

SVIZZERA

ESPORTAZIONI ANCORA IN CALO. I produttori svizzeri di cioccolato, biscotti e dolci non si sono ancora ripresi dal Covid-19. Un confronto delle vendite all'esportazione dell'industria da gennaio a settembre 2021 con lo stesso periodo del 2019 da Chocosuisse mostra che le esportazioni sono al di sotto dei livelli pre-crisi: cioccolato -8,4%, biscotti -2,8% e zucchero -29%.

CHOCOLATE ACADEMY BARRY CALLEBAUT. La nuova Chocolate Academy di Barry Callebaut accoglie confettieri, ristoratori e privati che vogliono migliorare le loro competenze in materia di cioccolato e creare il piacere del cioccolato di domani con i prodotti Carma. L'Accademia offre corsi di perfezionamento e laboratori di innovazione. chocolate-academy.com

INTERNAZIONALE

CONSUMO DI TE' IN AUMENTO. Nel 2019, c'era già stato un consumo annuale record di 68 litri di tè per persona in Germania; nell'anno pandemico 2020 è aumentato a 70 litri. La notizia è stata riportata dall'Associazione tedesca di tè e infusi di erbe, che ha pubblicato un «Tea Report 2021» sul suo sito. Tra le altre cose, afferma che il tè mate, che è popolare in Sud America, ha sperimentato un impressionante aumento del 46% delle vendite in Germania. teeverband.de

CHI SARA' INCORONATO?



La «Corona del Fornaio»: chi sarà incoronato nel 2022? Partecipate ora! Si cercano panettieri innovativi o confettieri ingegnosi, sia in ambito professionale, che sociale, economico o ecologico. Anche quest'anno, la «Corona del Fornaio», dotata di un premio in denaro di 15 000 CHF, sarà assegnata al candidato o alla candidata che meglio soddisfa i criteri richiesti. Termine d'iscrizione: 25 marzo 2022 baeckerkrone.ch/it

OUR FUTURE

IL LAVORO DELLA MIA VITA



Al termine della sua formazione presso i F.lli Buletti di Airolo, Matilda Fry – Pasticciera-Confettiera, si trasferisce in Norvegia. Con Panissimo ha ripercorso la sua formazione e l'attuale lavoro a Tromsø.

Prima di cominciare la mia carriera da pasticciera ho frequentato la scuola per sportivi d'élite a Tenero, giocavo a tennis, ero convinta che la mia vita sarebbe stata basata solamente sul tennis ma da un giorno all'altro, guardando un video sulla pasticceria ho capito che dovevo cambiare totalmente stile di vita. Mi sono subito buttata e ho fatto qualche stage in diverse pasticcerie e mi sono resa conto che questo sarebbe stato il lavoro della mia vita. Il mio apprendistato come pasticciera-confettiera è durato tre anni presso la Pasticceria-Confetteria F.lli Buletti di Airolo. Trovo di essere stata molto fortunata per aver lavorato lì, probabilmente il posto migliore! La mia passione per questo lavoro è stata per gran parte alimentata dal mio mentore Bruno Buletti, che mi ha insegnato moltissimo e mi ha trasmesso l'importanza della materia prima, e per questo lavoro è la cosa più importante.

PASSIONE PER I PAESI NORDICI

Fin da piccola ho sempre avuto una gran passione per i paesi nordici ed un giorno una mia ex collega mi ha detto che cercavano una pasticciera in un grandioso hotel a Tromsø, a nord della Norvegia, mi sono buttata subito e ho mandato il curriculum senza pensarci due volte. Ho fatto il mio esame e lo stesso mese sono partita per la Norvegia. Mi trovo veramente benissimo in questo posto, parlando di natura e ambiente lavorativo, i colleghi sono tutti dei grandi ed ho un bellissimo rapporto con il mio chef Andreas Mikkelsen. Mi hanno dato veramente un grande aiuto per far sì che mi ambientassi nel migliore dei modi! La mia giornata tipica comincia alle 8 e finisce alle 16, inizio preparando il buffet per pranzo, la merenda ed infine i dessert al piatto per la sera. I dolci tipici norvegesi sono molto semplici, per esempio la Kvæfjordkake, un Pan di Spagna con meringa e mandorle, farcito con crema vaniglia e panna. Amano molto anche la Pavlova e qualsiasi dolce a base di cannella e mele. Ho anche la possibilità di creare dessert con diversi frutti di bosco in quanto la Norvegia offre molti tipi di bacche.

Matilda Fry
Pasticciera-Confettiera



Altre notizie
di «Panissimo»
[swissbaker.ch/
panissimo](http://swissbaker.ch/panissimo) > Ticino



ppc

PANE NOBILE IN BOTTIGLIA



TESTO: CLAUDIA VERNOCCHI/SF

All'inizio era un ricordo suggestivo delle vacanze in Alto Adige. A poco a poco, l'idea ha preso forma. Il risultato è un distillato di tendenza con un effetto promozionale che contribuisce a combattere lo spreco alimentare: il nobile Ännädaner Brot-Gin.

Il creatore di questa nuova specialità glaronese è Hans Jenny, un Panettiere-Pasticciere di Ennenda. Panissimo si è recato presso la pasticceria Cornetto e ha voluto saperne di più sull'origine, la produzione e la storia di successo. «Avevo molte idee», spiega Hans Jenny all'inizio della conversazione. «Tuttavia, vari fattori devono essere corretti affinché il progetto prenda il volo, tra le altre cose, il nome e il riferimento regionale».

SENZA COMPLICAZIONI

Jenny descrive la produzione come non complicata: il pane avanzato, dai croissant al pane alla frutta, viene tagliato a cubetti nelle filiali durante le pause. Per tre mesi, il pane vecchio viene raccolto ed essiccato. Poi arriva il lavoro impegnativo: nella distilleria Pianta Brand di Mollis, se ne ricava un mosto a cui viene aggiunto un lievito speciale. Il «Maische» fermenta in una botte per sette-dieci giorni e poi viene distillato, simile al Kirsch. Dodici differenti erbe vengono aggiunte a questo primo Brandy prima della distillazione. Oltre al ginepro, queste erbe danno alla bevanda il suo particolare carattere. Anche il pane aggiunge una nota speciale. Questa pregiata acquavite contiene così circa l'80% di alcol. Viene in seguito diluita con acqua distillata per raggiungere circa il 43%, prima di poterla gustare.»

ÄNNÄDANER È UN MARCHIO

Se 17 mesi fa, all'inizio della produzione, erano 700 chili di pane e 100 litri di Gin, alla quarta annata era già una tonnellata e si sono distillati 250 litri di Gin. Questo è circa il 60% dei guadagni di Cornetto. Il successo è evidente. In un solo anno, Hans Jenny ha venduto oltre 1000 bottiglie di Ännädaner. Nel frattempo, Ännädaner è in vendita da Globus, da Goba-Mineralquellen e in alcuni negozi regionali. «La richiesta è stata enorme», dice Hans Jenny, giustamente compiaciuto. «Ännädaner è diventato un marchio nella regione».

CARATTERISTICA DISTINTIVA

Il Brot-Gin ha un altro vantaggio: Cornetto ha un'area gastronomica in ogni punto vendita. Si offre qualcosa di speciale che non è disponibile altrove. «Possiamo usarlo per distinguerci dalla concorrenza».

DEVI ESSERE PRONTO

Tuttavia, questo successo non arriva per caso. «Ho lavorato molto per questo», dice l'esperto glaronese. Se si ha l'intenzione di lanciare un nuovo prodotto sul mercato, bisogna preparare la strada, bisogna essere pronti. Dopo tutto, Hans Jenny non voleva ritrovarsi con 100 litri di Gin e «al massimo usarlo per pulire le biciclette», dice con un sorriso.

ETICHETTA CON INCISIONE IN ORO

Non solo il contenuto, la forma della bottiglia e il nome devono essere corretti, anche l'etichetta è una componente importante. Quella della Ännädaner è particolarmente nobile: ha una speciale incisione in oro,



Hans Jenny, il creatore glaronese della pregiata acquavite Ännädaner Brot-Gin, è molto contento del risultato. Ma per lanciare un nuovo prodotto sul mercato ci vuole molto impegno e bisogna investire soprattutto nella pubblicità.

impressa a fuoco da una macchina che ha più di 100 anni. L'etichetta non è solo scritta ad arte su Ännädaner. Riporta anche lo stemma di famiglia, le iniziali HJ – nella quinta generazione il negozio è gestito da un certo Hans Jenny – il Merkurstab (simbolo del commercio e parte dello stemma del villaggio di Ennendan), il logo Cornetto, un ramo di ginepro e uno stelo di grano, l'azienda è stata fondata nel 1867 e la produzione di Brot-Gin è iniziata nel 2020.

MARGINE ELEVATO

E la redditività economica? Non diventerà ricco, ha detto Hans Jenny ridendo. Quando ha lanciato Ännädaner ha investito molto nella pubblicità. Con ogni nuova annata, il bilancio migliora. «Ora posso raccogliere». Non ha un secondo prodotto in cui ha margini così alti. Inoltre, non esiste una data di scadenza. Secondo Hans Jenny, l'unico pericolo è che la domanda possa crollare. Ecco perché il marketing deve continuare. Ma è anche importante la passione per il prodotto.

SU INSTAGRAM

Ännädaner ha il suo account Instagram. Belle e armoniose presentazioni vengono pubblicate con regolarità. Le figlie di Hans Jenny supervisionano la comunicazione sui Social media. Le foto non sono «fatte in casa», ma provengono da un'agenzia pubblicitaria e dalla sorella di Hans Jenny, Heidi Feldmann, che lavora come fotografa. Quasi nulla è lasciato al caso.

MEDAGLIA D'ARGENTO

Il fornaio di Glarona ha partecipato quest'anno al premio DistiSuisse dei liquori con Ännädaner e ha vinto una medaglia d'argento. Insieme all'altrettanto vittorioso produttore di Glarner Alpenbitter, ha inviato un comunicato stampa e «la risposta dei media regionali è stata buona.»

Un pilastro importante del marketing è la partecipazione attiva agli eventi e il mantenimento della rete. Che si tratti di partnership con ristoratori o di essere presenti ad eventi regionali. Tutti questi sforzi stanno dando i loro frutti. «A volte bisogna avere il coraggio di rischiare», conclude. Le idee non mancano. A Natale ha aggiunto alla gamma, con successo, l'Ännädaner Gin-Chugla. Lasciamoci sorprendere... ■