

INVENTARIS VAN HET IMMATERIEEL CULTUREEL ERFGOED VAN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST

1. REFERENTIE

Dossierreferentie: 5000-0029

Aanvraag van: 15/04/2025

Datum van opname in de inventaris: 06/05/2025

Bijgewerkt op: /

2. IDENTIFICATIE VAN DE AANVRAGER

2.1. NAAM:

I love Belgian Chocolate vzw

Vertegenwoordigd door: (de gevolmachtigde):

Mevrouw ☒ De heer ☐

Naam: VAN LIERDE

Voornaam: Peggy

Functie: President

Contactperso(n)en:

Mevrouw ☒ De heer ☐

Naam: VAN LIERDE

Voornaam: Peggy

Adres: Lombardstraat 33 – 1000 Brussel

Telefoon: 0032 476 93 91 11

E-mail: hello@ilovebelgianchocolate.be

3. IDENTIFICATIE VAN HET ELEMENT/BENAMING

De Chocolatetraditie en -knowhow in Brussel

3.1. BETROKKEN DOMEINEN

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ☐ | Tradities, uitdrukkingen, talen |
| ☐ | Podiumkunsten |
| ☒ | Sociale gebruiken, rituelen, festiviteiten |
| ☐ | Kennis en praktijken met betrekking tot de natuur en het heelal |
| ☒ | Andere: culinaire traditie |

3.2. KORTE BESCHRIJVING VAN HET ELEMENT

Chocolade en Brussel: een fantastisch liefdesverhaal ... Brussel is niet alleen de hoofdstad van België en Europa, maar ook de hoofdstad van de chocolade, die elk jaar miljoenen toeristen trekt, die onder andere naar de stad reizen om deze unieke Belgische chocolade te proeven. Chocolade is ook lokaal aantrekkelijk voor de inwoners van Brussel en België, die tot de grootste chocoladeconsumenten ter wereld behoren.

Sinds het midden van de 20e eeuw geniet Belgische chocolade internationale bekendheid, deels geworteld in Brussel, waar iconische huizen zoals Côte d'Or, Neuhaus, Leonidas, Godiva en Marcolini het levenslicht zagen. Die grote Brusselse merken, waarvan de producten nu over de hele wereld verkrijgbaar zijn, hebben in belangrijke mate bijgedragen tot de uitstekende reputatie van Belgische chocolade.

Brussel is ook de geboorteplaats van twee belangrijke Belgische chocolade-uitvindingen: de praline en de ballotin, die werden bedacht door het echtpaar Neuhaus.

Die unieke knowhow op het gebied van kwaliteit, smaak, duurzaamheid en ethiek is van generatie op generatie doorgegeven via opleidingen in scholen en bij ervaren chocolatiers.

Chocolatiers leren hoe ze de essentiële stappen moeten beheersen om de specifieke smaak van Belgische chocolade te bereiken, die wordt gekenmerkt door zijn romigheid die wordt verkregen door een perfecte beheersing van het maalproces van de cacaobonen. Vóór het malen vereisen de fermentatie van de bonen in de cacao producerende landen en de branding, meestal in onze fabrieken in België, speciale aandacht om de smaken te ontwikkelen die van chocolade worden verwacht.

De perfecte beheersing van tempereren zorgt voor een glanzende, knapperige chocolade die in de etalages zal schitteren.

Onze knowhow is gebaseerd op traditie en emblematische recepten, en we blijven innoveren op het gebied van zowel technieken als smaken.

In dit dossier gaan we dieper in op de specifieke technieken om een Belgische kwaliteitschocolade te maken, zonder de productiegeheimen van elke chocolatier prijs te geven. We zullen de beschikbare materiële gegevens en transmissiekanalen identificeren, zodat die knowhow behouden kan blijven. Tot slot kijken we naar de mogelijke bedreigingen voor chocolatiers.

3.3. BETROKKEN GEMEENSCHAP(PEN) OF GROEP(EN)

De chocolatiers die aanwezig zijn in Brussel.
 De chocoladeverdelers die aanwezig zijn in Brussel.
 De leveranciers van chocolatiers.
 De Brusselse chocoladeliefhebbers, die chocolade consumeren, geven en soms gebruiken.
 De toeristen die naar Brussel komen voor de chocolade. Zo bezoeken bijvoorbeeld elk jaar zo'n 200.000 bezoekers uit alle hoeken van de wereld het museum *Choco Story Brussels*.
 De restauranthouders en horeca die hun Belgisch erfgoed en de beste ingrediënten willen versterken.
 De instellingen die zich bezighouden met het doorgeven of valoriseren van de knowhow en traditie rond chocolade (federatie, musea, scholen, journalisten).
 De Brusselse ondernemingen die chocolade aanbieden aan Belgische en buitenlandse klanten.
 De zakenmensen die naar huis gaan met chocolaatjes voor hun geliefden.

3.4. PLAATS

Het Brussels gewest in de breedste zin van het woord, waar de ateliers van de chocolatiers en de belangrijkste winkels, musea, scholen, opleidingscentra, verenigingen en leveranciers zijn gevestigd.

In het centrum van Brussel zijn de Zavel, de Koninklijke Sint-Hubertusgalerijen en het gebied rond de Grote Markt slechts enkele van de vele plaatsen waar chocolatiers aanwezig zijn die chocoladeliefhebbers uit binnen- en buitenland aantrekken.

4. KENMERKEN VAN HET ELEMENT

4.1. BETROKKEN TAAL/TALEN, REGISTER(S), TAALNIVEAU(S)

Frans, Nederlands en Engels

4.2. OPGAVE VAN DE IMMATERIËLE UITDRUKKINGEN

DE KNOWHOW VAN HET BEROEP VAN CHOCOLATIER:

Vandaag staat België wereldwijd bekend om de kwaliteit van zijn chocolade, die vooral te danken is aan de knowhow van zijn chocolatiers. Het is dankzij de kwaliteit van onze afgewerkte producten, zoals pralines, chocoladerepen en -tabletten, dat we uitblinken in het buitenland.

Belgische chocolatiers hebben een unieke knowhow verworven door generaties van voortdurende innovatie. Vandaag kan iedereen aan de slag als ambachtelijke chocolatier, zelfs zonder opleiding of diploma. Dat is positief, maar aan de andere kant zouden opleidingen, een grotere zichtbaarheid en erkenning de kwaliteit en innovatie verder bevorderen en chocolatiers de trots geven die ze verdienen. Tijdens hun carrière krijgen ze andere kansen om zichzelf uit te dagen: wedstrijden, stages, lezingen, uitwisselingen tussen professionals, erkenning enz.

Belgische knowhow is er in vele vormen. Sommige chocolatiers werken met de cacaoboan, terwijl anderen (de meerderheid) met couverture werken.

1/ Couverture

In België werken de meeste chocolatiers met couverture. Die techniek wordt trouwens ook aangeleerd in de Brusselse chocoladescholen.

Couverture wordt gemaakt door een couvreur (industriële of ambachtelijke), een bedrijf dat chocolade van de cacaoboan maakt en die couverture aan andere chocolatiers levert.

2/ Chocolade *bean to bar*

In de afgelopen jaren is er een nieuwe trend ontstaan: de *bean to bar*, letterlijk van boon tot reep. De *bean-to-barchocolatier* werkt op basis van de bonen en maakt daarom zijn eigen couverture, over het algemeen in kleinere hoeveelheden dan traditionele couvetturiers.

Sommige *bean-to-barchocolatiers* produceren ook chocolade voor andere chocolatiers en verkopen hun productie aan andere chocolatiers, hoewel dat in België nog een vrij beperkte trend is.

Of je nu een couvetturier of een *bean-to-barchocolatier* bent, het vervaardigingsproces van de chocolade is gelijkaardig en begint uiteraard met de selectie van de juiste grondstoffen.

KENNIS VAN DE GRONDSTOF

De oorspronkelijke grondstof, cacao, wordt niet in België verbouwd, maar in tropische landen. België importeert daarom de cacao die het nodig heeft voor zijn productie uit Afrika, Latijns-Amerika, Azië en Oceanië. Ooit kwam cacao uit Congo, maar de productie daar is beperkt gebleven. Vandaag doet België een beroep op leveranciers uit verschillende tropische gebieden om een constante aanvoer van kwaliteitscacao te garanderen.

Zelfs als de grondstof zich op een ander continent bevindt, zijn de Belgische chocolatiers er gevoelig voor en besteden ze bijzondere aandacht aan de verschillende stadia: De locatie van de plantage, de biodiversiteit in de omgeving, de keuze van variëteiten, de selectie van de bonen, het optimaliseren van het gebruik van de ruimte, de levensduur van de bomen enz. De chocolatiers dragen bij met hun expertise tijdens de verschillende fasen van de teelt tot de verwerking.

De consumenten van vandaag zijn op zoek naar meer transparantie en chocolatiers moeten hen antwoorden bieden over de cacao en andere ingrediënten die ze gebruiken.

Chocolatiers die werken met couverture die ze niet zelf maken, hebben eveneens interesse voor de grondstof en stellen vragen aan hun leveranciers of nemen deel aan reizen die door de leveranciers worden georganiseerd.

HET VERVAARDIGINGSPROCES VAN CHOCOLADE

Dit proces kan in twee delen worden opgesplitst, eerst in cacaoproducerende landen en daarna in onze ateliers.

1/ In cacaoproducerende landen

Belgische chocolatiers, die werken op basis van de cacaoboan, bezoeken de plantages waar ze min of meer regelmatig contact hebben met de telers en hun expertise inbrengen om een kwaliteitsproduct te verkrijgen.

Er wordt bijzondere aandacht besteed aan de plantage zelf.

Dat houdt het volgende in:

- De keuze van cacaovariëteiten. Sommige variëteiten zijn productiever en andere aromatischer.
- Het werk op de plantage. Er wordt twee keer per jaar geoogst. Te vroeg geoogste vruchten leveren bonen van slechte kwaliteit op. Vruchten die te laat worden geoogst, kunnen beschadigd worden door vogels.
- De locatie van de plantage en de biodiversiteit in de omgeving. De cacaoboom heeft schaduw nodig en de aanwezigheid van andere plantensoorten en insecten is essentieel voor de ontwikkeling van de smaken van de cacao.

Eenmaal geoogst, moeten de bonen worden gefermenteerd en vervolgens gedroogd, wat twee essentiële stappen vormen. Chocolatiers zullen ervoor zorgen dat ze op de hoogte blijven van die fases en zullen zelfs hun expertise ter beschikking stellen van de telers:

Dankzij **de fermentatie** ontdoet de boon zich van de pulp die eromheen zit, waardoor kieming wordt voorkomen en de bonen bewaard kunnen blijven. Dat is ook het moment waarop een eerste laag van het aroma wordt ontwikkeld. Zo wordt een homogene fermentatie verkregen en worden de bonen van

zuurstof voorzien. Dat is een delicate operatie die bijzondere aandacht vereist gedurende 5 tot 7 dagen.

Door de **bonen** ongeveer 10 dagen in de zon te **drogen**, daalt het vochtgehalte van 60 naar 6 procent. Goed drogen zorgt ervoor dat de bonen goed kunnen worden bewaard.

De gedroogde bonen worden in stoffen zakken gedaan voor de export.

2/ In onze ateliers in Brussel (en in België)

Na de kwaliteitscontrole, die een visuele inspectie omvat om er zeker van te zijn dat de cacaobonen van goede kwaliteit zijn, gaan de chocolatiers verder met de volgende stappen en beginnen ze chocolade te produceren:

Bij de **branding** komen de aroma's van de cacao vrij. De bonen mogen niet verbranden. Een slechte beheersing van de branding kan de cacaobonen verpesten en zo de smaak van de chocolade beïnvloeden.

Er wordt bij ons bijzondere aandacht besteed aan **de vermaling**. De Belgische traditie schrijft voor dat de bonen moeten worden gemalen tot 20 micron. Dat is wat de fijnste smaak geeft die het meest waarneembaar is voor het menselijke gehemelte, en wat Belgische chocolade zo zacht maakt.

Het concheren verfijnt de smaak en textuur van de chocolade. De cacaomassa die na het malen wordt verkregen, wordt gedurende heel wat uren gemengd met de andere ingrediënten (suiker en eventueel melk). Concheren bevordert de verdamping van ongewenste bittere aroma's.

Andere ingrediënten: de keuze van suiker, melkpoeder en vanille heeft ook invloed op de uiteindelijke smaak van de chocolade.

Het tempereren laat de chocolade glanzen en maakt hem knapperig. Om van vloeibare naar vaste vorm te gaan, moet de chocolade een temperatuurvariatiecurve volgen om een perfecte kristallisatie van de cacaoboter te garanderen.

De chocolade die in dat stadium wordt geproduceerd, wordt verwerkt tot repen (of tabletten) voor consumptie of voor verwerking tot andere chocoladeproducten.

DE BEWERKING VAN CHOCOLADE

Belgische chocolade is wereldberoemd en wordt gewaardeerd, maar onze chocolatiers blinken ook uit in de kunst van het sublimeren van chocolade en het maken van pralines.

Hier komen de creativiteit, innovatie en originaliteit van de chocolatiers tot uiting. Ze besteden er bijzondere aandacht aan om consumenten nieuwe recepten, nieuwe concepten en nieuwe ervaringen te kunnen bieden.

De ingrediënten die gebruikt worden zijn eindeloos: gedroogde vruchten, fruit, zaden, alcohol enz.

Naast die creativiteit is kennis van de verschillende ingrediënten en hun interactie essentieel om een perfect resultaat te bereiken. Dat geldt voor pralines, ganaches, mousses en vele andere recepten.

Chocolatiers leren traditionele recepten te beheersen en te innoveren op basis van hun affiniteiten en de verwachtingen van hun klanten.

Er zijn twee soorten pralines

Gevormde pralines: getempereerde chocolade wordt met de hand of automatisch met een “mouleermachine” in vormen gegoten. Dat vormt een omhulsel uit chocolade. Zodra de chocolade is gestold, kan de vulling worden toegevoegd voordat de pralines worden gesloten.

Geënrobeerde pralines: bij deze methode wordt een vulling gebruikt die in getempereerde chocolade wordt ondergedompeld. Dat enroberen kan met de hand gebeuren of met behulp van een machine die een “enrobeuse” wordt genoemd.

Het gebruik en de beheersing van technieken zijn cruciaal voor het verkrijgen van een kwaliteitsproduct: **temperen, vormen, enroberen, afdekken, vullen, afwerken** enz.

Zonder goede beheersing zal het eindproduct niet de gewenste smaak, het gewenste uiterlijk of de gewenste levensduur hebben.

Hier zijn enkele producten, waarvan sommige werden uitgevonden in Brussel, waar we de creativiteit van onze lokale chocolatiers terugvinden.

- **Pralines en truffels:** Belgische pralines, waarvan het productieproces hierboven wordt beschreven, werden voor het eerst gemaakt in Brussel door Jean Neuhaus jr. in 1912. Pralines vormen een van de emblematische elementen van Belgische chocolade. Ze worden vaak verpakt in elegante doosjes en zijn verkrijgbaar in eindeloos veel smaken en met tal van vullingen.
- **Manon:** een typische Brusselse lekkernij, bedacht door Maurice Corné in 1935, dat botercrème, een noot en een laagje poedersuiker of chocolade combineert, afhankelijk van de ambachtslui.
- **Ambachtelijke chocoladerepen:** een aantal Brusselse chocolatiers bieden kwaliteitsvolle chocoladerepen aan, vaak gepresenteerd in verfijnde en unieke verpakkingen. De repen zijn soms gevuld met smaken of versierd en sommige bevatten ook bijvoorbeeld gedroogde vruchten.
- **Holle chocolade:** chocoladevormen, zonder vulling, die verschillende vormen kunnen aannemen en de seizoenen, feesten of tradities volgen die de Brusselaars nauw aan het hart liggen, zoals Sinterklaas, Pasen, Kerstmis of Valentijn.
- **Warme chocolademelk:** het is een populaire specialiteit, vooral in de winter. Warme chocolademelk wordt gemaakt met warme melk waaraan chocolade (puur, melk of wit) wordt toegevoegd. Warme chocolademelk kan op smaak worden gebracht met kaneel of andere specerijen. Je kunt ze vinden op kerstmarkten, in restaurants of bij chocolatiers die een theesalon hebben.
- **Mendiant:** een ronde plak chocolade met gedroogde vruchten erop: amandelen, hazelnoten, walnoten en rozijnen. Tegenwoordig worden ze ook bedekt met andere ingrediënten.
- **Orangettes:** halfgekonfijte sinaasappelstokjes die zijn omhuld met chocolade. Deze zoetheid is tegenwoordig ook verkrijgbaar met andere citrusvruchten of gekonfijt fruit.
- **Cerisette:** een hele kers omhuld met likeurcrème en chocolade.
- **Chocoladepasta** die op boterhammen wordt gesmeerd bij het ontbijt of als tussendoortje.

CREATIES RONDOM CHOCOLADE

- **De praline** werd uitgevonden door Jean Neuhaus jr. in 1912, in Brussel (in de huidige Neuhauswinkel in de Koninklijke Sint-Hubertusgalerijen). Tegenwoordig worden ze op veel verschillende manieren bereid, met een grote verscheidenheid aan vullingen.
- **De ballotin**, een doos om pralines in te vervoeren, werd uitgevonden in 1915 door de echtgenote van Jean Neuhaus. Die kartonnen doos kan in verschillende formaten worden gemaakt en één praline of een kilo pralines bevatten. Voordien werden pralines geserveerd

in papieren hoorntjes. Tegenwoordig zijn er verschillende vormen, met vierkante, platte of fantasierijke dozen.

- **Nagerechten:** Belgische chocolade wordt nu heel vaak geassocieerd met verschillende desserts over de hele wereld, als toevoeging, ganaches, sauzen enz. Bijvoorbeeld: de Brusselse wafel wordt vaak geserveerd met onze chocolade.

SOCIALE PRAKTIJKEN EN FEESTELIJKE EVENEMENTEN IN VERBAND MET CHOCOLADE IN BRUSSEL

De Brusselaars zijn trots op hun chocolade en grijpen elke gelegenheid aan om die passie te delen met hun omgeving: geschenken voor leerkrachten, cadeaus voor speciale gelegenheden of bezoeken.

Op privé-, zaken- of diplomatieke reizen is chocolade ook een van de favoriete geschenken. De tour van chocolatiers is een populaire activiteit tijdens een bezoek aan andere landen.

Workshops bij een chocolatier zijn een klassieker geworden voor teambuildings, verjaardagsfeestjes en vrijgezellenfeesten.

Chocolade bepaalt het ritme van het jaar en wordt geassocieerd met verschillende feestelijke tradities. Vormenmakers maken verschillende modellen pralinevormen of beeldjesvormen voor elk evenement.

- In februari nemen chocolaatjes bij chocolatiers ter gelegenheid van Valentijn de vorm aan van hartjes. Verpakt in een kleine geschenkdoos is dit een heerlijk cadeau om te geven aan degene van wie je houdt.
- In de lente, met Pasen, worden er eierzoektochten georganiseerd. Of ze nu privé of openbaar zijn, die speurtochten zijn een uitnodiging aan jong en oud om zoveel mogelijk kleine chocolade-eieren te verzamelen in een bepaald gebied. In de winkels heeft chocolade de vorm van eieren en konijnen.
- Sinterklaas, de beschermheilige van kinderen, komt op 6 december bij ieder huis langs. In de winkels verkopen chocolatiers sinterklaasfiguurtjes in verschillende formaten.
- In december staan op de kerstmarkten in het gewest kraampjes met warme chocolademelk. Het is een geweldige manier om op te warmen op die markten, die meestal in de open lucht worden gehouden. In de winkels nemen de chocolaatjes de vorm aan van de kerstman of kleine kerstboompjes. De kerststronk, het onmisbare dessert op 25 december, bevat vaak chocolade.
- Tot slot zijn andere evenementen zoals Moederdag, Vaderdag en Dag van de medewerker gelegenheden waarbij chocolade cadeau wordt gedaan.

CULINAIRE TRADITIES

Chocolade staat op het menu in veel Brusselse restaurants. Je kan genieten van een chocolademousse, een dame blanche (vanille-ijs overgoten met gesmolten chocolade) of een chocolademoelleux. Er wordt ook chocolade aangeboden bij pannenkoeken of de beroemde Brusselse wafel.

Aan het einde van de maaltijd wordt er meestal een klein chocolaatje bij de koffie geserveerd, in de vorm van pralines of napolitains.

Een aantal Brusselse chefs verwerken ook chocolade of cacao in hun menu's. Cacao wordt bijvoorbeeld soms als ingrediënt bij stoofvlees gebruikt.

Tegenwoordig neemt de kookkunst ook de vorm aan van televisieprogramma's waarin chocolade een hoofdrol speelt, zoals in "*Bake Off*" / "*Le meilleur pâtissier*", of zelfs de hoofdrol, zoals in "*Les étoiles du chocolat*". Die populaire programma's nodigen je zelfs uit om thuis met chocolade aan de slag te gaan.

Tegelijkertijd zijn de vraag naar en het aanbod van het aantal chocoladeworkshops voor het grote publiek de laatste jaren gestaag toegenomen, zowel in de Brusselse chocolademusea als in de ateliers van de Brusselse chocolatiers (bijvoorbeeld: *The Belgian Chocolate Makers of Concept Chocolate*).

4.3 OPGAVE VAN DE GEASSOCIEERDE MATERIËLE ELEMENTEN Instrumenten, voorwerpen, artefacten, plaatsen ...

Verschillende materiële elementen getuigen van de knowhow op het vlak van chocolade in Brussel. Sommige van die elementen zijn getuigen van het verleden, een teken dat de traditie stevig is verankerd. Andere zijn hedendaagse elementen die weerspiegelen dat dit erfgoed nog steeds springlevend is in Brussel.

- **Twee chocolademusea in Brussel:** *Belgian Chocolate Village* en *Choco Story Brussels*. Dat laatste museum (het eerste chocolademuseum in België ¹) stelt ongeveer 600 voorwerpen tentoon die verband houden met cacao en chocolade. Er worden onder andere metalen chocoladevormen, chocoladekopjes (van Brussels porselein), chocoladeketels (van Brussels porselein) en oude verpakkingen en reclameaffiches van historische Brusselse merken tentoongesteld.
- **Historische winkels** voor bepaalde chocolademerken: De Neuhauswinkel in de Koninginnegalerij (waar de praline werd uitgevonden), de Godivawinkel op de Grote Markt (een van de eerste winkels van het merk in Brussel), de Leonidaswinkel in de Boterstraat (de grootste Leonidaswinkel, waar de meeste chocolade wordt verkocht²), de Marywinkel in de Koningsstraat, die veel staatshoofden heeft aangetrokken, niet in het minst omdat hij op de toegangsweg naar het Koninklijk Paleis in Brussel ligt.
- **Chocoladewinkels met verkoopbalies:** Chocoladeliefhebbers kunnen een van de vele winkels in Brussel bezoeken en voor hun ogen de perfecte ballotin met pralines en andere lekkernijen samenstellen.
- **Voormalige fabrieken in Brussel:** de Victoriafabriek, nu de thuisbasis van het *Belgian Chocolate Village*; De fabrieken van de grote chocolademerken verwelkomen consumenten voor rechtstreekse verkoop.
- **De ballotin:** een typisch Belgisch doosje, bedacht in Brussel, waarmee pralines op een elegante manier kunnen worden vervoerd, zonder risico op beschadiging. Die ballotin is nu verkrijgbaar in verschillende vormen.
- **Voorwerpen die verband houden met chocoladeconsumptie:** chocolademelkkopjes, chocoladeketels, metalen chocoladedozen, boeken met stickers waarin chocoladeliefhebbers afbeeldingen konden plakken die verzameld waren uit chocoladeverpakkingen, worden tentoongesteld in musea en zijn regelmatig te vinden op rommelmarktkraampjes. Brusselse chocoladeketels en -kopjes worden tentoongesteld in het Museum van de stad Brussel in het Broodhuis. In culinaire winkels zijn tegenwoordig ook vormen en materiaal om thuis chocolade te maken te verkrijgen.
- **De uitrusting van de chocolatier** bestaat uit een schort, een vest en een koksmuts. De outfit werd bovendien gemaakt voor Manneken Pis, het beroemde Brusselse ketje, dat ook af en toe de chocolatierkledij mag aantrekken.
- **Productieapparatuur:** in musea of tijdens bezoeken aan ateliers kan je de **conches** en **mengmachines** zien die gebruikt worden bij de ambachtelijke vervaardiging van chocolade (bijvoorbeeld bij Frédérique Blondeel in Koekelberg). Een brander uit de voormalige Godivafabriek in Brussel wordt tentoongesteld in het museum La Fonderie in Sint-Jans-Molenbeek.
Een aantal chocolatiers in Brussel, zoals Jérôme Grimonpon, hebben ervoor gekozen om hun atelier open te stellen vanuit de winkel.. Zo kunnen consumenten de chocolatier in actie zien.
- **Chocoladesculpturen:** Belgische chocolatiers staan bekend om hun indrukwekkende chocoladesculpturen, die soms in etalages of op speciale evenementen te zien zijn. Sinds

¹ Oprichting van het Museum van Cacao en Chocolade op 1/07/1998

² <https://webshop.chocolates-sweets.be/nl/service/leonidas-het-merk/>

enkele jaren organiseert het Hotel Amigo in het centrum van Brussel met Pasen een tentoonstelling van chocolade-eieren.

- **Veel bekende Belgische figuurtjes** worden gebruikt in de chocoladefabriek: de smurven, De Kat ...
- **Metalen dozen** met afbeeldingen van de koninklijke familie, zowel van vroeger als nu.

4.4. HISTORIEK EN RECENTE ONTWIKKELINGEN

De **eerste sporen van cacao in België** gaan terug tot 1635. Er werd een factuur teruggevonden uit die periode in de Abdij van Boudelo in Gent.

De populariteit van chocolade nam in de loop der eeuwen toe: in 1679 proefde Henri Escher, burgemeester van Zürich, zijn eerste kop warme chocolademelk in Brussel en besloot het recept mee naar Zwitserland te nemen.

In België werd cacao aanvankelijk verkocht in **apotheken** als een specerij, gebruikt om de smaak van medische bereidingen te maskeren. Tot op de dag van vandaag is cacaoboter een belangrijk ingrediënt in de farmaceutica en cosmetica, vanwege de voedende en herstellende eigenschappen.

In de 18e eeuw werd cacao met de hand gemalen, eerst met een steen of vijzel, daarna met stenen die op tafels werden geplaatst om het werk te vergemakkelijken. Maar pas in 1835, met de komst van de **eerste stoommachine** in Brussel, werd het proces geïndustrialiseerd. Het aantal chocolatiers in Brussel groeide snel, net als de vraag naar chocolade, aangemoedigd door de economische welvaart van die tijd.

In 1883 richtte de Belgische chocolatier Charles Neuhaus het merk **Côte d'Or** op, als eerbetoon aan de "Goudkust" (de historische naam van Ghana, waar cacaobonen werden geteeld). Wereldtentoonstellingen, met name die in Brussel van 1935, droegen bij aan de reputatie met emblematische creaties zoals de mignonnettes. De beroemde reep "Dessert 58" werd gelanceerd voor de wereldtentoonstelling van 1958.

Belgische chocolade werd officieel beschermd in 1894: alleen producten die minstens 35 % cacao bevatten, mogen "chocolade" worden genoemd. In 1912 creëerde Jean **Neuhaus** jr. de eerste praline in de farmaceutische snoepwinkel van zijn grootvader in de Koninklijke Sint-Hubertusgalerijen in Brussel. In 1915 ontwierp zijn vrouw, Louise Agostini, de eerste ballotin, een elegante doos om die kostbare pralines in te verpakken.

In 1935 verhuisde het merk **Leonidas** naar Brussel. Bij gebrek aan een winkel verkocht Basilio Kestekides zijn pralines rechtstreeks aan voorbijgangers vanuit een schuifraam. Dat vernieuwende idee trok klanten aan en Leonidas werd al snel een symbool voor betaalbare Belgische pralines. Ook in 1935 creëerde Maurice **Corné** de beroemde Manon Sucre, een praline met verse room, nougatine en walnoten die inmiddels een Belgische klassieker is geworden. Leonidas paste het in 1980 aan met een versie met witte chocolade, wat nu hun specialiteit is.

De chocolade-industrie blijft zich ontwikkelen: in 2001 gaf de Europese Unie toestemming om 5 % van de cacaoboter te vervangen door andere plantaardige vetstoffen. België is fel gekant tegen die wetgeving en zelfs vandaag nog verbinden de Belgische chocolatiers zich ertoe om chocolade met **100 % cacaoboter** te produceren.

Vandaag telt Brussel meer dan **200** chocoladewinkels, die internationale chocolatiers aantrekken. Jérôme Grimonpon, een Fransman gevestigd in Ukkel, won in 2012 de titel van beste ambachtelijke chocolatier in België en Sasaki, een Japanse chocolatier gevestigd in Sint-Pieters-Woluwe, werd in 2023 uitgeroepen tot beste Brusselse chocolatier door de Gault&Millau-gids.

Er is een nieuwe trend in opkomst: **bean-to-bar**, waarbij chocolatiers het volledige proces controleren, van de branding van de bonen tot het maken van de repen. Tot de pioniers behoren Pierre Marcolini en Frédéric Blondeel, die werden uitgeroepen tot beste chocolatier 2024 door de Gault&Millau-gids,

die uit een familie van koffiebranders komt en zich in Koekelberg heeft gevestigd, terwijl *The Belgian Chocolate Maker* ambachtelijke producten en workshops voor toeristen aanbiedt.

Tot slot nodigen plaatsen zoals *Concept Chocolate* in Schaarbeek bezoekers nu uit om zelf chocolade te maken, en bieden ze zo een meeslepende ervaring aan in het hart van de Brusselse chocoladekunst.

4.5. SOCIOCULTURELE CONTEXT Functies, waarden: rol van de genders, van de jongeren ...

Volgens Statbel is **10 % van de Belgische chocolatiërs gevestigd in het Brussels gewest**. Dat betekent dat hun fabriek of productie-eenheid zich in Brussel bevindt. Er zijn ook veel Vlaamse en Waalse chocolatiërs in het Brussels gewest. Brussel alleen al telt bijvoorbeeld zo'n 200 winkels.

De gids "Ondernemen in de chocoladesector in Brussel", uitgegeven door hub.brussels, is gebaseerd op een studie over de ontwikkeling van de chocolade- en snoepgoedwinkels tussen 1950 en 2017. Daarvoor verzamelde hub.brussels gegevens uit de "Annuaire de commerce et de l'industrie de Belgique" van Mertens & Rosez, Sitex-gegevens en voerde ze veldonderzoek uit. De studie toont het volgende aan: "zo zien wij een constante daling van de verkooppunten tussen 1950 en 1997. Terwijl het hele grondgebied er in 1950 572 telde, waren dit er nog slechts 117 in 1997. We stellen vast dat de verkooppunten in het midden van de vorige eeuw relatief gelijkmatig over het hele grondgebied waren verdeeld. Deze gelijkmatige verdeling heeft geleidelijk aan plaats gemaakt voor een **grotere concentratie in het centrum van de hoofdstad**. We zien niettemin een duidelijke toename van de verkooppunten tussen 1997 en 2017. Het aantal winkels van chocolade- en suikerwaren steeg tussen 1997 en 2017 namelijk met 66,6 % (+78 winkels)".³

Ondanks een moeilijke economische situatie en de neiging van consumenten om te bezuinigen op hun dagelijkse uitgaven, blijft **chocolade een begeerd product**. Het wordt nog steeds geassocieerd met het idee van "luxe" en genot. Chocolade is ook een van de beste ambassadeurs van het Brussels gewest over de hele wereld. De Belgische knowhow wordt weerspiegeld in de keuze van ingrediënten van topkwaliteit, de zorg die wordt besteed aan de branding en de fijnheid van het malen. Tussen 2014 en 2017 steeg de export van chocolade uit Brussel met 28,8 %, wat de duidelijke aantrekkingskracht weerspiegelt van buitenlandse consumenten op een van onze paradepaardjes. In 2017 was die export goed voor 33,9 % van alle Brusselse voedslexport.⁴

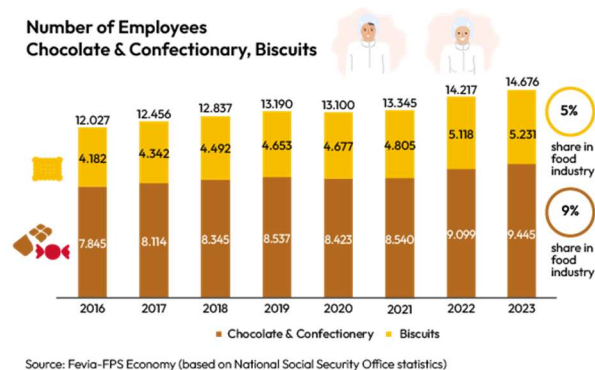
De gemiddelde Belg consumeert **7 kilogram chocolade per jaar**. Die chocolade wordt gekocht voor eigen gebruik, om zelfgemaakte desserts mee te maken of om cadeau te geven. Aangeboden bij uitnodigingen voor etentjes is het ook een populair zakelijk geschenk, vooral in de eindejaarsperiode of bij diplomatieke gelegenheden. In januari 2024 overhandigde de Belgische premier, Alexander De Croo, een ballotin met chocolade aan de voorzitter van de Europese Commissie, Ursula von der Leyen, ter gelegenheid van het Belgische voorzitterschap van de EU.

Chocolade spreekt alle leeftijdsgroepen aan: kinderen genieten van de zoete smaken, adolescenten eten repen voor hun plezier en volwassenen zijn op zoek naar complexere smaken met een hoog cacaopercentage. Ze kiezen vakkundig ambachtelijke kwaliteitsmerken om er een persoonlijk en uniek cadeau van te maken. Gelegenheden zoals Sinterklaas, Kerstmis en Pasen zijn cruciaal voor chocolatiërs. Dat zijn over het algemeen periodes met erg veel werk. In Brussel omvatten die feestperiodes speciale evenementen zoals warme chocolademelk op kerstmarkten, eieren zoeken en het uitdelen van chocolaatjes door Sinterklaas.

³ Uit de gids "Ondernemen in de chocoladesector in Brussel", gepubliceerd door hub.brussels.

⁴ Uit de gids "Ondernemen in de chocoladesector in Brussel", gepubliceerd door hub.brussels.

Chocolade zorgt voor werkgelegenheid: in de vele winkels, maar ook in de suikerwarenindustrie, kunnen we in België +/- 10.000 mensen tellen die in de chocoladesector werken, waarvan +/- 1.400 in Brussel.



5

De Belgische koninklijke familie heeft een belangrijke band met chocolade: sommige merken zijn **hofleveranciers**. In 2024 waren dat Leonidas, Galler, Godiva, Mary, Neuhaus, Wittamer, Pierre Marcolini en Van Dender.⁶

Pralines worden soms vernoemd naar leden van de koninklijke familie en hun afbeelding siert heel wat chocoladedozen, een traditie die de Delacre-koekjesfabriek heeft overgenomen.

De knowhow van de Brusselse chocolatiers wordt gevaloriseerd in **wedstrijden** zoals de Gault&Millau, Belgian Chocolate Awards enz.

Brussel trekt ook chocoladeliefhebbers aan uit binnen- en buitenland, met georganiseerde rondleidingen over chocolade en bezoeken zoals die bij Choco Story Brussels, die meer dan 200.000 bezoekers per jaar trekken, waarvan de meesten buitenlanders zijn.

In 2024 organiseerde Brussel de *World Cocoa Conference*, een teken van de betrokkenheid van ons land bij de cacao- en chocoladesector.

De media hebben ook bijgedragen aan die reputatie, met journalisten die ambassadeurs voor chocolade zijn geworden, zoals Jacques Mercier, die over het onderwerp schrijft en lezingen geeft. Belgische chocolade is niet alleen een cultuursymbool, maar creëert ook heel wat werkgelegenheid in winkels en de zoetwarenindustrie.

Op artistiek vlak inspireert chocolade tot samenwerking met stripverhalen, met bijvoorbeeld de Smurfen op de chocoladedozen van Neuhaus en De Kat van Philippe Geluck op de verpakkingen van Dolfijn.

Anderzijds komt chocolade ook aan bod in strips. Dat is het geval in sommige verhalen van Suske en Wiske, Steven Sterk, Kuifje en de Smurfen.

Sommige chocolatiers, zoals Laurent Gerbaud, werken samen met lokale kunstenaars om unieke verpakkingen te maken, zoals Sophie Legrand, of Godiva met de Brusselse kunstenaar Oli-B om hun 90e verjaardag te vieren.

⁵ Bron: Fevia.

⁶ <https://www.dghb.be/nl/suppliers>

Naast die artistieke samenwerkingen bevatten de chocoladedozen ook echte kunstwerkjes. Dat is het geval bij Mary en voor beperkte edities bij Corné Port-Royal.

Chocolade komt ook voor in het werk van de Belgische schrijver en regisseur Philippe Blasband, auteur van *Les Mangeuses de Chocolat* en de film *Les Émotifs Anonymes*. Het komt voor in Belgische films zoals *Rien à déclarer*, waarin een Godivawinkel als decor wordt gebruikt, en in populaire liedjes, waaronder Annie Cordy's beroemde *Chaud, Cacao*.

Chocoladesculpturen, schilderijen, foto's en artistieke samenwerkingen illustreren nog steeds de Belgische passie voor dit embleem, waardoor het alomtegenwoordig is in de populaire cultuur en verbeelding.

4.6. SUPRAGEWESTELIJKE CONTEXT In voorkomend geval het element plaatsen in een bredere geografische context.

De bakermat van de praline ligt dan wel in Brussel, maar de knowhow achter dit chocoladesnoepje reikt verder dan de grenzen van het Brussels gewest.

En de drie Belgische gewesten zijn nauw verbonden met de geschiedenis van chocolade. De hoge kwaliteit waar Belgische chocolade wereldwijd bekend om staat, is wijdverspreid in het noorden, zuiden en centrum van het land.

Volgens Statbel is 10 % van de chocolatiers gevestigd in Brussel, 24 % in Wallonië en 66 % in Vlaanderen.

Wallonië heeft het grootste aantal ambachtelijke chocolatiers. De regio's Doornik en Luik-Verviers waren in het verleden de thuisbasis van een aantal grote bedrijven, waarvan sommige nog steeds actief zijn. Wallonië heeft ook drie chocolademusea (in Eupen, Verviers en Erezée). Vandaag zijn er chocolatiers gevestigd in alle vijf de Waalse provincies.

Typische Waalse specialiteiten zijn Gayettes du Pays Noir, een gevuld chocoladerotsje dat eruitziet als steenkool en symbool staat voor het mijnverleden van de streek.

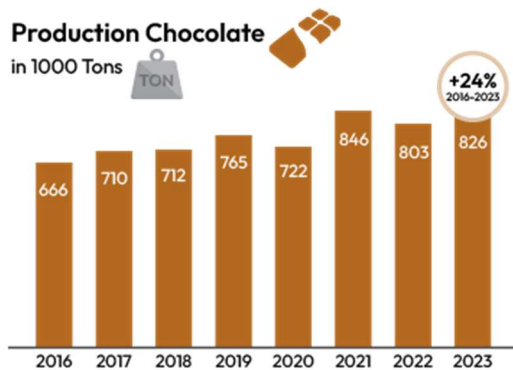
Vlaanderen telt het grootste aantal chocolatiers van het land. De eerste chocoladefabriek in België werd in 1845 in Antwerpen opgericht door Adolphe Meurisse. Vandaag zijn er chocolatiers te vinden in alle vijf de Vlaamse provincies, maar de steden Antwerpen en Brugge hebben de meeste winkels. Het is ook vermeldenswaard dat de 3 Belgische fabrikanten van couverture allemaal in het Vlaams gewest zijn gevestigd. En Brussels Airport heeft het hoogste aantal chocoladeverkopen ter wereld met meer dan 800 ton chocolade per jaar. Elke dag wordt daar zo'n 2 ton verkocht, dat is 1,5 kg/minuut.⁷

Typische Vlaamse specialiteiten zijn pralines in de vorm van diamanten of handjes, die allebei verbonden zijn met de geschiedenis van de stad Antwerpen.

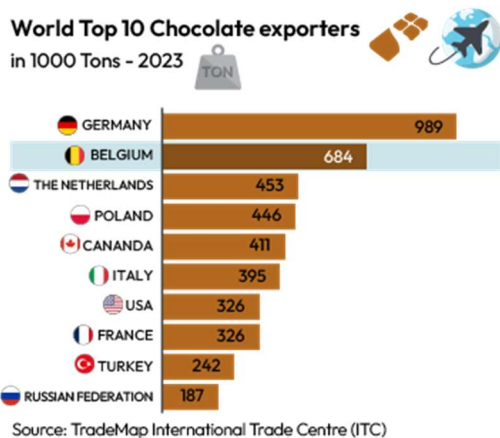
Op nationaal niveau produceert België jaarlijks meer dan 800.000 ton⁸ chocolade, waarvan een groot deel wordt geëxporteerd. Die wereldwijde reputatie wordt gedragen door iconische merken die in Brussel zijn geboren en internationale markten hebben veroverd. Namen als Godiva, Côte d'Or, Leonidas, Neuhaus, Mary en Pierre Marcolini sieren nu de etalages van winkels op luchthavens en in grote steden over de hele wereld.

⁷ <https://www.brusselsairport.be/nl/passengers/at-the-airport/shopping/the-belgian-chocolate-house>

⁸ Bron: Choprabisco



Source: PRODCOM-STATBEL



Ondanks de toegenomen internationale concurrentie blijft ons land (samen met Nederland) een van de grootste chocolade-exporteurs ter wereld. Hoewel het grootste deel van de Brusselse export naar Europa gaat, maakt Azië ook een groot deel uit. In 2016 was een kwart van de Brusselse export bestemd voor dat continent, voornamelijk voor Japan, Hongkong en China.

Belgische chocolatiers nemen deel aan beurzen zoals het Salon du Chocolat in Parijs en de beurs Chocoa in Amsterdam, en reizen naar het buitenland in het kader van evenementen zoals Valentijn. 14 februari is een belangrijke feestdag in Japan en sommige chocolatiers reizen naar Japan om Japanse consumenten te ontmoeten, een paar selfies te nemen en handtekeningen uit te delen, zoals het geval is voor Geert en Thomas Decoster van Centho.

Volgens de federatie Choprabisco is de Belgische chocolade-, praline-, koekjes- en zoetwarenindustrie met 14.200 werknemers (14 % van de voedingsindustrie) en een jaarlijkse omzet van bijna 7,7 miljard euro (10 % van de voedingsindustrie) een van de belangrijkste subsectoren van de Belgische voedingsindustrie⁹. Volgens hub.brussels telt Brussel 150 bedrijven en meer dan 1.350 jobs.

Ten slotte is er een groeiende belangstelling voor cacao en chocolade op het internationale toneel, met de **Internationale Cacao- en Chocoladedag** die sinds 2009 op 1 oktober wordt gevierd. Het is een gelegenheid om de band tussen chocolatiers en telers te vieren en voor chocolatiers om te communiceren met consumenten.

⁹ Bron: <https://www.choprabisco.be/>, 03/02/2025

Tegenwoordig wordt er bijzondere aandacht besteed aan duurzaamheid bij de productie van chocolade. België lanceerde *Beyond Chocolate*, een nationaal initiatief dat werd gepromoot door Alexander De Croo, toenmalig minister voor Ontwikkelingssamenwerking, met de ambitie om Belgische chocolade 100 % duurzaam te maken tegen 2030.

Momenteel hebben meer dan 70 bedrijven en organisaties zich aangesloten bij het *Beyond Chocolate*-partnerschap, dat ongeveer 90 % van de Belgische chocoladeproductiemarkt en 57 % van de Belgische chocoladeconsumptiemarkt omvat. Alle bedrijven en organisaties die deel uitmaken van *Beyond Chocolate* zetten zich in om de einddoelstellingen van het partnerschap te bereiken: geen ontbossing meer en een leefbaar loon voor cacaoboeren.

Uiterlijk eind 2025 moet alle chocolade die in België wordt geproduceerd en/of verkocht, voldoen aan de relevante certificeringsnormen en/of gemaakt zijn van cacaoproducten die vallen onder een bedrijfsduurzaamheidssysteem. Tegen dezelfde deadline moeten de partners van Beyond Chocolate voldoen aan de overeenkomsten die gelden tussen overheden en bedrijven in de regio's die zijn opgenomen in het Cocoa & Forests Initiative. Ten laatste tegen eind 2025 moet de ontbossing als gevolg van de cacaoteelt voor de Belgische chocolade-industrie volledig zijn gestopt.

Uiterlijk tegen 2030 zullen cacaoboeren ten minste een behoorlijk inkomen hebben.

Belgisch jargon dat grenzen overschrijdt.

Terwijl het woord *praline* bekend is in België en elke Belg het associeert met een chocoladesnoepje, maken de Fransen een heel andere associatie. Hun praline is roze. Die specialiteit uit Lyon bestaat uit amandelen die zijn gekarameliseerd in roze suiker.

Het woord *praline* is een Belgische uitdrukking die internationaal naam heeft gemaakt, ook al spreken de Fransen eerder over “bonbons au chocolat” (chocoladebonbons).

Maar waar komt die bijzondere term vandaan? Volgens de legende ontstond het woord “praliné” in Frankrijk in de 17e eeuw, toen het werd gebruikt om een amandel of hazelnoot bedekt met gekarameliseerde suiker te beschrijven, uitgevonden door de graaf van Plessis-Praslin. Toen Jean Neuhaus, een Belgische chocolatier, in 1912 de eerste moderne praline (een gevuld chocolaatje) uitvond, werd het woord in België gebruikt om die chocoladebonbons aan te duiden. De term heeft zich over het hele land verspreid en omvat nu een hele reeks gevulde chocolaatjes, zelfs buiten de Neuhaus-productie. Er is echter nog een andere oorsprong: de term “praline” zou afkomstig kunnen zijn uit de tuinbouw, waar “praliner” betekent dat je de wortels van een plant bedekt met meststof voordat je hem plant.

5. ROLLEN VAN DE HOUDERS EN GEBRUIKERS VAN HET ELEMENT

5.1. DE UITVOERDERS (DIE OPTREDEN EN DOORGEVEN)

Chocolatiers en chocoladeverdelers in Brussel produceren producten en stellen ze ter beschikking van de Brusselse consument.

Chocolatiers spelen ook een rol in het doorgeven van de traditie. De knowhow wordt onderwezen in de grote huizen, maar ook in de uitstekende scholen (waar vakmensen les geven) die elk jaar nieuwe chocolatiers opleiden. In België bestaat de opleiding tot chocolatier op zichzelf en wordt ze niet, zoals in andere landen, beschouwd als een optie binnen de “pâtisserie”.

Professionals hebben de mogelijkheid om hun opleiding voort te zetten via gespecialiseerde academies.

De chocoladetraditie wordt doorgegeven aan het grote publiek via de twee chocolademusea in Brussel en via regelmatige lezingen door specialisten zoals de Brusselse journalist Jacques Mercier.

5.2. TOESCHOUWERS EN ONDERSTEUNERS

- Federatie (Choprabisco)

- hub.brussels
- visit.brussels
- *Beyond chocolate* vzw

5.3. BEHEERDERS EN ORGANISATOREN

De vzw *I Love Belgian Chocolate*

Cf. 5.1 en 5.2

5.4. GEASSOCIEERDE INSTELLINGEN EN ORGANISATIES

- Federatie (Choprabisco)
- hub.brussels
- visit.brussels
- *Beyond chocolate* vzw
- Scholen: Ceria, EFP, Art of Chocolate, campus Wemmel.

6. STAAT, LEEFBAARHEID EN OVERDRACHT VAN HET ELEMENT

6.1. HUIDIGE OVERDRACHTSWIJZEN

SCHOLEN

Knowhow wordt van generatie op generatie doorgegeven aan professionals en toekomstige professionals, maar ook door de scholen en opleidingscentra in Brussel: Ceria, EFP, Art of Chocolate, campus Wemmel.

CHOCOLATIERS

Studenten leggen een professionele stage af bij de chocolatiers zelf, die hun knowhow en ervaring doorgeven tijdens die stageweken.

Chocolatiers geven hun klanten ook informatie over de chocolade die ze gebruiken, hun nieuwe recepten enz.

OPLEIDINGEN

Er bestaan ook niet-professionele opleidingen in de sector. Die vinden bijvoorbeeld plaats bij Art Of Chocolate, dat opleidingen organiseert voor chocoladeprofessionals, van de cacaoboon tot de klantervaring.

MUSEA

De reputatie wordt via musea doorgegeven aan het grote publiek: *Choco Story Brussels* en *Belgian Chocolate Village*. Die musea verwelkomen scholen, families, toeristen en Belgen die de geschiedenis en traditie van Belgische chocolade komen leren kennen. Choco Story Brussels organiseert ook *bean-to-bar* cursussen voor Ceria-studenten om hen te helpen het transformatieproces van bonen tot chocolade te begrijpen.

INSTELLING

Beyond Chocolate is een initiatief dat Belgische chocoladebedrijven, detailhandelaars, het maatschappelijk middenveld en onderzoeksinstituten samenbrengt om duurzame chocolade te promoten, het levensonderhoud van boeren te ondersteunen en ontbossing tegen te gaan.

LEZINGEN

Verschillende actoren bieden van tijd tot tijd lezingen over het thema chocolade. Dat is het geval met Jacques Mercier en Peggy Van Lierde (Geschiedenis op donderdag in het Museum van de Stad Brussel of de Bibliotheek van de Rijke Klaren in 2023).

TELEVISIE-UITZENDINGEN

Televisie-uitzendingen zoals *Les étoiles du Chocolat* op RTBF tonen het talent van onze chocolatiers op de buis. Net als bij andere culinaire programma's zit de kijker op de eerste rij om het creatieve talent, de precisie van de handelingen en de moeilijkheidsgraad van dit culinaire vak te aanschouwen.

Mediareportages belichten ook de knowhow achter Belgische chocolade of focussen op kwesties die centraal staan in de sector, zoals duurzaamheid.

WORKSHOPS

Er worden workshops georganiseerd door chocolatiers en in het museum *Choco Story Brussels*. Ze zijn bedoeld om het grote publiek te entertainen en hen te informeren over het vak van chocolatier. Voor de deelnemers is het vaak het eerste contact met het werken met chocolade.

AWARDS

Elk jaar reikt Gault&Millau de prijs uit aan de beste chocolatier in elk gewest (verkozen in Brussel in 2024: Frédérique Blondeel) en reikt de *Belgian Chocolate Awards* de prijs uit aan de beste student en professional in de sector.

Die prijzen zijn er ook om het belang van de sector door te geven aan toekomstige generaties.

6.2. TRADITIONELE PRAKTIJKEN DIE HET ELEMENT OF BEPAALDE ASPECTEN ERVAN REGELEN OF ER DE TOEGANG TOE BEPERKEN

Toegang tot het beroep: In België is er geen specifiek diploma vereist om chocolatier te worden. Er worden echter verschillende cursussen aangeboden in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, afhankelijk van het netwerk en het type onderwijs. Veel chocolatiers ontwikkelen zich door elke dag te oefenen en door samen te werken met andere ervaren chocolatiers.

In de voedingssector is er volgens de cijfers van Stabel gendergelijkheid, ook al zijn er in de sector meer mannelijke dan vrouwelijke werknemers. Die gelijkheid is al ongeveer tien jaar stabiel.

Er zijn geen officiële cijfers voor de chocoladesector in het bijzonder. We kunnen echter wel enkele conclusies trekken door de chocoladesector onder de loep te nemen.

Eenzijds is het aantal vrouwelijke studenten aan de chocolatierscholen in Brussel de laatste jaren toegenomen. In 2024-2025 zijn er evenveel meisjes als jongens op de school Lucia de Brouckère in Anderlecht. Tijdens de wedstrijd *Student Chocolate Challenge* die werd georganiseerd in het schooljaar 2024-2025 deden evenveel jongens als meisjes mee aan de wedstrijd. Daarbij werd het talent en de creativiteit van jonge mensen die nog in opleiding zijn in de kijker gezet.

Dat zou in de toekomst tot meer gelijkheid kunnen leiden, want op dit moment zijn er meer mannen dan vrouwen die als zelfstandig chocolatier aan de slag gaan. Om dat te bevestigen, baseren we ons op twee voorbeelden:

Van de twaalf ambachtelijke chocolatiers op de website *Belgian chocolatiers* is er slechts één vrouw.

Van de 35 ambachtelijke chocolatiers die deelnemen aan de editie van 2025 van de tentoonstelling *Bel'œuf* in het Hotel Amigo in Brussel, is amper een kwart vrouw.

Er is geen vergunning vereist om het beroep van chocolatier uit te oefenen. De website van Brussel Economie en Werkgelegenheid verduidelijkt wel dat de ondernemer bij de registratie van elke KMO met een commercieel doel bij de Kruispuntbank van Ondernemingen (KBO) zijn kennis op het gebied van bedrijfsbeheer moet aantonen.

Chocolade kan dus door iedereen worden bewerkt. Als het echter op de markt wordt gebracht, moet hij voldoen aan de geldende kwaliteitsnormen (FAVV).

Met wat oefening is het maken van chocolade voor iedereen toegankelijk. Chocolade maken op basis van cacaobonen vereist echter meer ervaring en deskundigheid. Het draait allemaal om het kiezen van de juiste bonen en het aanpassen van de branding en het vervaardigingsproces van de chocolade aan de gekozen bonen. Het recept kan worden aangepast aan de bonen en de chocolade die men wenst te bekomen.

Het werken met chocolade, het creëren van recepten, het combineren van smaken en het beheersen van traditionele recepten vereisen allemaal ervaring en oefening.

Zoals hierboven vermeld, leiden veel chocolatiers zichzelf op. Die weg vereist echter veel passie, vastberadenheid en zelfdiscipline. Er worden ook steeds meer onlineopleidingen aangeboden door professionele chocolatiers.

Label: er is geen label dat specifiek gewijd is aan de bescherming van Belgische chocolade, wat door verschillende chocolatiers wordt betreurd. Hoewel er geen specifieke wetgeving bestaat die de benaming “Belgische chocolade” beschermt, bestaat er wel Europese wetgeving (FIC-verordening 1169/2011) die bepaalt dat de etikettering van een levensmiddel de koper niet mag misleiden, ook niet wat de oorsprong van het product betreft. Buitenlandse fabrikanten die Belgische chocolade als ingrediënt gebruiken, mogen enkel naar Belgische chocolade verwijzen met de woorden “gemaakt met Belgische chocolade”.¹⁰ Sinds 2008 werkt de federatie Choprabisco aan het dossier betreffende de creatie van een label “Belgische chocolade”.

Veel chocolatiers betreuren ook het gebrek aan regelgeving door de overheid, vooral op het vlak van ondersteuning van het ambachtelijke vak van chocolatier. De FOD Economie heeft een label “Erkend Ambacht” ingevoerd, maar het beroep van chocolatier valt onder de rubriek “voedingsproduct”, wat een vrij brede categorie is.

6.3. LEEFBAARHEID VAN DE IMMATERIËLE ELEMENTEN, BESCHIKBAARHEID VAN DE BIJBEHORENDE MATERIËLE GOEDEREN/VOORWERPEN

Volgens hub.brussels is de chocoladesector in Brussel relatief **stabiel** en groeiende. Tussen 2010 en 2017 steeg het aantal ondernemingen dat chocolade vervaardigt of verhandelt van 114 naar 146.

Er is ook een groeiend enthousiasme voor het vak, met elk jaar meer en meer studenten die zich inschrijven in chocoladecursussen in Brussel. De meeste van die jonge chocolatiers zullen werken voor ervaren chocolatiers of patissiers.

De sector kan worden omschreven als **dynamisch en innovatief** met een rijkdom aan creaties van chocolatiers.

De sector kan worden beschouwd als **geëngageerd** om te voldoen aan de verwachtingen van de consument, die zich vandaag meer bekommert om de traceerbaarheid en de oorsprong van chocolade.

De chocolatier moet steeds meer communiceren en informatie over zijn creaties doorgeven. Er is een **grote transparantie nodig** over de herkomst van de cacao of chocolade, de keuze van de ingrediënten (lokaal?) en hun versheid. Dat geldt ook voor de keuze van de verpakking en de ecologische voetafdruk. Is de chocolade veganistisch? Alcoholvrij? Koosjer?

De stijging van de cacaoprijs die in 2024 plaatsvond, zet chocolatiers er ook toe aan om meer te communiceren en hun prijzen aan te passen. Die prijsstijging wordt door sommige chocolatiers

¹⁰ Bron: Choprabisco

gezien als een kans om de consument te wijzen op het belang van een eerlijkere vergoeding voor de telers, maar het is ook een dagelijkse uitdaging om de consument die prijsstijging te laten accepteren.

Het gebrek aan een specifiek diploma en de politieke bedreigingen voor beroepsonderwijs en zouden uiteindelijk sommige jongeren kunnen ontmoedigen om een opleiding tot chocolatier te volgen op middelbare scholen, terwijl het aantal jongeren dat naar die scholen gaat de afgelopen jaren duidelijk is toegenomen. Het gebrek aan een specifiek diploma in het hoger onderwijs zou in de toekomst ook kunnen leiden tot een daling van het aantal jonge chocolatiers, hoewel dat nog niet werd waargenomen.

Sinds enkele jaren wordt de aantrekkingskracht van het beroep ook weerspiegeld in een aantal culinaire televisieprogramma's die chocolade in de kijker zetten. Sinds 2024 daagt de RTBF Belgische ambachtslieden uit in zijn programma "*Les étoiles du chocolat*".

De overdracht van knowhow gebeurt ook dagelijks door twee chocolademusea in Brussel, die veel bezoekers uit het binnen- en buitenland ontvangen. In het museum Choco Story Brussels bijvoorbeeld, dat meer dan 200.000 bezoekers per jaar verwelkomt, ligt de focus op de geschiedenis van cacao en chocolade, maar ook op de duurzaamheid en de productie van cacao in cacaoproducerende landen en op technieken voor het maken van chocolade. Een chocolatier demonstreert hoe je op ambachtelijke wijze Belgische pralines maakt.

Tot slot nemen chefs in restaurants menu's, gerechten of desserts op basis van chocolade op in hun menukaarten en zorgen ze ervoor dat ze goed tot hun recht komen.

Sommige chefs zetten chocoladerepen op hun dessertkaart om van te genieten bij de koffie.

6.4. EVENTUELE BEDREIGINGEN

De knowhow op het vlak van chocolade wordt geconfronteerd met uitdagingen die we kunnen identificeren als mogelijke bedreigingen voor de sector.

Alternatieven voor chocolade

Ambachtelijke chocolade wordt bedreigd door alternatieven als namaakchocolade, zogenaamde imitatiechocolade, die geen cacaoboter bevat, en ingrediënten van lage kwaliteit.

Er verschijnen nieuwe recepten, zoals ChoViva, chocoladevormen zonder cacao, als alternatief door de explosief gestegen cacaoprijzen. Dat alternatief vervangt cacaobonen door haver en zonnebloempitten.

Kosten

Of het nu gaat om de energiekosten of grondstofprijzen, chocolatiers worden gedwongen om hun prijzen aan te passen. Sinds 2023 zijn die kosten sterk gestegen en dat wordt onder meer doorgerekend aan de consument.

Naast die economische beperkingen legt het FAVV soms ook dure regelingen op om de naleving van de Voedselketen te garanderen. Sommige chocolatiers moeten investeren of hun gebouwen reorganiseren om aan die normen te voldoen.

Tekort

Sinds 2024 is er een tekort aan cacao als gevolg van de klimaatverandering en de demotivatatie van boeren, die geen eerlijke vergoeding krijgen en overschakelen op andere gewassen of beroepen.

Internationale concurrentie

Steeds meer landen zetten hun knowhow op het gebied van chocolade in de kijker. Die buurlanden of landen verder weg vormen een risico voor de erkenning van onze Belgische knowhow op het internationale toneel.

Enkele voorbeelden:

- In Frankrijk: de wedstrijd Meilleurs Ouvriers de France verheft chocolatiers tot rocksterren!
- In de Verenigde Staten zijn er al zo'n 500 *bean-to-bar* chocolatiers.
- In Italië profileert de stad Perugia zich als de stad van de chocolade.

Erkenning van het beroep

Het ambacht wordt onvoldoende ondersteund en gewaardeerd in België. Dat is vooral te wijten aan het gebrek aan een verplicht diploma. Ter vergelijking: in Frankrijk is een diploma, dat men behaalt met onder meer een einddiploma technische school, verplicht om het beroep van chocolatier te mogen uitoefenen.

6.5. BESTAANDE BEHEERMAATREGELEN OF VRIJWARINGSMATREGELEN

De federatie **Choprabisco** die als doel heeft professionals in de sector te informeren en te beschermen.

Beyond Chocolate die de duurzaamheidsinspanningen in de chocoladesector wil ondersteunen.

Musea die tot doel hebben de geschiedenis van chocolade door te geven en bij te dragen tot zijn reputatie in Brussel en daarbuiten.

De vzw **I Love Belgian Chocolate** die tot doel heeft chocolatiers te ondersteunen en hun reputatie te helpen groeien.

7. REFERENTIES

7.1. ANDERE INVENTARISSEN

Staat het element in een inventaris in de Federatie Wallonië-Brussel of in Vlaanderen? nee

Is het element erkend bij de UNESCO of in een ander programma? nee

7.2. REFERENTIES (BIBLIOGRAFISCHE, DISCOGRAFISCHE, AUDIOVISUELE EN ARCHIVISTISCHE)

7.2.1. VOORNAAMSTE BIBLIOGRAFIE EN PUBLICATIES

“Le chocolat belge” Génération bean to bar -P.Marcolini, Michel Verlinden, Alexandre Bibaut toont de nieuwe golf van bean-to-bar chocolatiers.

“Le Chocolat belge” door Bernard Gontier: dit boek schetst de geschiedenis van Belgische chocolade en biedt recepten van de beroemdste chocolatiers. Een must voor de echte chocoladeliefhebbers.

“Chocolat : La rencontre du chocolat et du luxe belge”: een prachtig boek met de creaties van enkele van de beste chocolatiers van België, geïllustreerd met foto's van hun producten en interviews over hun artistieke benadering van chocolade.

“Le Chocolat de A à Z” door Philippe Meyers en Patrick Moriau: dit boek beschrijft de geschiedenis en de productie van Belgische chocolade, met recepten en anekdotes over de rol van chocolade in België.

“Why is Belgian chocolate so fascinating?” door Eddy Van Belle: een uitzonderlijk boek dat de redenen verklaart voor de wereldwijde waardering van Belgische chocolade.

“La tentation du chocolat” door Jacques Mercier - Dit boek vertelt het fantastische verhaal van chocolade door de eeuwen heen aan de hand van een schat aan heerlijke details, nooit eerder vertelde verhalen, prachtige beelden en mythische anekdotes. Neuhaus, de uitvinder van de praline, wiens geschiedenis al meer dan 150 jaar verweven is met die van chocolade,

Site CHOPRABISCO: <https://www.choprabisco.be/index.html>

7.2.2. ARTIKELS

Wetenschappelijk artikel “face à l'explosion des prix, des scientifiques ont créé le chocolat sans cacao.” door Matthias Troude - 24 november 2024.

7.2.3. IN DE MEDIA

Reportage van de Frans-Belgische YouTuber Doc Seven:
<https://www.youtube.com/watch?v=H0uzQbDV2-8>

[Pâtisserie : l'art du trompe l'oeil - Les étoiles du chocolat belge E01](#) RTBF december 2024

7.2.4. TENTOONSTELLINGEN

“Chocolade: van drank voor edelman tot reep voor alleman”, tentoonstelling ASLK-galerij, Brussel, van 23 februari tot 2 juni 1996

Tentoonstelling “Chocolat !”, Albert Marinus Centrum, van 16 februari tot 13 mei 2012

7.2.5. AUDIOVISUEEL MATERIAAL

“Le Goût du chocolat” (2003): deze documentaire verkent de plaats van chocolade in de Belgische gastronomie en belicht de meesterchocolatiers, het erfgoed en de innovatie die van België een wereldcentrum voor chocolade hebben gemaakt.

7.2.6. ARCHIEVEN

De website van Thierry Berlangier, gewijd aan verpakkingen en de geschiedenis van Belgische en Brusselse chocolade: <https://lemondedeschocolateriesbelges.wordpress.com/tag/pirard/>

7.3. LINK NAAR DE WEBSITE

8. MOTIVERING VAN DE AANVRAAG

De reputatie van Belgische chocolade, die historisch en sociaal verbonden is met Brussel, ondersteunen, verdedigen en opwaarderen.
Het is noodzakelijk dat deze sector officiële erkenning krijgt.

Opname in de inventaris van het immaterieel cultureel erfgoed zou helpen om de knowhow, traditie, dynamiek en innovatie van chocolatiers, die in Brussel zijn gevestigd en met hun talent de kwaliteit en uitmuntendheid van Belgische chocolade helpen bevorderen te beschermen.

Chocolatiers zouden die erkenning kunnen gebruiken als promotieargument, waardoor ze rechtstreekse steun zouden kunnen krijgen.

Opname in de inventaris van het immaterieel cultureel erfgoed zou ook de noodzakelijke overdracht van die knowhow aan toekomstige generaties ten goede komen..

9. INSTEMMING EN DEELNAME

Dit dossier werd opgesteld door de stichtende leden van de vzw *I Love Belgian Chocolate*, goedgekeurd door *Choco Story Brussels* en gesteund door de in dit formulier geïdentificeerde dragers van de traditie.

Die belanghebbenden hebben een steunbrief ondertekend.