

KARIN PEDRINI

«MI PIACE ESPLORARE NUOVI ORIZZONTI»

Coloro che inseguono i propri sogni abbastanza a lungo prima o poi li realizzano. Questo è il credo della finalista ticinese del concorso «Brot-Chef».

HGZ: Ci congratuliamo con te per aver raggiunto la finale del concorso «Brot-Chef». Cosa ti ha spinto a voler competere con gli altri?

KARIN PEDRINI: Ero curiosa e ho sentito il bisogno di affrontare sfide entusiasmanti e scoprire nuovi mondi. Inoltre sono una persona competitiva e mi piacciono le gare.

Come affronti la pressione per eseguire i tuoi compiti davanti agli spettatori?

La pressione del tempo e gli sguardi degli spettatori mi danno sicuramente una scarica di adrenalina. Cercherò di trasformare questa sprinta in energia positiva per ottenere le mie prestazioni migliori.

Cosa ne pensi della PuraSpelta, il tema di «Brot-Chef» di quest'anno?

È un tema complesso. Nel mio posto di lavoro «Panetteria Pasticceria Confetteria Buletti» e in qualità di pasticceri, non lavoriamo con la PuraSpelta. Come potete vedere, non ho paura di cimentarmi in nuove sfide.



La giovane ticinese sogna, prima o poi, di fondare la sua azienda. ZVG

Come ti stai preparando per la competizione?

Il mio datore di lavoro mi dà la possibilità di esercitarmi con la PuraSpelta e di realizzare vari prodotti con essa. Ottengo un supporto attivo e professionale dal team.

Cosa significherebbe vincere per te?

Per me, la vittoria sarebbe non solo la ciliegina sulla torta, ma la prova tangibile che l'impegno e il duro lavoro vengono ricompensati.

Cosa significa per te la tua professione?

Il mio mestiere di pasticciera è più una passione che un dovere. Ogni giorno non vedo l'ora di assecondarla.

Quali sono i tuoi piani per il futuro?

Dopo questa formazione vorrei viaggiare nel mondo per crescere con nuove esperienze. Il mio obiettivo a lungo termine è fondare la mia azienda.

INTERVISTA AD ANDREA DECKER.
ADATTAMENTO SELENA BRUSORIO

Brot-Chef 2019

Dal 19 al 21 settembre il centro commerciale Pilatusmarkt di Kriens/LU diventerà la metropoli svizzera del pane. I quattro finalisti, due apprendisti e due professionisti qualificati, produrranno in cinque ore diversi prodotti sul tema «PuraSpelta».

Ridurre il contenuto di sale nel pane con il lievito naturale

Il pane svizzero contiene meno sale di prima. È gratificante. Ma il consumo di sale degli svizzeri è ancora troppo alto.

La popolazione svizzera consuma ben 9g di sale al giorno. Troppo, dice la Confederazione, che vuole ridurre il consumo di sale della popolazione alle raccomandazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità di un massimo di 5g di sale pro capite al giorno. La maggior parte del sale, dal 70 all'80%,

viene consumato attraverso alimenti lavorati. Il pane e i prodotti da forno ne rappresentano una parte importante (20%). L'analisi di 335 campioni provenienti da 171 panifici ha mostrato che 100g di pane contengono in media 1,46g di sale. Contribuiscono al consumo di sale anche formaggi e prodotti caseari, piatti pronti e zuppe, con i quali si consuma di preferenza il pane.

Il sale non può essere semplicemente omeo dal pane. Fornisce una crosta dorata, gusto e riduce la formazione di muffe. Grazie all'effetto della cottura dell'impasto, il sale funge inoltre da legante ren-

dendo l'impasto più elastico e malleabile.

Il professor Elke Arendt dell'Università di Cork in Irlanda sta conducendo ricerche in questo campo. Utilizzando panini da hamburger come esempio, ha scoperto che si ottiene lo stesso risultato dell'originale se la metà dello zucchero viene omessa dalla ricetta dei panini da hamburger e viene aggiunto il 10% di lievito naturale. Ciò che funziona con lo zucchero funziona anche con il sale. I loro esperimenti di cottura con l'1,2% di sale hanno dato gli stessi risultati in termini di aspetto, sapore e consistenza dello 0,6% di



Sale nel pane: si può ridurre, ma non omettere. PXHERE

sale più 10% di lievito naturale. Una percentuale del 5% di lievito naturale ha funzionato bene allo stesso modo. Come il sale, il lievito naturale è considerato un esaltatore di sapidità e conservante.

GABRIEL TINGUELY
ADATTAMENTO SELENA BRUSORIO

WETTBEWERB

Mitmachen und gewinnen: Profi-Bläser «hot & cold» von Kisag



Zwei Schweizerinnen holten sich in Kasan einen Weltmeistertitel. Wer erhielt zudem die Auszeichnung «Best of Nation»?

- A) Sonja Durrer
- B) Rahel Weber
- C) Martina Wick

Der neue, spülmaschinenfeste Profi-Bläser aus Edelstahl ist leicht zu reinigen und für Heiss- und Kaltanwendungen geeignet. Desserts, Saucen sowie weitere Kreationen werden einfach und schnell mit frischen Zutaten und natürlichen Aromen zubereitet. Sie sind gut portionierbar und bleiben im Bläser gekühlt mehrere Tage frisch und servierbereit. Zusätzlich zum Profi-Bläser «hot & cold» mit 0,5 Litern

Fassungsvermögen werden zehn Nachfüllkapseln mitgeliefert. Weitere Informationen zum Produkt finden Sie unter www.kisag.ch

Einsendeschluss ist der **23. Sept. 2019**. Senden Sie Ihre Antwort an: Redaktion Hotellerie Gastronomie Zeitung, PF 3027, 6002 Luzern, oder mit einer Mail an: wettbewerb-hgz@hotellerie-gastronomie.ch Der Gewinner aus Ausgabe Nr. 23/19 ist Jürgen Füllgraf, Luzern.

Der Preis im Wert von 139 Franken wurde gesponsert von Kisag AG, Bellach.
www.kisag.ch

HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

CXXXIV. JAHRGANG

Impressum

HERAUSGEBERIN
Hotel & Gastro Union
Adligenswilerstrasse 22
6002 Luzern
Tel. 041 418 22 22 (Geschäftsstelle Luzern)
Tel. 021 616 27 07 (Geschäftsstelle Lausanne)
info@hotelgastrounion.ch
www.hotelgastrounion.ch

VERLAG
Hotellerie Gastronomie Verlag
Adligenswilerstrasse 27
6006 Luzern
Tel. 041 418 24 44 Fax 041 418 24 71
info@hotellerie-gastronomie.ch
www.hotellerie-gastronomie.ch

VERLAGSLEITUNG UND CHEFREDAKTION
Mario Gsell (mgs)
Jörg Ruppelt (rup/stv)

PRODUKTIONSLEITUNG
Gabriel Tinguely (gab)
Sarah Sidler (ssi/stv)

VERKAUF
Josef Wolf (Verkaufsleiter)
Marion Niklaus (Sales Consultant)
Beat Unternährer (Sales Consultant)
Iris Fischer (Buchhaltung)
Karin Huwyler (Kundendienst Anzeigen)
Esther Kurmann (Produktion Anzeigen)
Vera Egli (Adressverwaltung)

REDAKTION
Patrick Claudet (pcl)
Andrea Decker (ade)
Riccarda Frei (rif)
Angela Hüppi (ahü)
Désirée Klarer (dkl)
Ruth Marending (rma)
Sarah Sidler (ssi)
Gabriel Tinguely (gab)

ONLINE-REDAKTION
Andrea Decker (ade/Leitung)
Désirée Klarer (dkl)
Alessia Kennel (Content Manager)

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Mulan Duss (Hotel & Gastro Union)
Selena Brusorio (Pagina italiana)

GESTALTUNG
Pierina Bucher (Creative Direction)
Luka Beluhan (Art Direction)
Cynthia Kaufmann (Junior Art Direction)

GESTALTERISCHE MITARBEIT
Fotografie
Priska Ketterer
Christoph Läser
Claudia Link
Filipa Peixeiro

ÜBERSETZUNG
Bertrand Denzler

KORREKTORAT
Antje Giovannini (HGU)

DRUCK
DZZ Druckzentrum Zürich AG,
CH-8021 Zürich

gedruckt in der
schweiz

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Inhalte bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Die in dieser Zeitung publizierten Inserate dürfen von Dritten weder ganz noch teilweise kopiert, bearbeitet oder sonst wie verwertet werden.

HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

Die Hotellerie Gastronomie Zeitung ist die auflagenstärkste und meistgelesene Zeitung im Schweizer Gastgewerbe. Mit einer von der Werbemedienforschung (WEMF) beglaubigten Auflage von 28073 und ihren ausgewiesenen Mehrfachlesern erreicht die Zeitung in der ganzen Schweiz wöchentlich über 125000 Fachpersonen aus dem Gastgewerbe und seinen artverwandten Branchen. Die Druckauflage variiert je nach Woche und aufgrund eines zielgruppenorientierten Zielversandes zwischen 25700 (Basisauflage) und 42500 (Grossauflage II) Exemplaren und beträgt im Durchschnitt 30300 Exemplare.

THEMENMAGAZIN

Mit den zweisprachigen Themenmagazinen (ehemals Booklets), die sechs Mal im Jahr in Deutsch und Französisch erscheinen, betrat der Hotellerie Gastronomie Verlag 2011 verlegerisches Neuland. Diese hochwertigen, monothematischen Gastrozeitschriften kommen wie Lifestyle-Magazine für den Endkonsumenten daher, richten sich aber ausschliesslich an den Branchenprofi. Jede Ausgabe fokussiert dabei auf ein bestimmtes Fachthema. Die Themenmagazine werden der Hotellerie Gastronomie Zeitung lose beigelegt. Dadurch werden sie zielgruppenorientiert in der Branche diffundiert. Die Druckauflage beträgt 31500 Exemplare (Deutsch: 26000 / Französisch: 5500).