
Jan Hagmann • technologue en denrées alimentaires	Monica Fankhauser • assistante de bureau AFP
Jennifer Külling • employée de commerce	Lilian Keil • étudiante en gestion d'entreprise, gestion du personnel
Gian Kunz • employé de commerce	Miguel Kestenholz • informaticien en développement d'applications CFC
Florin Nold • automaticien	Butrint Nazif • employé de commerce CFC
Juan Riveiro • opérateur de machines automatisées	Bell, Oensingen (CH):
Livia Schwendener • stage d'opératrice en informatique	Mike Allemann • praticien en mécanique AFP
Denys Tarasenko • opérateur de machines automatisées	Allan Barbosa • boucher-charcutier CFC
Davide Zicchillo • logisticien	Fawad Haidari • assistant boucher-charcutier AFP
Hilcona Taste Factory, Landquart (CH):	Jana Kullacova • logisticienne CFC
Agon Bajrami • logisticien	Muhamad Muhamad • mécanicien de production CFC
Belmin Hodzic • logisticien	Anna Piaseczna • praticienne en denrées alimentaires AFP
Bruna Pereira • praticienne en denrées alimentaires	Christian Savoldi • assistant boucher-charcutier AFP
Bell, Harkebrügge (DE):	Lars Scheduling • mécanicien de production CFC
Fynn Noormann • mécanicien industriel	Bell, Zell (CH):
Justin Schelte • technologue en électronique industrielle	Alessio Arieta • cuisinier CFC
	Curt Francis • opérateur de machines automatisées CFC
	Abdullah Jalali • agent d'exploitation AFP
	Nikola Stoilov • praticien en denrées alimentaires AFP



Bell Suisse

À partir de la gauche: Abdulla Jalali, Monica Fankhauser, Allan Barbosa, Lilian Keil, Mike Allemann, Fawad Haidari, Butrint Nazifi, Christian Savoldi, Alessio Arieta, Muhamad Muhamad. Absents de la photo: Miguel Kestenholz, Fabian Bee, Nikola Stoilov, Anna Piaseczna, Lars Scheduling, Jana Kullacova, Curt Francis

FABRICE BETSCHART

« Ce qui m'a le plus plu, c'est la variété dans l'entreprise, comme j'ai eu l'occasion de séjourner dans tous les départements et pu ainsi bénéficier d'une grande diversité. »



Hügli Allemagne

À partir de la gauche: Leo Meindl, Alexander Götting, Julia Kirn, Judith Künz, Sinah Sprissler, Vanessa Wildschütz



Hügli Allemagne

À partir de la gauche: Camelia Paraschiva, Nina Heidemann

SINAH SPRISLER

« Ma période d'apprentissage a été marquée par des expériences particulières, comme l'événement des apprenti-e-s, mon séjour à l'étranger et le « Outward Bound » (voyage de cohésion d'équipe). Grâce à Hügli et de nombreuses personnes particulières, j'ai eu l'occasion de faire la connaissance de toute une entreprise, de gérer des projets et de grandir autant personnellement que professionnellement. Le temps à filé à toute allure et j'apprécie énormément toutes les expériences, tous les apprentissages ainsi que les nouvelles amitiés. »

JUDITH KÜNZ

« Je suis fière de notre évolution au cours de la formation, en particulier pendant le séjour à l'étranger, qui m'a fait grandir autant personnellement que professionnellement. Mon conseil aux future-s apprenti-e-s: Soyez ouvert-e-s à toute nouvelle expérience et toute nouvelle tâche. La curiosité et la volonté d'apprendre sont décisives pour votre développement. »



Hügli Suisse

À partir de la gauche: Bleron Hebibi, Silvan Schawalder, Florian Thomi, Fabrice Betschart, Meltem Önel

MELTEM ÖNEL

« Je conseillerais aux apprenti-e-s future-s de ne pas se stresser. Chez Hügli j'ai appris tout ce dont j'ai besoin pour mon entrée dans la vie professionnelle. »

FLORIAN THOMI

« La relation avec les apprenti-e-s a été bonne, la pression du travail pas excessive et l'ambiance de travail excellente. J'ai eu du plaisir à travailler de façon autonome et apprécié la diversité de ce métier. »

BIENVENUE À LA VIE PROFESSIONNELLE

Les nouveaux et nouvelles apprenti-e-s
Ils ont commencé leur formation en été 2024

Eisberg, Dällikon (CH):	Hügli, Steinach (CH):
Masukwa Joel • praticienne en denrées alimentaires AFP	Mattia Altavilla • technologue en denrées alimentaires CFC
Veseli Leonit • logisticien CFC	Ruben Barros Ruben • logisticien CFC
Hajo Rohin • employée de commerce CFC	Dominic Meier • technologue en denrées alimentaires CFC
Hügli, Radolfzell (DE):	Felipe Salguero • employé de commerce CFC
Mohammad Alabassi • opérateur de machines automatisées	Alea Sherif • employée de commerce CFC
Ariane Dosch • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise dans l'industrie alimentaire	Bell, Bâle (CH):
Malina Egle • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise industrielle	Ege Aksin • automaticien CFC (avec maturité professionnelle)
Antonio Grassi • opérateur de machines automatisées	Leo Balaszekul • mécanicien de production CFC
Leonie Grunick • employée de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Mathys Buser • automaticien CFC (avec maturité professionnelle)
Lea Kaletta • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise, gestion du personnel	Csilla Demenscu • technologue en denrées alimentaires CFC
Paul Kuschminder • employé de commerce industriel avec qualification supplémentaire en administration des affaires internationales	Jeremias Ender • étudiant en économie d'entreprise BWL, gestion du personnel
Yannis Kutscher • informaticien spécialisé en intégration de systèmes	Samira Hasler • employée de commerce CFC, services et administration
Mia Thoma • études supérieures en alternance en gestion d'entreprise industrielle	Brian Kihara • informaticien CFC en développement d'application (avec maturité professionnelle)
Hilcona, Schaan (FL):	David Leon Brülisauer • employé de commerce CFC, services et administration
Tazio Jeremia Althaus • logistique	Samuel Pischel • mécanicien de production CFC
Mirjam Andenmatten • génie alimentaire	Florian Rickenbacher • boucher-charcutier CFC
Katalin Agnes Boronkay • génie alimentaire	Arianit Selimi • informaticien CFC en développement d'application
Simon Elia Congiu • employé de commerce	Artur Steer • étudiant en sciences des données & IA
Matteo Julian Gstöhl • employé de commerce	Bertalan Szabo • opérateur en informatique CFC
Leon Michael Idler • logisticien	Sheila Theurer • assistante bouchère-charcutière AFP
Nicole Magisano • employée de commerce	Borja Troncoso • boucher-charcutier CFC
William Munksgaard • opérateur en informatique	Sebastian Wittlin • automaticien CFC
Nando Antonio Potenza • opérateur en informatique	Bell, Zell (CH):
Vaia Potolidis • génie alimentaire	Fynn Bracher • cuisinier CFC
Hassan Sas • praticien en denrées alimentaires	Bell Oensingen (CH):
Hilcona Taste Factory, Landquart (CH):	Deniz Biret • mécanicien de production CFC
Elion Mecinaj • logisticien	Roni Dakaj • mécanicien de production CFC
Abraham Weldedaniel • logisticien	David Gygax • boucher-charcutier CFC
Bell, Harkebrügge (DE):	Oliver Husi • boucher-charcutier CFC
Jonas Fey • logisticien d'entrepôt	Arvanit Krasniqi • mécanicien de production CFC
Lucas Poppen • technologue en électronique industrielle	Kylie Rodrigues Maías • praticien en denrées alimentaires AFP
Daria Sulima • Technologue en électronique industrielle	Mayooran Mahendran • assistant boucher-charcutier AFP
Bell, Seevetal (DE):	Florian Nussbaum • boucher-charcutier CFC
Gabriel Michaelis • employé de commerce industriel	Luca Ulber • logisticien CFC
Thorben Nühse • Employé de commerce industriel	Geiser, Schlieren (CH):
Finn Schmidtke • étudiant en alternance en économie d'entreprise/employé de commerce industriel	Kosta Meyer • boucher-charcutier CFC
	Sasa Trisic • boucher-charcutier CFC

Le recrutement moderne enthousiasme
les candidates et les candidats

Réussir grâce au sourcing actif

Afin de mieux se positionner en matière de recrutement, Bell Food Group s'est engagé dans une nouvelle voie : l'« active sourcing », c'est-à-dire recruter par contact direct les candidates et les candidats qui conviennent. Maria Horvath a mis en place ce secteur depuis février 2023. Dans l'interview avec LOOK!, elle nous explique en quoi consiste cette forme moderne de recrutement.



Maria Horvath,
Talent Acquisition
Manager chez
Bell Food Group
à Bâle

Qu'entendez-vous par « active sourcing » ?

L'active sourcing est une manière moderne de trouver les candidats et candidates qui conviennent. Nous recherchons activement les personnes appropriées pour un poste et nous les contactons directement par le biais de différents canaux. Par le passé, on publiait simplement une offre d'emploi et on attendait que quelqu'un nous contacte. Cela fonctionnait peut-être bien, il y a dix ans. Mais aujourd'hui, la situation sur le marché du travail est différente. Il y a beaucoup plus de postes vacants que de professionnels disponibles. Les personnes à la recherche d'un emploi peuvent souvent choisir entre plusieurs offres. Nous sommes là pour attirer ces professionnels potentiels vers notre entreprise.

« Aujourd'hui, la situation sur le marché du travail est différente ».

Comment se déroule la recherche de candidates et candidats ?

Tout d'abord, nous recevons les critères de recrutement d'un service RH ou d'un département spécialisé souhaitant pourvoir un poste. Nous entamons alors la recherche. Le réseau social professionnel LinkedIn, qui compte plus de 24 millions d'utilisateurs rien que dans la région DACH, est pour nous une source importante. Les filtres de la plateforme nous permettent de cibler les professionnels potentiels en fonction de leurs compétences, de leur expérience et de leur localisation, comme nous le souhaitons. Nous utilisons ensuite la fonction de messagerie du réseau pour contacter les personnes que nous jugeons appropriées. Nous les informons que nous aimerions leur parler d'un poste passionnant au sein du Bell Food Group. Si elles sont intéressées, un entretien téléphonique s'ensuit, au cours duquel il apparaît rapidement si la personne contactée pourrait convenir pour le poste. Si tout se passe bien, le processus de recrutement sera poursuivi.



Vous dites donc dès le début de quelle entreprise il s'agit ?

Parfaitement. Et c'est très bien accueilli. Les gens sont ravis d'être contactés directement par l'entreprise qui cherche, et non par une agence. Certaines personnes nous disent d'emblée qu'elles ne souhaitent pas collaborer avec des agences. En tant que service interne, cela nous donne un avantage considérable. Il ne faut pas oublier que la plupart des personnes que nous contactons ne savent même pas encore qu'elles veulent postuler. Nous

devons donc commencer par les motiver à changer d'emploi. C'est pourquoi nous investissons beaucoup dans le marketing de nos postes et de notre entreprise.

Après un an et demi, pouvez-vous déjà évaluer le succès de cette approche active ?

Le taux de réussite est très élevé. Nous avons réussi à pourvoir plus de 60 postes pris en charge par notre équipe, dont 19 grâce à notre approche du « sourcing direct ». Cela nous a permis d'économiser plusieurs centaines de milliers de francs en frais de chasseurs de têtes externes. Nous avons réussi à

« Le taux de réussite est très élevé ».

Non seulement doublée, mais triplée depuis février 2023 : Pietro Calvagna (à gauche) et Cédric Martin complètent l'équipe de Maria Horvath, tous deux en tant que Talent Acquisition Specialist.

pourvoir les autres postes avec autant de succès grâce à notre accompagnement des offres d'emploi passives.

« Nous envisageons à l'heure actuelle une refonte des pages Carrières de notre site web ».

Les défis de recrutement se manifestent notamment dans le domaine SAP ou pour les postes situés sur des sites moins attractifs. Il nous est même

arrivé de devoir trouver quelqu'un directement en l'espace d'une semaine,

et nous y sommes parvenus ! En moyenne, le « time to hire », c'est-à-dire le délai entre le début de la recherche et l'acceptation de l'offre, est d'environ dix semaines. Je pense que l'un des facteurs de notre succès est notre approche moderne et très personnelle. Pour la recherche, par exemple, nous sommes globalement passés au tutoiement. Nous recevons beaucoup de réactions positives à ce sujet.

Pour quels domaines êtes-vous actifs ?

L'année dernière, nous avons commencé à pratiquer le sourcing direct pour l'informatique. Le succès a été grand et nous avons pu pourvoir de nombreux postes, surtout ici sur le marché suisse. Entre-temps, notre équipe s'est agrandie et compte désormais trois personnes : en avril 2023, Cédric Martin, qui se consacre au recrutement pour la production et la technique, a rejoint l'équipe. En mai, il a été suivi par Pietro Calvagna, qui se concentre quant à lui sur les secteurs IT et RH. Actuellement, nous limitons notre sourcing direct à l'espace germanophone. Nous avons certainement encore beaucoup de potentiel à exploiter et espérons pouvoir tirer parti des synergies dans d'autres domaines à l'avenir.

De nouveau parmi les meilleurs

Pour la troisième fois déjà, Bell Food Group a reçu ce printemps le Best Recruiters Award. Il a remporté la médaille d'or dans la catégorie Fabrication de produits alimentaires et de biens de consommation. Au classement général pour la Suisse et le Liechtenstein, il a terminé 17ème, soit une amélioration de neuf places par rapport à l'année précédente.

Depuis 2010, Best Recruiters teste les mesures de recrutement des meilleurs employeurs de la région DACH. Il vient de publier la plus vaste étude scientifique portant sur le recrutement dans l'espace germanophone. Pour l'année universitaire 2023/2024, l'équipe d'experts a collecté des données sur plus de 320 critères liés au processus de candidature.



Döne Bal, Finn Kröling et Margarita Steg de HR Bell Suisse ont reçu en avril 2024 la médaille d'or de Best Recruiters au classement général des fabricants de produits alimentaires et de biens de consommation en Suisse et au Liechtenstein.

Bell Food Group a une fois de plus été récompensé par le Best Recruiters Award. Que signifie pour vous cette distinction ?

Nous sommes très fiers d'avoir remporté, cette année encore, le prix de notre secteur. Cela nous sert aussi, entre autres, pour nos offres d'emploi. Notre objectif est de nous hisser dans le top 10 du classement général pour la Suisse et le Liechtenstein. Dans ce but, nous collaborons aussi avec les experts de Best Recruiters et nous leur demandons des conseils sur ce que nous pouvons améliorer. Nous voyons encore, par exemple, un certain potentiel dans les pages Carrières de notre site web. Nous envisageons une refonte avec une présentation plus moderne, notamment avec plus de matériel photo et vidéo. Nous souhaitons également communiquer plus clairement sur notre façon de travailler et montrer comment nous combinons le plaisir d'une alimentation de qualité, des méthodes de production ultramodernes et un style de gestion accessible avec des hiérarchies plates au sein d'un groupe international. Nous y travaillons actuellement. • mr



Bell Food Group devient de plus en plus une grande famille

Nous grandissons ensemble

Six secteurs d'activité, 15 pays, 65 sites et plus de 13 000 employé·e·s : si Bell Food Group était un puzzle, il se composerait de très nombreuses pièces à assembler. Et ce que ce puzzle a de prodigieux : il est un projet communautaire dans lequel tous et toutes apportent des contributions synergiques. Pas besoin de chercher longtemps pour en trouver des exemples. • *mr*

Au cours des années précédentes, il y a eu dans le groupe d'entreprises que nous appelons aujourd'hui « Bell Food Group » de nombreuses premières fois. Les premiers nouveaux membres en dehors de la Suisse, l'entrée dans le segment d'aliments de commodité, la première présence commune sur un salon, la fondation d'un centre de compétences inter-groupe ou les premiers sites s'étant lancés dans l'aventure TopX.

L'objectif : de nombreuses parties individuelles doivent former un grand tout.

Il serait possible d'ajouter encore d'innombrables autres premières à cette liste.

Sans oublier les premières collaborations de personnes qui ne se connaissaient pas auparavant ou qui n'avaient eu jusque-là affaire les uns aux autres qu'en tant que clients, fournisseurs ou concurrents.

L'objectif était clairement fixé dès le début : toutes ces parties individuelles devaient former un grand tout. Un groupe uni par ses valeurs, à l'intérieur duquel des réseaux se forment et des synergies sont exploitées efficacement. Une famille, qui ne fait pas que grandir ensemble, mais aussi se soude.

De nombreuses mains travaillent aujourd'hui à assembler de plus en plus de pièces de ce puzzle. Y contribuent des projets s'étendant à tout le groupe autant que des coopérations entre des secteurs d'activité ou des départements individuels. LOOK! en a rassemblé quelques exemples.





Hügli Food Industry **Un bénéfice pour tous**

Suite à la fusion avec Hügli en 2018, le domaine Industrie alimentaire est devenu une source interne d'assaisonnements de salades, d'arômes et de sauces désormais à la disposition des membres de Bell Food Group.

Une nouvelle situation, qui a d'abord représenté certains défis pour les deux parties. Les secteurs d'activité ont dû céder des relations clients de longues années au profit du nouveau membre du groupe et les experts de l'industrie alimentaire d'Hügli ne savaient pas à quoi s'attendre, par exemple concernant les quantités ou les processus de développement de produits.

« Il a d'abord fallu casser la glace. », rapporte Francesco Poerio, directeur du marketing Industrie alimentaire chez Hügli. « Mais nous avons tous rapidement remarqué les plus-values que l'appartenance à un groupe nous apportait. »

Ce qui a commencé par des premières réunions de lancement et l'échange de listes de produits s'est maintenant développé en une collaboration extensive de l'équipe Industrie alimentaire d'Hügli avec les secteurs d'activité de Bell Food Group.

« Cela a commencé avec l'échange de listes de produits. »



Francesco Poerio, directeur du marketing Industrie alimentaire chez Hügli

Hilcona s'approvisionne ainsi entre autres d'assaisonnements, de sauces pour sandwichs et de flocons pour muesli auprès de son entreprise sœur. Pour fournir Eisberg en assaisonnements de salades en portions individuelles, Hügli s'est même équipée d'une installation de remplissage de bûchettes.

Les secteurs d'activité bénéficient des hautes exigences culinaires, de la forte orientation client et des nombreuses idées tendances des collègues de l'Industrie alimentaire au cours des réunions d'innovation ayant lieu régulièrement.

« En contrepartie, le gain en savoir-faire résultant de l'étroite collaboration est très précieux. Nous bénéficions de connaissances approfondies dans les processus de production, qui nous restent inaccessibles auprès de clients tiers. », explique Ana Argudo, gestionnaire de grands comptes Industrie alimentaire chez Hügli.

Pour elle et Francesco Poerio, il est évident que les projets communs et l'échange intensif ont de plus en plus rapproché les parties prenantes au cours des années passées, si bien que, entre-temps, le sentiment d'appartenir à une grande famille s'est installé.

L'organisation Export **Une présence internationale commune**

Coordonner les activités, partager les informations et établir les contacts : c'est ce qui pourrait résumer sommairement le rôle de l'organisation Export.

Se composant de respectivement un membre des départements Export des différents secteurs d'activité de Bell Food Group, elle s'occupe depuis cinq ans d'optimiser le commerce extérieur.

Les membres de l'équipe se rencontrent trois à quatre fois par an personnellement ou virtuellement pour s'échanger sur les développements des activités au cours des mois passés, ce qu'il se passe actuellement sur le marché ou sur des thèmes nouveaux.

« Mais, entre les rencontres, nous prenons aussi le téléphone. Comme nous nous connaissons très bien, nous savons d'emblée, quels collègues peuvent aider sur certaines questions. », raconte Daniel Böhny, directeur de la division Bell Europe de l'Ouest/de l'Est ainsi que de l'organisation Export. « Il est cependant important de savoir que nous ne pouvons agir les uns pour les autres que comme ouvreurs de portes. C'est alors à chaque unité de conduire elle-même les négociations. Mais le fait que nous soyons tous une part d'un grand groupe est secourable. »

L'exemple du salon alimentaire SIAL à Shanghai, à la fin mai de cette année, témoigne de l'étroit réseau qui s'est formé entre les secteurs d'activité : Bell France était représentée en tant qu'entreprise ayant de fortes activités d'export sur un stand, non sans en avoir informé au préalable les autres secteurs d'activité et leur avoir offert d'y placer aussi leur offre dans les entretiens avec les clients.



Daniel Böhny, directeur de l'export auprès de Bell International

Eisberg en Autriche et en Pologne **Résolution de problèmes par la voie courte**

Que faire lorsque la construction d'une nouvelle ligne de salades bat son plein, mais qu'il faut produire sur la demande du client un bol de salade innovant avant le délai prévu ? Le site d'Eisberg à Marchtrenk qui a trouvé la réponse à ce problème en collaboration avec ses collègues polonais au printemps de cette année.

Le gérant Bartosz Brzoza a offert tout de go le soutien de son équipe à son collègue autrichien Franco Mühlgrabner. C'est ainsi que le site de Legnica a pris en charge la fabrication du bol de salade BBQ Mix 500 g pour le grand détaillant allemand REWE entre la mi-avril et fin mai.

« Franco Mühlgrabner a naturellement informé REWE du transfert de courte durée de la production en Pologne. », raconte Dominik Reichinger, directeur des ventes des produits frais de commodité chez Eisberg Autriche. « Mais tout a tellement marché impeccablement, que le client n'en a rien remarqué. »

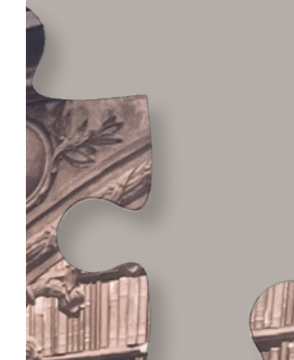
Même si de telles situations se présentent très rarement, Eisberg y est optimalement préparée : deux fois par an, par exemple, les sites de Marchtrenk en Autriche et de Gyál en Hongrie répètent le scénario d'une contingence en prenant mutuellement en charge la production d'articles individuels dans le cadre de leur concept d'urgence.

« La situation réelle au printemps nous a montré à quel point le travail d'équipe fonctionne bien dans notre groupe. », se félicite Dominik Reichinger.





« Ils reçoivent la formation qui les soutiendra dans la suite de leur carrière. »



Anuga

« À l'époque, nous étions une autre «Bell» »

En 2013, le groupe Bell s'est présenté, dans la forme d'alors, pour la première fois communément sur le salon Anuga à Cologne. Stephan Holst, directeur du marketing chez Bell Allemagne, qui avait alors été responsable de l'organisation de cette présence, se rappelle.

Qu'est-ce qui a été particulier dans la présence sur le salon du groupe Bell ?

À l'époque, nous étions encore une autre « Bell », avec une forte spécialisation dans les produits de boucherie et de charcuterie. Nous avons présenté les marques de produit Bell, Abraham, ZIMBO, Møssieur Polette et Hoppe. L'équipe du stand provenait de tous les pays où Bell était représentée à l'époque, et certains, qui sont maintenant des collègues, sont venus nous voir en tant que clients, comme Christian Guggisberg. Celui-ci était à ce moment responsable de l'approvisionnement chez Coop, il est maintenant gérant d'Eisberg Suisse.

Y a-t-il eu des différends lors des préparatifs ?

Comme au cours des années avant chez Abraham, c'est ma collègue Annett Illig et moi qui étions toujours responsables de l'ensemble de l'organisation en 2013. Il y a eu bien sûr un besoin plus important de concertation. C'est à ce

moment que nous avons pour la première fois travaillé avec Davide Elia et Nicole Schaad du siège social de Bell, qui nous ont entre autres ralliés sur le même stand sous le slogan « La qualité unit – les marques du groupe Bell » fourni depuis Bâle. Entre le premier salon commun jusqu'à aujourd'hui, tout a heureusement fonctionné plutôt sans anicroches. Je peux cependant me rappeler d'un petit incident : mon chef de l'époque et un client important sont restés enfermés dans la salle de réunion du stand à cause d'une porte qui ne s'ouvrait plus.

Comment le concept de stand et la collaboration ont-ils évolué jusqu'à présent ?

Le stand a beaucoup changé au fil des années, il est devenu de plus en plus attractif, avec des stations de cuisine en direct et de dégustation. Et même si la collaboration a super bien marché dès le début avec toutes les parties impliquées, elle a aussi évolué. Après plusieurs projets communs au cours des dernières années, les équipes de salons des différentes unités de Bell Food Group se sentent aujourd'hui presque comme les membres d'une même famille.

« Les présences communes sur les salons se sont jusqu'à présent toujours déroulées sans anicroches. »



Stephan Holst, directeur du secteur marketing chez Bell Allemagne

**Développement du personnel
L'atelier de gestion**

Pour promouvoir et interconnecter les gérants, Bell Food Group mise depuis 2022 entre autres sur l'atelier de gestion.

« Nous avons lancé ce programme parce que nous avons voulu offrir à la relève de nos gérants de véritables perspectives de développement personnel dans notre entreprise en temps de manque de main d'œuvre », explique Endrik Dallmann, directeur des RH chez Bell Food Group.

Au printemps dernier, ce groupe de dix personnes a démarré ses activités. Comme leurs prédécesseuses et prédécesseurs, ils recevront pendant un an et demi la formation qui les soutiendra lors des étapes à venir de leur carrière.

En font partie, en plus de cours pour tous les participants du groupe, également des éléments individualisés, comme des accompagnements ou des mentorats. Le programme comprend aussi des rencontres avec des gestionnaires de Bell Food Group, qui leur donneront des aperçus dans leur travail quotidien.

Pour commencer, les participant-e-s de l'atelier de gestions reçoivent de la direction du groupe un projet à réaliser. Le premier groupe a créé avec succès un concept pour le programme « Diversity and Inclusion », avec l'accent mis sur la promotion des femmes dans les positions de gestion. Le programme est entre-temps mis en œuvre avec succès. Le deuxième groupe s'occupe de la question de comment Bell Food Group peut doubler le nombre de ses apprenti-e-s et étudiant-e-s en alternance jusqu'en 2026.

« Nous avons intentionnellement choisi des problèmes présentant des défis et dont la résolution est importante pour Bell Food Group. De plus, ces thèmes procurent de la visibilité pour les participant-e-s dans le secteur de la gestion, entre autres par la présentation des résultats de projets auprès du sommet de la gestion. », explique Endrik Dallmann. « Un facteur très important dans l'atelier de gestion est cependant aussi la connectivité entre les participant-e-s, qui est le moteur de davantage de soudage à l'intérieur de notre entreprise. »

L'atelier de gestion est un bon exemple de comment la formation continue renforce la cohésion à l'intérieur de Bell Food Group, mais bien sûr pas le seul. « Il y a déjà depuis déjà de nombreuses années des offres de formation continue, que nous utilisons aussi de façon ciblée avec le département du Développement du personnel de Bell Food Group de sorte que des collègues de différents secteurs d'activité et sites se rencontrent, s'échangent et se connectent. », témoigne Endrik Dallmann.



À partir de la gauche : Katrin Beutelschiess, Kolja Stolze, Aleksandra Rowicka, Tim Loitzenbauer, Noémi Lageder-Wieser, Sybille Rausis-Céré, Marie-Sophie Regueiro, Sandra Virginia Wohlwend



TopX Puiser dans les connaissances d'autres

L'un des cas d'école sur le thème de la croissance commune à l'intérieur de Bell Food Group est le programme TopX. Toutes les usines de plus de 50 employé-e-s sont déjà intégrées dans le processus et collaborent dans un esprit de globalité.

Ce qui profite aussi aux novices, comme Geiser à Schlieren. L'équipe du fournisseur de produits de boucherie pour la gastronomie s'est lancée en mars de cette année, mais travaille déjà à haut régime à l'atteinte de son jalon.

« D'expérience, nous savons que les sites qui viennent rejoindre le programme, obtiennent très rapidement des résultats parce qu'ils bénéficient des standards déjà définis », dit Michael Baumann, directeur du programme Top-Excellence chez Bell Food Group. « Ces standards comprennent par exemple des visualisations ainsi que la structure de réunions de gestion d'atelier, que les entreprises nouvelles au processus peuvent appliquer tels quels. »

Ensuite, le programme est déployé dans l'usine avec un petit nombre de collaborateurs et collaboratrices. L'entreprise pilote pour ce faire sera le site espagnol de Casar-



Michael Baumann, directeur du programme Top Excellence de Bell Food Group

rubios del Monte. Un concept simplifié est actuellement en cours de développement pour ce site ainsi que d'autres petits sites afin d'assurer entre autres de ne pas surcharger les responsables. En effet, c'est souvent une seule et même personne qui prend en charge plusieurs fonctions dans de telles exploitations.

Avec la nouvelle plateforme TopX, les personnes impliquées disposent de plus d'un outil pour partager des exemples de pratiques d'excellence et de documents. « Nous veillons à ce que les informations qui y sont communiquées sont réutilisables pour les autres membres de la communauté », explique Michael Baumann. « Cela procure aux entreprises d'énormes avantages dans leur activité principale. Simultanément, cette plateforme soutient notre croissance commune. »

Par ailleurs, une autre nouveauté dans le cadre de TopX est la remise de prix au sommet qui aura lieu en novembre. Seront nominés des projets réussis dans les catégories sécurité au travail, qualité, performance et coûts. À cela s'ajoute la catégorie réutilisation comme discipline maîtresse, comme c'est l'essence de TopX d'aider les autres avec ses propres projets et de promouvoir activement l'esprit d'équipe. Donc une nouvelle incitation à continuer de travailler au processus d'amélioration continue de Bell Food Group.

Bresc

Bénéficiaire optimalement des expériences du groupe avec TopX

Après s'être penchée dès 2020 sur des questions d'amélioration continue dans le secteur opérationnel, l'équipe de Bresc s'est lancée en 2022 dans TopX. Le gérant du site Arno Dominicus et l'expert TopX John Bosch témoignent de leurs expériences avec ce programme.

« La méthodique TopX s'est rapidement révélée pour nous comme étant plus rigoureuse que notre concept original. Du fait que nous impliquons aussi des secteurs comme l'approvisionnement, les RH, la vente ou le développement de produits, TopX dépasse chez nous les activités purement opérationnelles, ce qui renforce la collaboration inter-départements.

L'échange de connaissances est très importante pour nous. C'est pourquoi nous sommes en permanence à la recherche de bons exemples de la pratique, constatant que ce besoin est également présent chez d'autres collègues. Nous avons la chance d'avoir déjà de nombreuses personnes expérimentées à l'intérieur du groupe et nous essayons d'exploiter optimalement de ces expériences chez nous.

En plus de la rencontre à l'occasion du sommet Top X à Bâle, nous avons déjà eu plusieurs opportunités de nous échanger directement sur place. Ainsi, nous avons déjà visité le site de Bell Suisse à Zell. Là-bas, nous avons reçu une bonne impression de leur processus de production optimisé et acquis des connaissances dans le domaine du traitement de l'eau. Lors de visites aux sites d'Hilcona à Schaan et à Landquart, où nous avons été initiés à une méthode KAIZEN rapide, que nous avons ensuite instaurée chez nous avec succès.

En outre, la communauté Hügli TopX offre également une plateforme d'échange propre qui nous permet, en tant que groupe, de mieux nous atteindre et nous entraider. Cela a conduit à une bonne collaboration et à l'échange de connaissances.

Ce que nous en concluons : au sein de Bell Food Group, il y a déjà beaucoup de connaissances et d'expérience, ce qui nous ouvre la possibilité de nous améliorer et nous renouveler en permanence. »

Arno Dominicus, gérant du site, et John Bosch, expert TopX



Arno Dominicus, gérant du site de Bresc



John Bosch, expert TopX

Le championnat Jack-Daniel's Ensemble sur l'Olympe du barbecue

Quand plus de 40 000 visiteurs pullulent dans la petite ville de Lynchburg dans l'état américain du Tennessee, c'est de nouveau la période du « Jack Daniel's World Championship Invitational Barbecue », l'un des concours de barbecue les plus renommés du monde. Présente en octobre de cette année au « The Jack » : la « Bell's 1869 BBQ Team Switzerland » avec un concentré de compétences dans la viande et les grillades de chez Bell Food Group.

L'idée de participer cette année vient de Philipp Glauser, chef des conseillers culinaires chez Hügli, et de Davide Elia, directeur du marketing et de la communication d'entreprise chez Bell Food Group. « Nous nous sommes retrouvés sur un salon et nous sommes rappelés que c'est en 2015, à l'occasion de « The Jack », que nous nous sommes connus. Nous nous sommes accordés sur le fait que nous devons de nouveau participer », raconte Davide Elia. « Si suffisamment de professionnels qualifiés de Bell Food Group se proposent, nous devrions le tenter. »

Et c'est ce qui se produit : Philipp Glauser d'Hügli et Jeroen de Zwart de Bresc ainsi que Lorenz Wyss et Jan Schemmer de Bell Suisse, soutenus par les experts externes du BBQ Ueli Bernold, connu comme étant le cordon bleu du barbecue, et Peter Spörndli, se consacreront en parfaite alliance à la compétition.

« Tous les participants sont très excités depuis des semaines, comme nous participons pour gagner », déclare Philipp Glauser avec un clin d'œil. « Nous estimons que nous avons de particulièrement bonnes chances dans la catégorie « Cook's Choice », pour laquelle nous allons présenter un émincé de veau à la zurichoise. »

Pour que tous les autres plats réussissent aussi à point, plusieurs réunions auront lieu avant, pour tout planifier minutieusement. En effet, les 11 et 12 octobre, la meilleure collaboration est requise pour la « Bell's 1869 BBQ Team Switzerland ».

Soit dit en passant, l'équipe publiera pendant son voyage aux États-Unis toutes les actualités dans l'application My Bell Food Group. Tou-te-s les collègues Bell Food Group pourront donc partager virtuellement l'exaltation de nos ambassadeurs.



En bonne voie

La durabilité est mesurable

Là où est apposée l'étiquette « durabilité », les beaux discours ne sont pas loin. Cependant, la durabilité est mesurable noir sur blanc. Nous vous présentons trois exemples d'indicateur pour vous expliquer ce qui est mesuré et où en est Bell Food Group actuellement. • *ap*

Lorsqu'il s'agit de rendre la durabilité tangible, les indicateurs jouent un rôle éminent. Ils représentent une dimension mesurable et résultent d'objectifs découlant de la stratégie de durabilité de 2022 à 2026. Chez Bell Food Group, la durabilité est documentée et mesurée sur la base de plus de 50 indices. Chaque indice

est lié à un objectif. Des objectifs mesurables permettent une évaluation objective, sans l'influence d'une impression personnelle. Les indices permettent aussi de mesurer le progrès.

Un grand nombre de collaborateurs et collaboratrices dans différents secteurs d'activité de l'entreprise Bell Food Group est responsable de rendre régulièrement compte sur les différents indices. Ces collaboratrices et collaborateurs travaillent entre autres dans le controlling, la production, la vente et l'approvisionnement. Les données sont collectées et enregistrées de façon centralisée avant d'être élaborées pour la production de nombreuses analyses et comptes rendus destinés à servir de base d'information pour les parties prenantes internes et externes.

Mais comment mesurer et décrire en chiffres concrets la durabilité des activités d'une entreprise comme Bell Food Group ? À l'exemple de trois indicateurs, nous allons montrer quels objectifs sont poursuivis, quelles mesures sont prises pour les atteindre et quels sont les défis à relever.

Mais comment mesurer et décrire en chiffres concrets la durabilité des activités d'une entreprise comme Bell Food Group ? À l'exemple de trois indicateurs, nous allons montrer quels objectifs sont poursuivis, quelles mesures sont prises pour les atteindre et quels sont les défis à relever.

Bell Food Group mesure plus de 50 indicateurs de durabilité.

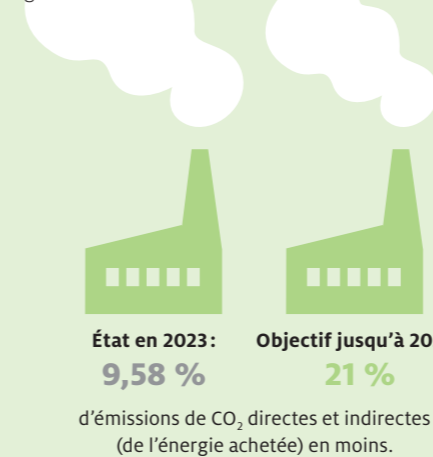
Un engagement personnel pour la durabilité

Si tous ces chiffres vous font bouillir la tête, inspirez profondément et allez prendre un bol d'air frais. On oublie souvent que des mesures présumées minimes et non mesurables par des chiffres peuvent aussi avoir un impact positif. Cela peut être par exemple le chemin au travail que l'on va parcourir à vélo, une utilisation économe de l'eau ou un bureau sans papier. Il y a peu de limites aux initiatives personnelles et c'est dans la somme de choses estimées minimes qu'il y a un grand potentiel que tous et toutes peuvent exploiter pour améliorer la durabilité de leurs actions, autant au travail qu'en dehors.

Réduction des émissions de gaz à effet de serre

Bell Food Group a l'intention de réduire ses émissions propres de gaz à effet de serre ainsi que de l'énergie achetée de 21% jusqu'en 2026. L'objectif annuel de réduction est de 4,2% ce que l'entreprise n'a pas tout à fait atteint en 2023, avec une réduction effective de 3,6%. Le passage de vecteurs énergétiques fossiles aux énergies renouvelables est un facteur clé pour l'atteinte de cet objectif.

Actuellement, 29 centrales photovoltaïques sont en projet ou déjà construites. Les pompes à chaleur haute pression, remplaçant les chauffages au fioul précédemment utilisés pour chauffer l'eau dans la production, sont l'un des nombreux exemples de comment il est possible de réduire les émissions de CO₂ avec des mesures visant également à l'amélioration de l'efficacité. Mais également l'utilisation des rejets thermiques d'installations de refroidissement ou la mise en œuvre de nouvelles installations de production plus efficaces peuvent dans une large mesure contribuer à la réduction des émissions.



Davantage de labellisations pour le bien-être animal

Les labels offrent une base de décision d'achat et témoignent d'une plus-value. Pour les animaux, cela signifie des conditions d'élevage améliorées, par exemple davantage d'espace, un accès à des espaces extérieurs et davantage de lumière diurne. Les labels inspirent la confiance. Pour que les consommateurs et consommateurs puissent faire confiance à un label, des instances indépendantes doivent contrôler si les directives liées au label sont respectées par les exploitations agricoles.

État en 2023 :

34,78 %

Objectif jusqu'à 2026 :

37 %

des matières premières d'origine animale sont certifiées par un label de bien-être animal.



État en 2023: 0,27% Objectif jusqu'à 2026: < 1%

de déchets alimentaires liés aux produits fabriqués et emballés.

L'objectif a été atteint en 2023.

Moins de déchets alimentaires pour les produits prêts à la vente

Tout aliment atterrissant dans les ordures est un déchet. Bien qu'une grande partie des pertes est imputable aux chaînes de valeur ajoutée en aval ainsi qu'aux consommateurs et consommatrices, les déchets alimentaires se produisent aussi dès les stades de la production et de l'emballage, sans parvenir jusqu'à la vente, pour diverses raisons. Comptent parmi ces raisons une mauvaise planification, une surproduction, un entreposage trop prolongé ou bien des erreurs dans la production ou le processus d'emballage.

Cela a pour effet que des marchandises sont invendables et donc sont transmises à d'autres processus, utilisées à fins caritatives ou, dans le pire des cas, mises au rebut. Bell Food Group s'est donné pour objectif de réduire la proportion d'aliments invendus jusqu'en 2026 à moins de 1%, ce qu'elle a déjà atteint en 2023, avec une proportion de déchets alimentaires de 0,27%. Inversement, cela signifie que plus de 99% des produits de fabrication arrivent jusqu'à la vente. L'intention est de maintenir cette proportion de déchets alimentaires dans les années à venir.

Bell Food Group se soucie d'étendre en permanence son assortiment de produits animaux et végétaux labellisés et présentant une plus-value. L'un des défis liés est de communiquer aux consommateurs et consommatrices les raisons justifiant un prix plus élevé. Dans l'approvisionnement, Bell s'est donné pour objectif jusqu'en 2026 que 37% de toutes les matières premières d'origine animale entrant dans sa production soient certifiées par un label de bien-être animal. En 2023, la proportion de produits labellisés s'est élevée à déjà 34,78%.

Des Special Cuts réussis avec la cuisson sous-vide

L'ASTUCE DE L'EAU CHAUDE

« Rôtir un steak dans la bavette ou braiser des joues de bœuf ? Ça va sûrement mal tourner ! » Tous ceux qui souhaitent avoir plus d'assurance dans la préparation de la viande devraient essayer une fois la méthode de cuisson sous vide. En effet, cette variante de la cuisson à basse température permet même aux personnes inexpérimentées de réussir des morceaux de viande tendres au goût très riche. • *mr*

La préparation d'aliments « sous vide » n'est pas une nouvelle tendance. Dans les années 1970 déjà, le chef français George Pralus faisait cuire lentement des plats emballés hermétiquement dans de l'eau chaude, ce qui lui vaut d'être considéré comme le père de cette méthode.

Cuisinières et cuisiniers amateurs ont également adopté le sous-vide.

Sans cesse affinée, cette méthode a gagné en popularité ces dernières années, en particulier pour la préparation de la viande dans la restauration. Et cuisinières et cuisiniers amateurs ont également adopté cette méthode de cuisson depuis longtemps.

Pour une bonne raison, car il n'y a guère d'autre mode de cuisson qui préserve le goût de manière aussi authentique et intense. Des épices, des herbes et autres arômes apportent également des saveurs supplémentaires. De plus, la viande, en particulier, devient particulièrement tendre et les nutriments sont mieux préservés qu'avec d'autres techniques de cuisson.

Tout cela est dû au fait que, lors de la cuisson sous vide, les aliments sont lentement portés à la température à cœur souhaitée dans un bain-marie à basse température. Les températures ne dépassent généralement pas les 100 degrés. Les temps de cuisson sont souvent de l'ordre de quelques heures.

La chaleur du bain-marie agit de façon homogène et très directe sur la viande, le poisson ou encore les légumes et les fruits. Si l'on souhaite obtenir des arômes grillés et des croûtes qui croustillent, on saisit, grille ou caramélise l'aliment brièvement et rapidement à la fin du processus sous vide.

Il existe des ustensiles de cuisine pratiques, comme les appareils de mise sous vide et les cuiseurs sous vide, aussi bien pour l'emballage hermétique des aliments que pour le bain-marie à température constante. On peut toutefois essayer cette méthode, même sans posséder d'équipement supplémentaire. LOOK! a rassemblé quelques conseils à cet effet.



TOUT EN SACHET

La première étape de la cuisson sous vide consiste à mettre les aliments sous vide. Si vous ne souhaitez pas acheter un appareil spécial, vous pouvez utiliser un sachet ziplock en plastique. Pour ce faire, fermez le sachet à environ un centimètre et placez-le délicatement dans une grande casserole d'eau. Lorsque l'air s'est complètement échappé sous la pression de l'eau, vous pouvez fermer le sachet. Il est important de choisir un sachet adapté aux denrées alimentaires et résistant à la chaleur.

Conseil :

Bon nombre de boucheries et rayons de viande dans les commerces de détail sont équipés d'appareils de mise sous vide et peuvent vous emballer hermétiquement le morceau de votre choix directement quand vous l'achetez.

DE LA POITRINE DE BŒUF À LA CAROTTE

Outre les cuissons courtes comme pour les steaks, la méthode sous vide convient particulièrement bien à tous les morceaux riches en collagène, comme les joues de bœuf ou la poitrine de bœuf. En effet, le long temps de cuisson permet au collagène dur de se transformer en gélatine crémeuse, rendant ainsi la viande juteuse et tendre.

La cuisson sous vide est donc idéale pour les Special Cuts que l'on n'oserait sinon à peine préparer par crainte d'un résultat trop dur.

Les légumes comme les carottes, les betteraves et le brocoli, ainsi que les fruits tels que les prunes, les pêches et les fraises, se prêtent également à la cuisson sous vide. Cette méthode de cuisson permet d'expérimenter avec de nouvelles notes gustatives, car aucun arôme ne sera perdu dans l'eau.

DES ARÔMES SUPPLÉMENTAIRES SONT AJOUTÉS AUX ALIMENTS

La cuisson sous vide est idéale pour aromatiser la viande avec des épices et des herbes par exemple. En fait, tout ce que vous utilisez habituellement pour assaisonner vos plats peut être mis dans le sachet.

Mais attention ! Dans l'ensemble, il convient d'assaisonner avec un peu plus de circonspection, car les arômes sont nettement plus stables avec cette cuisson. Dans de nombreuses recettes, on ajoute également un peu d'huile ou de beurre.

La cuisson sous vide est également possible dans les robots de cuisine avec fonction cuisson.

LA CASSEROLE ET LE THERMOMÈTRE, UN TRAVAIL D'ÉQUIPE

La cuisson sous vide consiste à porter l'aliment à la température à cœur souhaitée. Pour cela, il existe dans le commerce des appareils tels que les cuiseurs ou les sticks sous-vide. Cependant, il est également possible d'utiliser l'équipement que l'on trouve généralement dans la plupart des cuisines : une grande casserole, un thermomètre à viande et un four à chaleur tournante.

D'abord, l'eau est chauffée dans la casserole à la température souhaitée. Le four est également préchauffé à cette même température. Le sachet contenant l'aliment à cuire est ensuite placé

dans l'eau de manière à ce que l'eau l'entoure complètement. S'il flotte, utiliser un poids pour le lester.

La casserole fermée est maintenant placée dans le four. Ne vous inquiétez pas si le four ne se règle que par paliers de dix degrés : quelques degrés de

plus ou de moins ne feront pas une grande différence. Si l'on dispose d'un thermomètre à rôtir sans fil connecté à une application, on peut le mettre sous vide en même temps que la viande.

Ainsi, on garde toujours un œil sur la température à cœur. Il est toutefois toujours possible de vérifier la température de l'eau avec un thermomètre classique.

TROP LONGTEMPS, C'EST IMPOSSIBLE

Les temps et températures de cuisson sous vide varient en fonction de plusieurs facteurs, notamment le type et la découpe de la viande, ainsi que la taille du morceau. Une règle à observer : l'eau doit être maintenue à la température à cœur souhaitée afin que la viande se réchauffe lentement jusqu'à cette température.

Des informations à ce sujet pour presque toutes les découpes sont disponibles sur Internet. Voici maintenant un autre grand avantage de cette méthode de cuisson : une fois que la viande a atteint sa température à cœur, il est pratiquement impossible de la faire trop cuire. Ceci explique pourquoi cette technique est idéale pour la préparation de menus. La viande reste tout simplement dans l'eau chaude jusqu'au dressage du plat.

NOTRE CONSEIL POUR COMMENCER : DE L'ONGLET SOUS VIDE

Les ingrédients

1 morceau d'onglet (env. 600 g)

1 gousse d'ail

2 branches de romarin

un peu de beurre ou d'huile d'olive

1 pincée de sel

Voilà comment faire : couper la viande en deux le long du tendon central pour l'enlever complètement. Frotter les deux morceaux de viande avec la gousse d'ail pressée, ensuite saler un peu, mettre la viande dans le sachet avec la graisse et le romarin, puis mettre sous vide. Laisser mariner toute la nuit au réfrigérateur pour faire ressortir tous les arômes.

Faire chauffer une casserole d'eau entre 47 et 58 degrés., selon la cuisson souhaitée des steaks finis (basse pour un steak saignant, plus élevée pour une cuisson à point). Enfourner le sachet sous vide et faire cuire à la température appropriée pendant environ six heures. Selon l'équipement de la cuisine, il est bien sûr possible d'utiliser des cuiseurs sous vide ou à vapeur pour ces étapes.

Retirer ensuite les morceaux de viande, les éponger avec du papier absorbant et les saisir très vite à feu vif sur toutes les faces à température élevée. Laisser reposer un peu pour que le jus de viande puisse à nouveau se redistribuer. Servir.

LA FINALE SOUS LE FEU

Après la cuisson, il faut griller, rôtir, cuire au four ou caraméliser. La plupart des aliments nécessitent une préparation supplémentaire, qui leur donne un goût de grillé ou leur confère une croûte croustillante. Toute méthode de cuisson permettant de produire une chaleur intense convient.

Si l'on pouvait auparavant prendre son temps, il faut désormais faire preuve de rapidité. En effet, la viande n'est vraiment grillée que très brièvement afin qu'elle ne soit pas trop cuite. Le mieux est de tamponner rapidement la surface avec du papier absorbant pour bien la sécher.

Conseil :

Le jus de viande qui s'est formé dans le sachet au goût également intense constitue la base parfaite pour une sauce d'accompagnement.



Une diversité en couleur pour les jours plus frais

Les tendances automnales de l'année

Alors que les smash burgers végétaliens conquièrent la gastronomie, la raclette connaît un renouveau avec de nouveaux ingrédients. Et bien sûr, les salades et les fruits restent des sources de vitamines en vogue pendant la saison fraîche. Les plaisirs variés ne passent jamais de mode. • *mr*

Bell Suisse À table pour bavarder dans le chalet

Se réunir en famille ou entre amis autour de la raclette, c'est ce à quoi Bell invite ses clients et clientes suisses. Les nouveaux « cervelini », « chipolatas » et « burgers » de la « Raclette Edition » varient les plaisirs autour du gril de table. Par ailleurs, le nouveau « cordon bleu » prouve que le fromage à raclette fait fureur non seulement en garniture, mais aussi comme farce.



Bell Suisse Petit plaisir qui croustille

Ceux qui aiment le croustillant à l'extérieur et le juteux à l'intérieur peuvent se réjouir de deux autres nouveautés de Bell Suisse cet automne. Avec les « Pork Nuggets », il existe désormais une variante croustillante de ce snack très apprécié, à base de la meilleure viande de porc suisse. Les mini-burgers séduisent par l'alliance de la meilleure viande de bœuf suisse et d'une panure épiciée. Tout aussi délicieux sur un buffet de fête que simplement pour assouvir une petite faim : les nouveaux « cevapcici » légèrement épicés, avec des jalapeños au goût fruité et du cheddar crémeux.

The Green Mountain Zéro viande – vraiment smashed

Avec le « Plant-based Smash Burger », The Green Mountain aide ses clients de la restauration à proposer un nouveau plat végétalien sur leur carte de menu. Les boulettes sont aplaties sur la plaque chaude lors de la préparation. La surface étant ainsi élargie, cela permet d'obtenir une croûte caramélisée et d'intensifier le goût. Vraiment délicieux !



Eisberg Autriche Et maintenant, des fruits

Eisberg Autriche met de la couleur dans les commerces de détail. Les trois nouvelles coupes de fruits « Ananas », « Mangue » et « Green Mix » s'affichent en jaune, en orange et en vert, tout comme leur contenu. Tout est prêt, il ne reste plus qu'à savourer ces vitamines colorées pour une bonne dose d'énergie en plus.



Eisberg Suisse Plus qu'une simple salade

Que ce soit pour un barbecue automnal ou un pique-nique en forêt, le nouveau bowl de salade « Courge et fromage de chèvre » est un compagnon tout de frais qui rassasie pour s'adonner à de nombreuses activités. Pour rehausser cette nouvelle salade, des raisins juteux et sucrés viennent s'ajouter à la courge double beurre grillée et au fromage de chèvre crémeux.

Hügli Concentration, s'il vous plaît!

Avec quatre nouveaux fonds concentrés à base de bouillons réduits, Hügli offre à ses clients restaurateurs plus de liberté pour exprimer leur créativité culinaire. Les « fond de bœuf », « fond de volaille », « fond de légumes » et « fond de poisson » sont déjà en vente dans la région DACH et seront bientôt déployés dans les autres pays de distribution de Hügli.



Primé par le « Lebensmittel Zeitung » Abraham est la Top-Marke 2024

Bonne nouvelle pour Abraham : La marque a été désignée pour la première fois « Top-Marke 2024 » par le magazine Lebensmittel Zeitung.



L'institut d'études de marché CPS GfK a analysé les préférences de la clientèle allemande pour le magazine « Lebensmittel Zeitung » par le biais d'un vaste panel de consommateurs et consommatrices. Des critères tels que l'évolution du chiffre d'affaires et le nombre d'acheteurs de quelque 5 000 marques de produits ont été analysés. Le résultat : Abraham a gagné environ 885 000 nouveaux acheteurs l'an dernier, ce qui représente une augmentation de douze pour cent.

Douze pour cent de clientèle en plus pour Abraham

Depuis juillet, les emballages pliables, qui présentent cette distinction sur leur face avant, montrent désormais qu'Abraham fait partie des « Top Marques 2024 ». Comme ces labels attirent davantage l'attention, ils devraient attirer de nouvelles clientes et clients. • *mr*

Diversité de la clientèle au sein du Bell Food Group

Les clients satisfaits deviennent des partenaires pour la vie

De la rencontre de célébrités au parc de loisirs : les clients du Bell Food Group sont aussi variés et novateurs que les produits qui leur sont livrés. Un petit aperçu de la grande diversité de la clientèle. • ap

Eisberg en Autriche, Pologne, Roumanie, Suisse et Hongrie

McDonald's – le restaurant familial et son histoire

À la fin des années 1970, alors qu'il n'existait que peu d'entreprises comme Eisberg, les employé(e)s coupaient eux-mêmes la salade dans les restaurants. Pour des raisons de sécurité alimentaire et de traçabilité et pour alléger la charge de travail des employé(e)s du restaurant, McDonald's a commencé à commander de la salade pré-découpée chez Eisberg. Aujourd'hui, que l'on commande un burger en Suisse, en Pologne, en Autriche, en Hongrie, en Roumanie ou en Moldavie, on croque dans des feuilles de salade craquantes fournies par Eisberg.

Pour McDonald's, il est très important que le client vive chaque fois la même expérience lorsqu'il mange dans chacun de ses restaurants. Comme il s'agit d'un produit cultivé en plein air, les collaborateurs et collaboratrices d'Eisberg doivent faire preuve d'une vigilance accrue afin de garantir que chaque livraison du produit final maintienne une qualité et un goût constants.

Et Ronni Diepstraten d'affirmer : « Je suis toujours un peu fier d'acheter un burger dans un pays que nous fournissons. Même si la portion de salade sur un Big Mac n'est pas vraiment élevée, un Big Mac sans Eisberg n'est pas un Big Mac ! ».



Eisberg en Roumanie

Kaufland – l'une des principales chaînes de distribution en Europe

Le distributeur allemand Kaufland a ouvert sa première filiale en Roumanie en 2005. Aujourd'hui, elle est représentée par environ 180 supermarchés dans le pays et figure parmi les marques les plus influentes du commerce de détail, avec plus de 1 500 magasins dans toute l'Europe. Nicoleta Scarlat, responsable des ventes et du marketing chez Eisberg en Roumanie, déclare : « Au fil des ans, Kaufland s'est révélé être l'un de nos trois meilleurs clients et l'un des plus ouverts aux nouveautés et au développement ». Les supermarchés de Roumanie et de Moldavie proposent toute la gamme de produits Eisberg comme les mélanges de salades, les salad bowls, les salades non lavées et les sauces et vinaigrettes.

Pour Nicoleta Scarlat, les défis de l'entreprise sont principalement liés à l'infrastructure roumaine et à la disponibilité des matières premières. « Notre taux de réussite de plus de 90 % nous rend toutefois fiers », dit-elle, se réjouissant de la collaboration de longue date avec Kaufland. « Nous fournissons Kaufland depuis le premier jour en Roumanie, et pour nous, cette entreprise incarne véritablement ce qu'est un partenaire ».



Bell en Allemagne

Le Sansibar – sans doute le restaurant le plus connu sur l'île de Sylt

Le Sansibar et l'île de Sylt en mer du Nord ne vont pas l'un sans l'autre. Ce lieu de rencontre des célébrités est également surnommé « le refuge le plus au nord d'Allemagne » en raison de son charme rustique et terre à terre. Avec ses quelque 410 places assises (à l'extérieur et à l'intérieur), le Sansibar est sans doute le restaurant le plus connu de Sylt, une île aux longues plages et à la nature impressionnante.

Une collaboration éprouvée depuis plus de 15 ans

La collaboration entre Bell Allemagne et ce restaurant de renom a fait ses preuves depuis plus de 15 ans. L'ambiance rustique et conviviale du restaurant, son offre culinaire, ainsi que la vue imprenable sur la mer du Nord en font un lieu de prédilection, et pas seulement pour les célébrités. Au cœur des dunes, le Sansibar vous accueille avec une combinaison unique de salle d'auberge et de restaurant de luxe. Le jambon fermier, le jambon fumé de campagne et le jambon ibérique espagnol de Bell ne sont pas seulement appréciés par les riches et les belles, mais par tous les gourmets du monde entier sur l'île la plus magnifique d'Allemagne.



Bell en Suisse

Tournoi ATP Swiss Indoors – l'élite mondiale sur le court de tennis

Chaque automne, les meilleurs joueurs de tennis du monde se retrouvent aux Swiss Indoors de Bâle. Ce tournoi, considéré comme le troisième plus grand événement en salle au monde, attire un public international dans la ville rhénane. Les produits Bell, tout comme ceux de Hilcona et Hügli, se frayent leur chemin vers ce spectacle de tennis via Transgourmet. « Pour nous, c'est un événement très spécial. Des amitiés sont nées de cette longue collaboration. Nous mettons tout en œuvre pour que les spectateurs se sentent à l'aise », explique Marcel Allemann, responsable des ventes Food Service et Industrie.

Les produits (saucisses à griller, hot-dogs, effilochés de porc, canapés et divers ingrédients pour les sandwiches) sont livrés dans les différents espaces de restauration du grand événement. « On peut donc tout à fait s'attendre à ce que les joueurs de tennis savourent également nos produits », relate Micha Roth, chef de projet Marketing Services. L'un des grands défis à relever est l'interdiction de faire des grillades dans le hall. « Notre saucisse pré-grillée est simplement réchauffée lors de l'événement, mais elle doit avoir le même goût que si elle venait d'être grillée à l'instant même », explique Marcel Allemann. Les chiffres montrent que l'on est sur la même longueur d'onde en ce qui concerne le goût. L'année dernière, près de 7 500 saucisses Bell ont été servies aux visiteurs, aux bénévoles et, qui sait, à l'une ou l'autre légende du tennis lors des Swiss Indoors. Bon à savoir : Bell ne se contente pas de mettre du goût dans les assiettes, Bell est également le partenaire officiel des Swiss Indoors depuis le premier tournoi en 1970 et jusqu'à aujourd'hui.

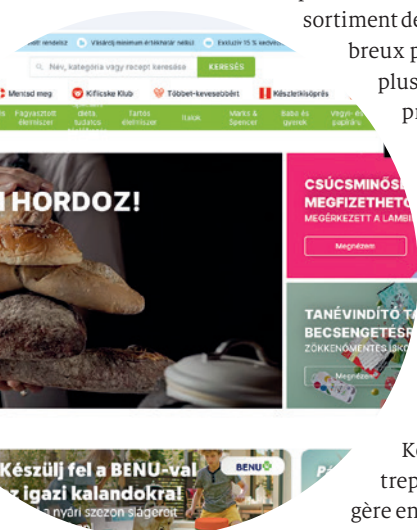


Eisberg en Hongrie
Kifli – L'épicerie en ligne hongroise pour la fraîcheur et la qualité

Kifli.hu est la première épicerie en ligne de Hongrie et veut livrer la qualité et la fraîcheur à la porte de ses clients. Fondée en 2019, l'entreprise propose un large choix de près de 14 000 produits. Depuis le milieu de l'année 2020, l'assortiment de Kifli comprend également de nombreux produits Eisberg. « Nos produits les plus vendus appartiennent au segment premium – jeunes pousses lavées, mélange de jeunes pousses bio, Reine des glaces découpée et nos mélanges de salades en double portion premium. Notre saladier Eisberg Chicken Caesar est l'un des articles les plus vendus, nous avons récemment lancé les huiles pour salades Eisberg et les mélanges prêts à l'emploi Eisberg », explique Gábor Györy, Key Account Manager. Le grand entrepôt d'expédition de Kifli à Budapest gère environ 5 000 livraisons par jour.

Gábor Györy cite comme défi pour Eisberg les critères de contrôle plus stricts que la moyenne lorsqu'il s'agit de la qualité des produits. À certaines périodes de l'année, lorsque les conditions météorologiques extrêmes affectent davantage la qualité des matières premières, des mesures supplémentaires doivent être prises pour satisfaire à ces critères. Les équipes qualité des deux parties collaborent alors étroitement.

les critères de contrôle plus stricts que la moyenne lorsqu'il s'agit de la qualité des produits. À certaines périodes de l'année, lorsque les conditions météorologiques extrêmes affectent davantage la qualité des matières premières, des mesures supplémentaires doivent être prises pour satisfaire à ces critères. Les équipes qualité des deux parties collaborent alors étroitement.



Hügli en Autriche
Lagardère Travel Retail Austria – le compagnon de voyage au bon goût

Lagardère Travel Retail entend offrir aux voyageurs une expérience d'achat inoubliable à l'aéroport. En Autriche, Lagardère Travel Retail Austria s'est spécialisé dans la restauration. L'entreprise est représentée dans les grands aéroports et gares du pays, à Vienne, Graz, Salzbourg et Innsbruck par 33 établissements et quelque 480 collaboratrices et collaborateurs.

Au cours de ces dernières années, Hügli en Autriche a constamment renforcé sa collaboration. Il y a de plus en plus de livraisons de produits frais Bresc et de produits de base, qui jouent un rôle crucial dans la simplification des processus culinaires tout en assurant un résultat optimal pour le consommateur final. « En plus des points de vente de l'aéroport, nous approvisionnons également les restaurants du personnel et bien d'autres encore », explique Wolfgang Eder, Key Account Manager chez Hügli.



Hügli en Allemagne
Europa-Park – vivre des loisirs au potentiel d'addiction

Le plus grand parc d'attractions d'Allemagne, Europa-Park à Rust, a été élu à plusieurs reprises meilleur parc d'attractions du monde. Chaque année, il attire plus de six millions de visiteurs, venus d'Allemagne, de France et de Suisse. Et pour savourer pleinement les plaisirs, une multitude de restaurants chaque fois différents attendent les visiteurs.

Chaque année, 1,6 million de burgers sont servis à Europa-Park, 600 tonnes de frites sont cuites, 52 tonnes de sauce bolognaise sont préparées et 378 000 morceaux de pizza sont enfournés. Depuis cinq ans,



EUROPA PARK

Hügli et ses produits Bresc garantissent la rondeur en bouche. Les établissements de restauration du parc d'attractions les utilisent pour diverses recettes et plats, forgeant ainsi une expérience inoubliable à Europa-Park. « Nous sommes actuellement en train de déguster nos nouveaux fonds concentrés ainsi que les nouveaux produits Glace de Viande, Demi-Glace et Brasato al Barbera », déclare Jean Philippe Yannic, directeur des ventes B2B Food Service Service extérieur Allemagne, à propos du partenariat entre Europa-Park et Hügli.

Anniversaires de service et départs en retraite d'octobre à décembre 2024

« Nous avons même plié nous-mêmes les cartons. »

40 années de service

Benno Eggenschwiler

Fonction : Ancien directeur financier, DSI, actuellement mandats informatiques

Unité : Eisberg

Site : Dällikon



Nadine Groell

Fonction : Agente d'exploitation dans la préparation des commandes

Unité : Bell Suisse

Site : Bâle



Eva Mayer

Fonction : Conductrice de machine pour le conditionnement de boîtes

Unité : Inter-Planing (Hügli)

Site : Langenhaslach

Qu'est-ce qui vous a motivé-e-s à postuler chez Bell il y a 40 ans ?

Nadine Groell : J'étais en train d'effectuer un apprentissage d'« étalière » (vendeuse de charcuterie) en France. Mes voisins, qui travaillaient tous les deux chez Bell, m'ont recommandé de postuler chez Bell et j'ai été employée comme vendeuse à la « Halle centrale » de Bâle. Lorsque les filiales ont été vendues, mon chef m'a offert un emploi dans la production.

Benno Eggenschwiler : Je connaissais le fils du propriétaire de l'époque, qui m'a demandé si je voulais aider à instaurer le premier système informatique dans sa petite entreprise de production. J'ai pu ainsi financer mes études. Je n'ai jamais dû poser de candidatures. L'idée d'installer des ordinateurs en pleine cambrousse était pour moi attrayante et c'était exactement ma passion.

Qu'est-ce qui a le plus changé en 40 ans ?

Eva Mayer : Avant, il y avait beaucoup de travail manuel : nous avons rempli, emballé, étiqueté et même plié les cartons nous-mêmes. De nos jours, ce sont ces robots qui prennent la plupart de ces tâches en charge. Notre travail consiste maintenant principalement à contrôler, superviser et documenter. De plus, avant, pour les soupes, nous avons mélangé deux préparations préfabriquées pour ensuite les conditionner. Maintenant, nous ne nous occupons plus de mélanger et de faisons que remplir des mélanges prêts.

Qu'est-ce qui n'a pas changé au cours de toutes ces années ?

Benno Eggenschwiler : La pression quotidienne dans une fabrique de produits ultra-frais est restée la même, les fenêtres de temps ont à peine changé. Le manque de main d'œuvre si souvent évoqué a toujours été présent, il n'y a en fait jamais eu suffisamment de main d'œuvre. Nous avons toujours été obligé-e-s de former nous-mêmes dans notre entreprise.

Eva Mayer : Les exigences de propreté et d'hygiène ont toujours été au premier plan. Mais, alors que nous avons avant nettoyé les pièces de machines à la main, nous avons de nos jours une laveuse industrielle qui nous allège grandement le travail.

Y a-t-il des personnes avec lesquelles vous avez collaboré particulièrement étroitement ?

Eva Mayer : Bien que nous venions du même endroit, j'ai réellement fait la connaissance de ma collègue, madame Bauer, seulement ici. Nous avons collaboré pendant 38 ans et sommes de plus devenues des amies. Elle est partie l'an dernier en retraite, mais nous téléphonons régulièrement ou nous nous rencontrons pour une promenade. Je lui raconte alors ce qu'il y a de nouveau dans l'entreprise.

Quel événement vous restera toujours en mémoire ?

Nadine Groell : Pour les 150 ans de Bell, le site de la division Viande fraîche a organisé une excursion à la Cité du Train à Mulhouse avec visite et dîner. Je m'en souviens encore bien. Toute l'usine y était présente !

Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre activité ?

Nadine Groell : Je suis fière de faire partie de Bell. C'est une entreprise sérieuse et durable, qui m'offre un emploi sûr, cela depuis 40 ans.

Quels conseils donneriez-vous aux jeunes collègues pour leur carrière ?

Benno Eggenschwiler : Utilisez toute opportunité de formation continue. Le métier que vous avez appris aura évolué jusqu'à votre retraite. Investissez dans votre santé. Autant que possible, réduisez votre chemin au travail : le temps et l'argent économisés vous appartiendront.

Les entretiens intégraux avec les trois employé-e-s fêtant leur anniversaire de travail seront publiés au cours des semaines à venir sur my Bell Food Group.

Personnel

20 années de service

Joaхим Beck • 1 ^{er} octobre, Hügli, Radolfzell
Nelly Berthon • 1 ^{er} octobre, Bell France, Teilhède
Daniel Böhny • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Bâle
Mohan Ratnasabapathy • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Oensingen
Nuriye Sancak • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Pensri Turakit Beck-Turakit • 1 ^{er} octobre, Eisberg, Dällikon
Gordana Stein • 4 octobre, Hügli, Radolfzell
Sonja Züger • 4 octobre, Hilcona, Schaan
Isaac Umado • 5 octobre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Andreas Grossmann • 11 octobre, Bell Suisse, Oensingen
Roger Peier • 11 octobre, Bell Suisse, Bâle
Alain Drummer • 25 octobre, Bell Suisse, Bâle
Houmad Ait Baoune • 1 ^{er} novembre, Bell Suisse, Oensingen
Ricardo Filipe Dos Santos Brito Bento • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Angelo Manuel Ferreira de Azevedo • 1 ^{er} novembre, Bell Suisse, Cheseaux
Almiro Hauser • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Thorsten Hoffmann • 1 ^{er} novembre, Hügli, Radolfzell
Touria Lamhamdi • 1 ^{er} novembre, Eisberg, Dällikon
Milena Milekic • 1 ^{er} novembre, Eisberg, Dällikon
Srdjan Jovic • 3 novembre, Frisch Express, Pfaffstätt
Haris Kadic • 4 novembre, Geiser, Geiser
Domingos Agostinho Ferreira Ribeiro • 15 novembre, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Carmen Luisa Gomes da Silva • 15 novembre, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Jean-Julien Simler • 15 novembre, Bell Suisse, Bâle
Anna Górecka- Łabądz • 30 novembre, Bell Pologne, Niepołomice
Senad Causevic • 1 ^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Werner Hirt • 1 ^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Boujema a Homaïd • 1 ^{er} décembre, Bell Suisse, Oensingen
Biago Natoli • 1 ^{er} décembre, Hilcona Gourmet, Orbe
Christian Schmid • 1 ^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Marc Stampfli • 1 ^{er} décembre, Bell Suisse, Oensingen
Adam Kobsik • 6 décembre, Hügli, Radolfzell
Gabriele Rebert • 8 décembre, Hügli, Radolfzell
Gloria Milic-Marinkovic • 20 décembre, Bell Suisse, Cheseaux
Damien Simet • 20 décembre, Bell Suisse, Bâle
Veysi Kahraman • 27 décembre, Hügli, Radolfzell
Maciej Banasiak • 31 décembre, Bell Pologne, Sopot
Anna Eichwald • 1 ^{er} octobre, Bell Allemagne, Edewecht
Michael Kerbstadt • 18 octobre, Bell Allemagne, Harkebrügge
Christina Sievers • 15 novembre, Bell Allemagne, Edewecht
Larissa Eirich • 1 ^{er} octobre, Bell Allemagne, Harkebrügge
Wilfried Kramer • 1 ^{er} octobre, Bell Allemagne, Edewecht

25 années de service

Juan Alonso Mouzo • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Arsim Asani • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Oensingen
Ceryani Can • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Bâle
Abraham Ess • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Angelika Koch • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Andreas Krenn • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Oemer Suicmez • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Rajiny Thiyagarajah • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Bâle
Philippe Collonge • 4 octobre, Bell Suisse, Cher-Mignon
Christine Messmer • 4 octobre, Bell Suisse, Oensingen
Ursula Bachmann • 1 ^{er} novembre, Geiser, Geiser
Susanne Bochsler • 1 ^{er} novembre, Eisberg, Dällikon
Elvira Meyer • 1 ^{er} novembre, Bell Suisse, Bâle
Jean-Pierre Mougïn • 1 ^{er} novembre, Bell Suisse, Bâle
Ulrike Studer • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Ali Tedik • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Albert Gotzmann • 1 ^{er} novembre, Hügli, Radolfzell
Harald Baumann • 15 novembre, Bell Suisse, Oensingen
Wolfgang Mayer • 15 novembre, Inter-Planing, Langenhaslach
Pilar Perez • 16 novembre, Geiser, Geiser
Dragoslav Ivanovic • 22 novembre, Bell Suisse, Cheseaux
Martine Blonde • 1 ^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
Genita Fialho Elias • 1 ^{er} décembre, Eisberg, Dällikon
Michael Peier • 1 ^{er} décembre, Bell Suisse, Bâle
René Ruedisser • 1 ^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Ove Masekowsky • 3 décembre, Hügli, Radolfzell
Ines Eggenschwiler • 6 décembre, Eisberg, Dällikon
Reto Kaufmann • 13 décembre, Bell Suisse, Zell

30 années de service

Christian Haenggi • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Cher-Mignon
Aferdita Mehmeti-Avdiu • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Oensingen
Marilia Teixeira Carvalho • 1 ^{er} octobre, Hilcona, Schaan
Borce Stojanoski • 3 octobre, Bell Suisse, Bâle
Gabriele Sander • 10 octobre, Hügli, Radolfzell
Maria Marques Mendes • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Peter Schmidheiny • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Norbert Hajesch • 8 novembre, Hügli, Radolfzell
Fritz Ohrmann • 1 ^{er} décembre, Hügli, Radolfzell
Wolfram Perle • 1 ^{er} décembre, Hilcona, Schaan
Fatima Ajanovic • 5 décembre, Bell Suisse, Bâle
Andreas Röben • 10 octobre, Bell Allemagne, Edewecht
Guennadi Konnov • 2 novembre, Bell Allemagne, Edewecht

35 années de service

Andreas Hurni • 16 octobre, Bell Suisse, Oensingen
Monika Hiller • 23 octobre, Inter-Planing, Langenhaslach
Thomas Müller • 30 octobre, Bell Suisse, Zell
Bianca Eisler • 1 ^{er} novembre, Hilcona, Schaan
Mario Ramseier • 2 novembre, Bell Suisse, Oensingen
Bertrand Kaiser • 13 novembre, Bell Suisse, Bâle

40 années de service

Benno Eggenschwiler • 1 ^{er} octobre, Eisberg, Dällikon
Jean-Luc Rasser • 1 ^{er} octobre, Bell Suisse, Bâle
Nadine Groell • 8 octobre, Bell Suisse, Bâle
Eva Mayer • 5 novembre, Inter-Planing, Langenhaslach

Christian Haenggi

Vous trouverez des offres d’emploi à l’adresse : bellfoodgroup.com/fr/carriere/

Christian Haenggi

Note de la rédaction :

Dans le dernier numéro, nous avons indiqué Marchtrenk comme étant le site des quatre employé-e-s de Hügli fêtant leur anniversaire de service, ce qui est erroné. Le site autrichien de Hügli se trouve à Hard. Marchtrenk est un site d’Eisberg.

Départs en retraite anticipée

Nathalie Gillet • 31 août, Bell Suisse, Bâle (<i>addendum</i>)
Thayananthan Nagalingam • 31 août, Bell Suisse, Zell (<i>addendum</i>)
Javier De La Cierva Galnares • 23 octobre, Bell Espagne, Fuensalida
Juan Salguero Iglesias • 24 octobre, Bell Espagne, Casarrubios del Monte
Bernadette Sylvianne Jacqueline Mouget Gaume • 31 octobre, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Simone Hertrich • 30 novembre, Bell Suisse, Bâle
Beat Mühlethaler • 30 novembre, Bell Suisse, Oensingen
Urs Uebelhard • 31 décembre, Bell Suisse, Oensingen

Christian Haenggi

Départs en retraite

Manfred Fischer • 30 juin, Frisch Express, Pfaffstätt (<i>addendum</i>)
Gerhard Kranawendtner • 30 juin, Eisberg, Marchtrenk (<i>addendum</i>)
Mario Romain • 30 juin, Hügli, Radolfzell (<i>addendum</i>)
Rosa Roider • 31 juillet, Hubers Landhendl, Pfaffstätt (<i>addendum</i>)
Heinz Franz Costa • 30 septembre, Frisch Express, Pfaffstätt
Suzèle Firmin • 31 octobre, Bell Suisse, Bâle
Maria-Rosa Perito-Centrella , 31 octobre, Hilcona Taste Factory, Landquart
Tatiana Langer • 1 ^{er} novembre, Süddeutsche Truthahn AG, Ampfing
Beatriz Cornuz • 30 novembre, Hilcona Taste Factory, Landquart
Matuta Guy-Guy Matandi • 30 novembre, Bell Suisse, Bâle
Susanne Zeiss • 30 novembre, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Marc-André Bähler • 31 ^{er} décembre, Bell Suisse, Cheseaux
Tama Dembele • 31 ^{er} décembre, Bell France, Virieu-le-Grand
Michel Okkes Kilinc • 31 décembre, Bell Suisse, Cheseaux
Gabriele Meier • 31 décembre, Hügli, Radolfzell
Renate Schulze • 31 décembre, Bell Suisse, Bâle
Vera Zeller-Iriskic • 31 décembre, Hügli, Radolfzell

Christian Haenggi

Nous rendons hommage à celles et ceux qui nous ont quittés

Christophe Luquet • 28 mai, Bell France, Saint-Symphorien-sur-Coise
Thomas Jonke • 20 juin, Hilcona, Schaan
Kevin Beller • 3 août, Hügli, Radolfzell

Christian Haenggi

Nous adressons nos sincères condoléances aux familles et aux proches des personnes décédées.

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 de 70 euros chacun parmi toutes les réponses reçues.

Envoyez vos réponses (code QR) au plus tard le 13 décembre 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.