

FOTO DELLA SETTIMANA



Bignasca SA

San Valentino è coinciso, quest'anno in Ticino, nella settimana di Carnevale. Per l'occasione, gli abili artigiani hanno realizzato prodotti che appartengono sia alla tradizione che alla loro grande abilità e fantasia. Non sono mancati per Carnevale i bignè (foto s.), le frittelle, le chiacchiere, le bugie e i tortelli. Per la festa degli innamorati invece, ogni pasticciere-confettiere ha creato, di varie dimensioni, variopinte torte a forma di cuore (foto a d.), cioccolatini, biscotti e cuori di marzapane. Tutto esclusivamente «fatto a mano e con il cuore!» sf

ATTUALITÀ

NOVITÀ PER IL PANE DI SEGALE AOP. Dopo circa un anno di progettazione e di incertezze, Groupe Minoteries SA (GMSA) ha annunciato l'imminente inizio dei lavori di costruzione di un mulino a Riddes (VS). L'impianto produrrà la farina necessaria per la produzione di pane di segale del Vallese AOP. Sostituirà il mulino di Naters (VS), che sarà chiuso entro la fine dell'anno. jr/sf

MILLESTRADE - PORTE APERTE. Il Centro professionale tecnico di Trevano (CPT) a Canobbio e vari partner della formazione professionale, invitano a visitare la giornata delle porte aperte «Millestrade», sabato 2 marzo 2024 dalle ore 10 alle ore 15.00. La Società Mastri Panettieri Pasticcieri Confettieri del Canton Ticino (SMPPC) collabora all'evento e presenterà più da vicino le professioni del settore della panetteria-pasticceria-confetteria AFC e CFP. I giovani, con i loro genitori, potranno incontrare personalmente apprendiste e apprendisti, per farsi raccontare la loro esperienza e interagire con le loro formatrici e i loro formatori. Iscrizioni e informazioni: bit.ly/47PQu8v sf

CORONA DEI RE MAGI - CLIENTI PREMIATI

I clienti che hanno acquistato una Corona dei Re Magi hanno avuto l'opportunità di partecipare al concorso e di vincere uno degli 88 premi del panettiere-confettiere. Sono state inviate circa 29000 cartoline. In questi giorni, le aziende coinvolte, hanno ricevuto i premi da consegnare ai vincitori. Nella foto, Fabio Danesi (d) della Panetteria Danesi di Melano ha consegnato il premio all'affezionata cliente Ivelise Ritter. sf



pgc

APPROFONDIMENTO

APPREZZARE IL VALORE!



PCS

Care lettrici, cari lettori,

Ultimamente mi capita spesso di imbartermi nella parola «apprezzamento». La parola racchiude davvero tutto: «apprezzare il valore!» L'apprezzamento finisce prima del lavoro dei superiori o inizia solo da lì? Si applica solo in una direzione o anche nell'altra? Per me l'apprezzamento vale come il rispetto: deve essere reciproco. Direi che entrambe le parti hanno bisogno di un certo apprezzamento. I datori di lavoro dovrebbero valorizzare i dipendenti con tutti i loro pregi e le loro peculiarità. Tuttavia, lo stesso vale anche per i dipendenti. Di norma, i dipendenti non si rendono conto di quanto i loro datori di lavoro facciano ancora per loro dopo le normali 42 ore settimanali. Se, come me, siete impegnati anche nella professione in quanto tale, sia come esperti per le PQ che per gli esami professionali dell'OBC e nella PCS, 42 ore possono trasformarsi rapidamente in 70-80 ore settimanali. Possiamo pretendere anche una certa riconoscenza? Se è così, parlatene apertamente, proprio come fa la controparte. Mia nonna lo diceva sempre 50 anni fa: nella vita è tutta una questione di dare e ricevere. Questo vale a maggior ragione per l'apprezzamento.

Martin Schnyder, Membro del Comitato centrale, dip. finanze

POLITICA

UNA VOLTA SÌ, UNA VOLTA NO

Il 3 marzo il popolo svizzero voterà sulle due iniziative «Vivere meglio la pensione» (iniziativa per una tredicesima mensilità AVS) e «Per una previdenza vecchiaia sicura e sostenibile» (iniziativa sulle pensioni). Il Comitato centrale dell'Associazione svizzera mastri panettieri-confettieri (PCS) ha deciso di votare contro l'iniziativa per la tredicesima AVS e a favore dell'iniziativa sulle pensioni. PCS/sf

Altre notizie d'attualità online
in lingua italiana:
swissbaker.ch/panissimo > Ticino





LA RAGGIANTE VINCITRICE



TESTO E FOTO: CLAUDIA VERNOCCHI/SF

La premiata pralina «Little Pear Crumble».

Lucerna, 21 febbraio 2024: è stato annunciato il vincitore del 2° Concours du Praliné à l'eau-de-vie: Ursula Schmid della Confiserie Speck di Zugo ha impressionato la giuria con la sua creazione «Little Pear Crumble». I posti sul podio vanno in Turgovia e a Zurigo. Il premio speciale Carma per l'estetica e la Storytelling va a un confettiere bernese.

Il gruppo di partecipanti era molto numeroso e la valutazione oggettiva è stata di conseguenza difficile, ha concluso il presidente della giuria Patrick Zbinden: «È stato fantastico vedere – e assaggiare – la creatività e la diversità delle singole praline». 23 praline sono state analizzate e valutate dalla giuria presso la Scuola professionale Richemont di Lucerna.

LA CLASSIFICA

1° posto

Ursula Schmid della Speck Genuss AG di Zugo con «Little Pear Crumble» con Roter Williams (40 % vol.) della distilleria Heiner's Destillate di Zugo.

La pralina stupisce per la combinazione armoniosa e unica di estetica, sapore e consistenza. La consistenza combina in modo straordinario croccantezza, tenerezza e morbidezza. Anche il sapore è perfettamente equilibrato.

2° posto

Lucia Röllin della Confiserie-Bäckerei Mohn AG di Sulgen (TG) con «Poire de cristallisée» con il mastro distillatore Willams, Möhl (40 % vol.) della Mosterei Möhl di Arbon.

La pera Williams è protagonista di questa pralina. La nota dolce e delicata dell'aroma della pera Williams si armonizza perfettamente con il cioccolato fondente.

3° posto

Marco Meier della Confiserie Honold AG di Zurigo con «Amicezia da pér e nus» con Gelber Williams n. 21 della distilleria Humbel di Stetten.

Le singole composizioni della pralina si fondono armoniosamente e offrono un'esperienza gustativa variegata.

Premio speciale-Carma per l'estetica e la Storytelling: Jorma Signer della Reinhard AG di Berna con «Back to the Future» con Williams della Bärtschi Brennerei di Schlosswil.

Un prodotto innovativo che ricicla il pan di zenzero in modo creativo: il tema «Food Save» riprende un argomento di attualità nell'industria alimentare. Combinando gusto, innovazione e tradizione, il tema si rivolge a un vasto pubblico. L'aspetto della pralina, a forma di pera morsicata, richiama il logo Apple e simboleggia anche la freschezza del frutto.

Galleria fotografica:
a pagina 8 e 9

Articolo completo online:
swissbaker.ch > Panissimo > Ticino



Ursula Schmid della Confiserie Speck di Zugo, con il comproprietario Peter Speck.

LA VINCITRICE

Ursula Schmid aveva già partecipato alla prima edizione del concorso nel 2022. In quell'occasione si era classificata al secondo posto. Primo, si era classificato il suo responsabile di produzione Markus Waser. Peter Speck, nella cui confetteria lavorano entrambi, si è detto particolarmente soddisfatto: «Sono molto orgoglioso del risultato di Ursula Schmid!». Naturalmente, questa pralina sarà aggiunta alla gamma. «Il nostro cuore batte per le ciliegie, ma possiamo anche farlo battere per le pere!», dice con un sorriso. La confetteria di Svitto è stata felicissima di ricevere il primo premio, soprattutto perché non si aspettava di vincere. Ci sono voluti tre tentativi e il contributo di amici e colleghi prima che fosse soddisfatta del risultato. Cosa rende speciale la pralina? «I cubetti di pera macerati con gelatina Williams, con crumble gianduja e, naturalmente, la grappa Williams. Attaccare il sottilissimo gambo di cioccolato alla pera è complicato e non è da tutti, «è un lavoro millimetrico!»

IL CONCORSO

Il concorso è stato organizzato per la seconda volta. È stato lanciato dall'Associazione svizzera mastri panettieri-confettieri (PCS) e da DistiSuisse, il più importante premio svizzero per gli alcolici. Il promotore è il noto giornalista gastronomico ed esperto sensoriale Patrick Zbinden.

I CRITERI

Per il Concours du Praliné à l'eau-de-vie Williams sono stati ammessi solo distillati Williams prodotti con materie prime svizzere. La giuria ha valutato, tra l'altro, l'aspetto, l'aroma, il sapore e la consistenza delle praline. Inoltre, doveva essere evidente un riferimento regionale e la Storytelling doveva essere comprensibile. ■

PANE SVIZZERO PER UN SEGNALE FORTE

Con la campagna attualmente in corso sull'intero territorio elvetico, il marchio «Pane svizzero» ha deciso di puntare sullo scalpore per sensibilizzare la popolazione al consumo di prodotti a base di cereali di origine locale in ottemperanza all'obbligo di dichiarazione della provenienza del pane e dei prodotti di panetteria fine venduti sfusi che entra in vigore nel 2024. Quali sono le implicazioni di questa novità per le consumatrici e i consumatori, i produttori e il commercio? Di seguito le risposte.



La campagna pubblicitaria in corso su poster e canali online dell'Associazione Pane svizzero promuove il marchio «Pane svizzero» sull'intero territorio elvetico. Il messaggio principale di questa campagna informativa e piacevolmente spiritosa: il marchio «Pane svizzero» dichiara la provenienza locale del pane, permettendo alle consumatrici e ai consumatori di scegliere consapevolmente un prodotto di qualità e realizzazione svizzera.

CREAZIONE DI VALORE IN SVIZZERA

Con il marchio «Pane svizzero», le consumatrici e i consumatori scelgono un prodotto svizzero di altissima qualità e realizzato con grande cura e attenzione. E non solo: con il loro acquisto sostengono i posti di apprendistato e di lavoro – dal produttore dei cereali al mugnaio, fino al panettiere. In più, grazie alla filiera corta forniscono un contributo prezioso alla salvaguardia dell'ambiente.

ARRIVA L'OBBLIGO DI DICHIARAZIONE, SVANISCE LA MANCANZA DI TRASPARENZA

L'impegno dell'Associazione Pane svizzero a favore di un maggior orientamento al cliente e una maggiore trasparenza nella produzione e nella vendita dei prodotti a base di cereali è un'esigenza riconosciuta anche dal governo federale. A dicembre 2023 il Consiglio federale ha approvato l'introduzione dell'obbligo di dichiarazione del paese di provenienza per prodotti quali pane, panini, pane per sandwich e prodotti di panetteria fine nella vendita di merce sfusa. L'obbligo di dichiarazione entrerà in vigore a partire dalla primavera del 2024, con una fase di transizione fino alla primavera del 2025.

PARTNER IDEALE PER LA DICHIARAZIONE

I produttori e i rivenditori che desiderano dichiarare la provenienza svizzera del pane e dei prodotti da forno trovano nell'Associazione Pane svizzero il partner ideale per ottemperare ai nuovi requisiti di legge. I criteri per l'uso del marchio sono chiaramente definiti e prevedono quattro punti:

- l'80% delle materie prime utilizzate deve essere di origine svizzera; come base minima fa fede l'etichetta di qualità Suisse Garantie;
- uso del marchio Suisse Garantie fino all'uscita dal centro di raccolta;
- la trasformazione deve avvenire al 100% in suolo svizzero;
- gamma di prodotti: pane (incl. pane per sandwich) e prodotti di panetteria fine.

La gamma di prodotti è stata ampliata con i prodotti di panetteria fine, consentendo ai partner di mercato di adempiere all'obbligo di dichiarazione attraverso l'uso del marchio «Pane svizzero».

REGISTRARSI PER LANCIARE UN SEGNALE

Con il marchio «Pane svizzero», sia i produttori che i rivenditori possono attrezzarsi al meglio per la dichiarazione di origine, e non solo nella vendita di merce sfusa, dal momento che il marchio permette loro agevolmente di adempiere all'obbligo di dichiarazione con effetto immediato e al contempo sostenere il patrimonio culinario elvetico.



Effettuando la registrazione online alla pagina painsuisse.ch è possibile fare richiesta per l'uso del marchio e cancellare anche le briciole di ambiguità dalla dichiarazione di origine.