

DEPARTEMENT CULTUUR, JEUGD, & MEDIA

Arenbergstraat 9
1000 Brussel
Cjm.vlaanderen.be

Aanvraag tot opname op de Inventaris Vlaanderen voor Immaterieel Cultureel Erfgoed

De traditie en het vakmanschap van de Belgische chocolade in Vlaanderen

Ingediend door vzw I Love Belgian Chocolate
Oktober 2026

Inleiding

Deze aanvraag beoogt de erkenning van de traditie en het vakmanschap van de chocolade in Vlaanderen als immaterieel cultureel erfgoed. Ze wil de diepgewortelde traditie, de specifieke kennis en de verfijnde technieken die de Vlaamse chocoladecultuur kenmerken, duurzaam borgen en doorgeven aan toekomstige generaties.

De chocolade-industrie in Vlaanderen is niet alleen een economische pijler, maar ook een sociaal en cultureel fenomeen. Chocolade vormt een deel van het dagelijks leven, van feestdagen tot kleine geluksmomenten, en symboliseert gastvrijheid, verfijning en vakmanschap.

Het dossier sluit aan bij de Vlaamse visie op het behoud van immaterieel erfgoed, waarin levende tradities een dynamisch onderdeel vormen van onze hedendaagse identiteit. De opname op de Inventaris Vlaanderen zou bijdragen aan de erkenning, de continuïteit en de zichtbaarheid van dit levend erfgoed, in nauwe samenwerking met consumenten, chocolatiers, opleidingscentra, en musea.

We raden ook aan om de bijlagen te lezen, daar er heel wat informatie in staat die ook van belang is.

1. AANVRAGER

Naam aanvrager/ organisatie: vzw I Love Belgian Chocolate

Ondernemingsnummer: 1000180856

Vertegenwoordigd door: Mijnheer Nicolas Deckers Medeoprichter

Adres: Lombardstraat 3, 1000 Brussel

Contact: ndeckers@puratos.com | GSM +32 473 45 28 71

Betrokkenheid bij het erfgoed

1.1. Hoe bent u bij dit erfgoed betrokken

Wie zijn wij

De vzw *I Love Belgian Chocolate* werd officieel opgericht in 2023, op initiatief van drie gepassioneerde chocoladeliefhebbers: Peggy Van Lierde, Laurence Koutny en Nicolas Deckers. Samen brengen zij meer dan 100 jaar ervaring in de kunst van Belgische chocolade.

Vanaf het begin was het hun ambitie om deze gedeelde passie uit te dragen: een waardevol erfgoed dat van generatie op generatie wordt doorgegeven via ambacht en vakmanschap.

Onze missie

Het ondersteunen en promoten van het vakmanschap en de rijke traditie van Belgische chocolatiers. We zetten de creativiteit, het verhaal, de initiatieven en het talent van chocolatiers in België in de kijker, en organiseren zowel BtB- als BtC-evenementen om dit gastronomisch erfgoed te laten schitteren.

De vzw *I Love Belgian Chocolate* wil dit vakmanschap onder de aandacht brengen via vier pijlers: vakmanschap, traditie, duurzaamheid en innovatie.

Aanvraag als groep

De aanvraag wordt ingediend namens een brede gemeenschap van consumenten, chocolatiers in Vlaanderen, verdelers, opleidingscentra, musea, en sectororganisaties.

Dit dossier kwam tot stand dankzij de waardevolle medewerking van chocolatiers, erfgoedpartners, instellingen, musea en consumenten die zich inzetten voor het behoud en de erkenning van dit levende erfgoed. Door middel van werksessies, gedachtewisselingen en herlezingen leverden zij een belangrijke bijdrage aan de totstandkoming van dit dossier. In het bijzonder danken wij:

Peggy Van Lierde:	Choco-Story Brugge
Laurence Koutny:	Art of Chocolate
Chantal Bisschop:	Centrum Agrarische Geschiedenis
Lien Geyskens:	Centrum Agrarische Geschiedenis
Laura Danckaert:	Centrum Agrarische Geschiedenis
Ina Ruckebush:	Bakkerij Museum Veurne
Kato Masschelein:	Werkplaats Immaterieel Erfgoed

Dominique Persoone:	The Chocolate Line
Julius Persoone:	The Chocolate Line
Youri Dumont:	Puratos
Guy Gallet :	Choprabisco
Mieke Callebaut :	Choprabisco
Henry de Giey :	La Belgique Gourmande
Alexis Malherbe:	La Belgique Gourmande
Barnabé Deckers:	Consument, leerling, en toekomstige generatie
Peter Teerlinck:	Leeraar Chocolaterie Ter Groene Poorte
Désirée Libeert :	Libeert Chocolate
Davy De Cooman :	Colruyt
Christine Dhondt:	Ter Groene Poorte
Saskia Van Kerrebroek:	Consument
Joke Braet:	Puratos
Jan Proot:	Del Rey Chocolate
Ellen Van Orshaegen:	Chocolate Nation Antwerpen
Geert Decoster:	Centho Chocolate
Quentin Lanotte:	Puratos

De consument die op locaties in Vlaanderen werd geïnterviewd. Het brede publiek erkent chocolade als een integraal onderdeel van de Belgische en de Vlaamse identiteit en gastvrijheid.

De vele chocolatiers die via beurzen, bezoeken en informele ontmoetingen hebben bijgedragen met hun expertise, inzichten en advies.

1.2. Wie steunt deze aanvraag

Draagvlak en steun

De aanvraag geniet brede steun van:

- De chocolatiers gevestigd in Vlaanderen
- De chocolade verwerkers in Vlaanderen
- De chocoladeverdelers
- De leveranciers van chocolatiers
- De consument, gezinnen in Vlaanderen die van chocolade houden, zij consumeren, schenken en gebruiken chocolade soms ook in hun dagelijks leven. Belangrijke evenementen voor de consument zijn bijvoorbeeld Pasen en Sinterklaas.
- De buitenlandse consument, toeristen die naar Vlaanderen komen voor chocolade. Ter illustratie: elk jaar bezoeken ongeveer 250.000 mensen van over de hele wereld het museum Choco Story Brugge. Zakenmannen en -vrouwen die thuiskomen met chocolade voor hun dierbaren.

- Restauranthouders en horecaprofessionals die het Belgisch erfgoed en de beste ingrediënten willen versterken
- Instellingen die zich inzetten voor het behoud en de promotie van vakmanschap en traditie rond chocolade (zoals federaties, musea, scholen, journalisten...)
- Bedrijven in Vlaanderen die chocolade aanbieden aan Belgische en internationale klanten

Hun steun blijkt uit de meer dan 300 steunbrieven, die verzameld werden in musea, via een QR-code, via persoonlijk contact, chocoladebeurs, winkels, ... 100% van de ondervraagden heeft zijn steun uitgesproken voor dit erfgoed.

De antwoorden tonen een brede maatschappelijke waardering voor de Belgische chocoladetraditie. Respondenten beschouwen chocolade als een belangrijk onderdeel van het cultureel erfgoed, de identiteit en het DNA van Vlaanderen en België. Zij benadrukken het uitzonderlijke vakmanschap, de doorgave van kennis tussen generaties, de internationale reputatie van kwaliteit en de economische en toeristische waarde van de sector. Daarnaast wordt chocolade gezien als een bron van trots, verbondenheid, creativiteit en genot die bescherming en erkenning verdient voor toekomstige generaties.

1.3. Ondersteuning erfgoedorganisaties

De aanvraag wordt ondersteund door **Werkplaats immaterieel erfgoed** en **Centrum Agrarische Geschiedenis**.

1.4. Motivatie

Het ondersteunen, verdedigen en valoriseren van de reputatie van chocolade, die historisch en sociaal verbonden is met Vlaanderen.

Chocolade is diep verankerd in de Vlaamse cultuur. Ze staat symbool voor gastvrijheid, kwaliteit en vakmanschap, waarden die van generatie op generatie worden doorgegeven. In Vlaanderen is het een mooie traditie om chocolade cadeau te geven bij een bezoek, als blijk van waardering, vriendschap of dankbaarheid. Chocolade speelt bovendien een belangrijke rol bij tal van jaarlijkse tradities en feestmomenten. Zo is een Sinterklaasfeest op 6 december voor veel kinderen nauwelijks denkbaar zonder een chocoladefiguur van Sinterklaas. Chocolade speelt bovendien niet alleen een rol tijdens feestdagen en bijzondere gelegenheden, maar is ook een vertrouwd onderdeel van het dagelijkse leven, als tussendoortje, tijdens het ontbijt, met een kopje koffie, of gedeeld tijdens informele momenten met familie, vrienden en collega's.

De uitzonderlijke kwaliteit van onze chocoladeproducten wordt wereldwijd erkend en gewaardeerd. Die reputatie is het resultaat van een sterk ambachtelijk vakmanschap, gedragen door gepassioneerde chocolatiers die hun kennis en liefde voor het product met zorg en precisie uitdragen.

De sector staat voor belangrijke uitdagingen, zoals toenemende buitenlandse concurrentie en stijgende cacaoprijzen. Daarom is het essentieel dat chocolade en het bijbehorende vakmanschap de nodige ondersteuning krijgen en dat consumenten zich bewust worden van de waarde en kwetsbaarheid van deze traditie. Consumenten hechten veel waarde aan de kwaliteit, traditie en het vakmanschap achter Belgische chocolade.

Een opname in de Inventaris Vlaanderen van het immaterieel cultureel erfgoed zou daartoe bijdragen. Het zou helpen om het vakmanschap, de traditie, de dynamiek en de innovatie van de chocolatiers in Vlaanderen zichtbaar te maken, te verdedigen en te ondersteunen.

Een opname in de Inventaris zou daarnaast ook bijdragen aan de noodzakelijke overdracht van dit vakmanschap aan toekomstige generaties. We moeten investeren in de opleiding van jong talent zodat deze rijke traditie kan worden voortgezet en chocoladeliefhebbers, zowel in België als ver daarbuiten, kunnen blijven genieten van de smaak en beleving die Belgische chocolade biedt.

We mogen bijzonder fier zijn op wat de vorige generaties ons hebben nagelaten. Door hun talent dragen zij bij aan de promotie van de kwaliteit en de uitmuntendheid van Belgische chocolade. Het is onze verantwoordelijkheid om dit erfgoed verder uit te bouwen. Doen we dat niet, dan bestaat het risico dat dit label, dat onlosmakelijk verbonden is met ons land en onze streek, binnen maximum twee generaties niet langer wereldwijd wordt erkend door de consument.

Dit dossier onderstreept het belang van de erkenning van de traditie en het vakmanschap van de Belgische chocolade in Vlaanderen als immaterieel erfgoed.

De vzw I Love Belgian Chocolate heeft samen met het kabinet van de Staatssecretaris van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en urban.brussels met succes een dossier ingediend bij de Brusselse overheid. Chocolade vervoegt hiermee andere Brusselse culinaire symbolen, zoals bier, frieten, speculoos en witloof, en wordt zo het 22e element dat mee de Brusselse identiteit en cultuur vormgeeft.

De vzw I Love Belgian Chocolate werkt momenteel ook aan een erkenningsdossier in Wallonië, met de ambitie om uiteindelijk een **UNESCO-erkenning** voor de Belgische chocoladetraditie en het chocolatiersvakmanschap te verkrijgen.

2. IMMATERIEEL ERFGOED

2.1. Naam van het erfgoed

De traditie en het vakmanschap van de Belgische chocolade in Vlaanderen.

2.2. Korte beschrijving

De geschiedenis van chocolade in Vlaanderen gaat terug tot de 17e eeuw, toen cacao via de Spaanse Nederlanden werd geïntroduceerd. De firma Berwaerts was in 1840 een van de pioniers van de Belgische chocolade en was de eerste onderneming die chocolade in de vorm van tabletten, pastilles en figuren commercieel aanbood. Hiermee legde zij mee de basis voor de ontwikkeling van België tot een internationaal gerenommeerd chocoladeland. In 1845 opende Meurisse in Antwerpen zijn chocoladefabriek, gevolgd door iconische merken zoals Côte d'Or, Neuhaus, Leonidas, Godiva en Guylian. Een belangrijke mijlpaal was de uitvinding van de Belgische praline door Jean Neuhaus Jr. in 1912. Mevrouw Louise Agostini, de echtgenote van Jean Neuhaus Jr., vond in 1915 de ballotin uit. Dit elegante doosje werd ontwikkeld om pralines beter te beschermen tijdens transport en verkoop, maar ook om ze op een verzorgde en stijlvolle manier te kunnen schenken. Dankzij hun chocoladetabletten, pralines en andere specialiteiten, maar ook hun prestigieuze winkels, droegen deze ondernemingen sterk bij aan de wereldwijde reputatie van Belgische chocolade.

Vandaag zetten gerenommeerde chocolatiers deze traditie voort. Ze combineren vakmanschap, creativiteit en innovatie en verbinden traditionele recepten met nieuwe smaken, ingrediënten en vormen. Zo blijft de Belgische chocoladecultuur zich ontwikkelen en wordt ze internationaal uitgedragen.

Vandaag de dag speelt chocolade een belangrijke economische en culturele rol in Vlaanderen. De regio telt 300-350 chocolatiers, evenals chocolademusea in Brugge en Antwerpen. De haven van Antwerpen is een van de belangrijkste invoerpunten voor cacao, afkomstig uit onder andere Ivoorkust en Ghana, maar ook uit tal van kleinere oorspronglanden in Afrika, Azië en Zuid-Amerika. Daarnaast zijn grote producenten van couverturechocolade, zoals Callebaut, Belcolade en Cargill, in Vlaanderen gevestigd. Een aanzienlijk deel van de Belgische chocoladeproductie is bestemd voor export. België is immers een van de belangrijkste chocolade-exporteurs ter wereld.

Het vakmanschap van Belgische chocolatiers, waarin kwaliteit, smaak, duurzaamheid en ethiek centraal staan, wordt van generatie op generatie doorgegeven. Dat gebeurt zowel binnen familiebedrijven als via opleidingen, stages en de begeleiding door ervaren vakmensen. Deze gespecialiseerde kennis is bepalend voor de smaak en textuur van Belgische chocolade. Het productieproces vereist vakmanschap in elke stap, het selecteren en mengen van grondstoffen, het gebruik van 100% cacaoboter, het malen tot 20 microns, (wat niet gebeurt in andere landen en zorgt voor het uitzonderlijke zachte mondgevoel van Belgische chocolade), en concheren van de chocolademassa, het beheersen van temperatieprocessen en het zorgvuldig ontwikkelen en verfijnen van recepturen. Chocolatiers creëren zo de karakteristieke smeuïgheid, het evenwichtige smaakprofiel en de verfijnde mondbeleving te creëren waarvoor Belgische chocolade internationaal wordt gewaardeerd.

Niet alle chocolatiers werken op dezelfde manier. Sommige chocolatiers vertrekken vanaf de cacaoboon, terwijl de meerderheid werkt met couverturechocolade. Of men nu couvreur is of Bean to Bar-chocolatier, het productieproces van chocolade begint altijd met de zorgvuldige selectie van hoogwaardige grondstoffen. Chocolatiers beschikken over uitgebreide kennis van cacao, andere ingrediënten en hun herkomst, en spelen daarmee in op de groeiende vraag van consumenten naar transparantie en kwaliteit.

Een belangrijke uiting van dat vakmanschap is de praline. Het vervaardigen van pralines, zowel gemouleerd als omhuld, vereist een grote beheersing van technieken zoals tempereren, vormen, vullen, omhullen en afwerken. Deze kennis vormt een essentieel onderdeel van het vakmanschap dat de reputatie van de Belgische chocolade mee heeft opgebouwd.

Het vakmanschap steunt op tradities en iconische recepturen, maar evolueert voortdurend door innovatie, zowel op het vlak van technieken als van smaken. Creativiteit speelt daarbij een essentiële rol: zij stelt chocolatiers in staat zich te onderscheiden en consumenten telkens opnieuw te verrassen met nieuwe creaties voor gelegenheden die nauw verbonden zijn met chocolade. Ze spelen zo in op veranderende voorkeuren en gelegenheden.

Dat komt tot uiting in een rijke verscheidenheid aan chocoladeproducten en tradities. Naast iconische pralines worden in Vlaanderen tal van bijzondere creaties gemaakt, zoals ambachtelijke chocoladetabletten, holle seizoen figuren, orangettes, mendiants, cerisettes en chocoladepasta. Ook lokale specialiteiten, zoals Antwerpse diamant- en handjespralines, Gentse sneeuwballen, Mechelse maantjes en Brugse chocoladezwaantjes, verbinden chocolade met de identiteit en geschiedenis van Vlaamse steden. Chocolade geeft bovendien ritme aan het jaar en is verbonden met verschillende feestelijke tradities, zoals Valentijn, Pasen, Sinterklaas en Kerstmis. Chocolade maakt deel uit van het dagelijks leven en tal van tradities, en kleine genietmomenten. Zo verbindt het generaties en neemt het een vaste plaats in binnen het collectieve geheugen van vele families.

Ook in het dagelijkse en culinaire leven is chocolade sterk aanwezig. De bekende napolitain bij een kop koffie, dame blanche als dessert of andere chocoladedesserts op restaurantmenu's en innovatieve toepassingen door Vlaamse chefs illustreren hoe diep chocolade verankerd is in de samenleving. Deze voortdurende combinatie van vakmanschap, creativiteit en lokale tradities zorgt ervoor dat Vlaanderen een belangrijke rol blijft spelen in de ontwikkeling van de Belgische chocoladecultuur.

Het chocolade-erfgoed leeft bovendien voort in meer dan alleen producten en recepten. Ook de ballotin, herkenbare verpakkingen, historische documenten, traditionele

gereedschappen en machines, mondelinge getuigenissen, opleidingen en kennisoverdracht maken deel uit van die cultuur. Zelfs creatieve winkelvitruines dragen bij aan de zichtbaarheid en beleving van chocolade en het vakmanschap erachter.

Belgische chocolade, en met name de praline, heeft internationaal een sterke reputatie, maar staat niet op zichzelf. Ook andere landen ontwikkelen en profileren hun eigen chocoladetradities. Zwitserland bouwde bijvoorbeeld een sterke reputatie op rond melkchocolade, Frankrijk rond gastronomie en *terroir*, en Italië rond regionale specialiteiten zoals gianduja. In de Verenigde Staten groeide de voorbije jaren een sterke bean-to-bar-beweging. Ook in het Midden-Oosten en Azië neemt de belangstelling voor ambachtelijk chocoladevakmanschap toe. Tegen die internationale achtergrond blijft de Belgische chocoladecultuur zich verder ontwikkelen, gedragen door vakkennis, creativiteit en levende tradities.

2.3. Andere belangrijke aspecten van het erfgoed

De belangrijkste aspecten van dit immaterieel erfgoed, die reeds in de beschrijving werden toegelicht, omvatten het **vakmanschap** van de chocolatier, de voortdurende **creativiteit** en **innovatie** binnen het beroep, en de **tradities** en gebruiken waarin chocolade een centrale plaats inneemt in zowel feestelijke als alledaagse momenten van het leven. Andere aspecten zijn:

- **Opleiding en sensibilisering:** De sterke verankering van het chocoladevakmanschap in opleidingen, wedstrijden en leertrajecten. Daarnaast blijft het belangrijk om ook consumenten meer bewust te maken van de rijkdom van de Belgische chocoladecultuur. Daarbij gaat aandacht naar de oorsprong van cacao, de productieprocessen, het vakmanschap van chocolatiers, duurzame cacao-initiatieven en de maatschappelijke en ecologische uitdagingen binnen de sector. Op die manier kan de passie voor chocolade verder worden doorgegeven aan toekomstige generaties.
- **Duurzaamheid:** Consumenten hechten steeds meer belang aan transparantie, zuivere ingrediëntenlijsten en duurzame bevoorrading van grondstoffen (www.tastetomorrow.com). Dankzij de gezamenlijke inspanningen van de Belgische chocoladesector, chocolade producenten en retailers binnen het initiatief Beyond Chocolate worden vandaag belangrijke stappen gezet om Belgische chocolade nog duurzamer te maken (www.idhsustainabletrade.com). Tegen eind 2025 moest alle Belgische chocolade duurzaam gecertificeerd zijn, en tegen 2030 moeten cacaoboeren een leefbaar inkomen verdienen.

De meesten sluiten zich aan bij bekende certificeringsprogramma's zoals Rainforest Alliance (RFA) en Fairtrade. Sommige couveturiers, merken en retailers hebben zelfs hun eigen duurzaamheidsprogramma, zie hier enkele voorbeelden:

Couveturiers:

- Callebaut: www.cocoahorizons.org
- Belcolade: www.cacaotrace.com

Merken:

- Libeert: www.libeert.com
- Belfine: www.belfine.com

Retailers:

- Colruyt: <https://press.colruytgroup.com/alle-boni-chocoladetabletten-dragen-nu-bijaan-een-leefbaar-inkomen-voor-de-cacaoboer>

2.4. Betekenis vandaag

De traditie en het vakmanschap van Belgische chocolade vormen een levend cultureel erfgoed dat al generaties lang wordt doorgegeven. Doorheen de jaren hebben chocolatiers een unieke expertise opgebouwd, van de selectie en verwerking van grondstoffen tot het creëren van pralines, tabletten en andere chocoladeproducten. Deze kennis, gekenmerkt door een grote aandacht voor kwaliteit, verfijning, smaak en innovatie, draagt bij aan de internationale reputatie van Belgische chocolade. Dit vakmanschap is een bron van trots voor Vlaanderen en België. Tegelijk staat het voor nieuwe uitdagingen in een veranderende wereld, met toenemende aandacht voor duurzaamheid, transparantie en veranderende consumentenverwachtingen. Daarom is het belangrijk deze kennis en tradities actief te ondersteunen, zichtbaar te maken en door te geven aan toekomstige generaties.

Dit erfgoed leeft echter niet alleen dankzij chocolatiers. Ook consumenten spelen een essentiële rol in het voortbestaan ervan. De consumenten in Vlaanderen zijn trots op hun chocolade die deel uit maakt van tal van sociale gebruiken en bijzondere levensmomenten. Zo grijpen ze elke gelegenheid om deze passie te delen met hun omgeving.

Chocolade geeft ritme aan het jaar en is verbonden met verschillende feestelijke tradities. Vormproducenten creëren diverse mallen voor pralines of figuren die typisch zijn voor elk evenement.

- **Februari – Valentijnsdag:** Chocolade neemt de vorm aan van hartjes in de winkels van chocolatiers. Verpakt in een elegant doosje is het een ideaal geschenk om een geliefde te verwennen.
- **Lente – Pasen:** Er worden paaseierenzoektochten georganiseerd, zowel privé als openbaar. Deze zijn een uitnodiging voor jong en oud om zoveel mogelijk kleine chocolade-eitjes te verzamelen in een afgebakende ruimte. In de winkels nemen de chocolades de vorm aan van eieren en konijnen.

- **6 december – Sinterklaas:** De patroonheilige van de kinderen wordt in elk huishouden verwacht. Kinderen zetten hun schoen op 5 december, meestal bij de haard, in de hoop de volgende ochtend lekkernijen te vinden, waaronder chocolade. In de winkels verkopen chocolatiers figuren in de vorm van Sinterklaas in verschillende groottes.
- **December – Kerstperiode:** Op de kerstmarkten in de regio vind je kraampjes met warme chocolademelk, een manier om zich te verwarmen op deze meestal openluchtmarkten. In de winkels nemen chocolades de vorm aan van kerstmannen of kleine kerstbomen. De kerststronk, een klassiek dessert op 25 december, bevat vaak chocolade. Chocolade is niet weg te denken in de talrijke adventskalenders die in december verkocht worden.
- **Andere gelegenheden** zoals Moederdag, Vaderdag, Dag van de Medewerker, of bij een geboorte als geschenk voor de verplegers, eindejaarsgeschenk voor leerkrachten, zijn ook momenten waarop chocolade wordt geschonken. Bij privé-, zakelijke of diplomatieke reizen is chocolade het favoriete geschenk. Een rondgang langs chocolatiers is een geliefde activiteit bij buitenlandse bezoekers.

Daarnaast is chocolade diep verankerd in het dagelijkse leven. Ze wordt aangeboden als attentie bij een kop koffie of als geschenk om waardering en verbondenheid uit te drukken. Tegelijk maakt chocolade deel uit van tal van alledaagse consumptiegewoonten, onder meer als broodbeleg in de vorm van chocoladepasta of hagelslag, als tussendoortje, als kleine beloning na een inspanning of als warme chocolademelk tijdens koude winterdagen.

Voor het toerisme in Vlaanderen is chocolade van groot belang. Denk aan alle chocolatiers in Brussel, Brugge en niet te vergeten de chocolatiers in Zaventem waar buitenlandse toeristen maar al te graag pralines of chocolade mee naar huis nemen als aandenken aan hun bezoek en om hun geliefden en vrienden te verwennen.

Chocoladeworkshops zijn de voorbije jaren uitgegroeid tot een populaire manier om consumenten kennis te laten maken met het vakmanschap achter Belgische chocolade. Chocolatiers, musea en opleidingscentra organiseren workshops waarin deelnemers technieken leren zoals tempereren, pralines maken en chocolade decoreren. Deze activiteiten trekken een breed publiek aan en zijn uitgegroeid tot een klassieker voor teambuildings, verjaardagsfeesten en vrijgezellenactiviteiten. Het aanbod groeit voortdurend, zowel in chocolademusea in steden als Brugge en Antwerpen als in de ateliers van lokale chocolatiers, zoals Sjolaa in Mechelen en d'Origine in Kortrijk. Op die manier wordt niet alleen technische kennis doorgegeven, maar ook de passie, tradities en culturele betekenis van Belgische chocolade. Chocolaterie Vandenbulcke uit Kortrijk heeft ook onlangs de "The Chocolate Trail" geopend, een interactief 4D-belevingscentrum.

Door deze tradities en gewoontes te beleven, te delen en door te geven, dragen consumenten actief bij aan het behoud van het vakmanschap en de chocoladecultuur in Vlaanderen.

2.5. Geschiedenis, evolutie en sociaal-culturele context van chocolade in Vlaanderen en Brussel. (Max. 4000 tekens incl. spaties)

Chocolade werd in de 17de eeuw via de Spaanse Nederlanden geïntroduceerd in onze regio. De oudste vermelding van cacao in Vlaanderen dateert uit 1635, met een factuur uit de abdij van Baudeloo in Gent. Aanvankelijk werd cacao vooral als drank geconsumeerd door de elite en verkocht in apotheken.

Vanaf de 19de eeuw zorgden mechanisatie en industrialisatie ervoor dat chocolade toegankelijk werd voor een breder publiek. Berwaerts was rond 1840 een pionier van de Belgische chocolade en introduceerde als eerste chocolade in de vorm van tabletten, pastilles en figuren. In 1845 volgde Meurisse met de opening van de eerste Belgische chocoladefabriek in Antwerpen.

Dankzij de haven van Antwerpen groeide België uit tot een belangrijke invoerder en verwerker van cacao. De ontwikkeling van de sector was verbonden met internationale handelsstromen, waaronder cacao uit Centraal- en Zuid-Amerika en later ook uit Afrika. Tijdens de koloniale periode werd de cacaoteelt in Congo gestimuleerd om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar chocolade in Europa. De invoer van cacao uit de kolonies droeg bij tot de ontwikkeling van de Belgische chocolade-industrie en haar internationale uitstraling. Belgische bedrijven kregen gemakkelijker toegang tot grondstoffen en handelsnetwerken in Centraal-Afrika. Deze geschiedenis herinnert ons eraan dat de oorsprong van grondstoffen niet los kan worden gezien van de sociale en economische omstandigheden waarin ze werden geproduceerd. Vandaag zet de Belgische chocoladesector sterk in op duurzaamheid, traceerbaarheid en een eerlijke waardeketen voor alle betrokken partijen.

In de loop van de 20e eeuw werd chocolade een vast onderdeel van het dagelijks leven. Chocoladefiguren met Pasen en Sinterklaas, pralines als geschenk, een chocolaatje bij de koffie en chocolade bij feestelijke gelegenheden groeiden uit tot diepgewortelde tradities. Chocolade maakt vandaag integraal deel uit van de Vlaamse cultuur en van het dagelijks leven.

België verwierf wereldwijd faam dankzij iconische chocolademerken. Côte d'Or werd opgericht in 1883. In 1912 creëerde Jean Neuhaus Jr. in Brussel de eerste praline, gevolgd door de ballotin - de elegante verpakking voor pralines die we vandaag nog steeds kennen - in 1915. Bekende chocolatiers en pralinemakers volgden: Leonidas ontstond in 1922, Godiva in 1926, Guylian in 1958, en Pierre Marcolini in 1995. Deze merken droegen sterk bij aan de internationale uitstraling van Belgische chocolade.

Gedurende de 20ste eeuw groeide Vlaanderen uit tot een centrum van chocoladevak kennis. Zowel industriële producenten als ambachtelijke chocolatiers ontwikkelden technieken, recepten en producten die vandaag nog steeds bepalend zijn voor de reputatie van Belgische chocolade. Innovatie blijft belangrijk, met recente ontwikkelingen zoals bean-to-bar-productie en een groeiende aandacht voor duurzaamheid en traceerbaarheid.

Volgens Statbel bevindt ongeveer twee derde van de Belgische chocolatiers zich in Vlaanderen. De sector omvat honderden chocolatiers, meer dan duizend chocoladewinkels en duizenden werknemers. België produceert jaarlijks meer dan 700.000 ton chocolade en behoort tot de grootste exporteurs ter wereld.

Ook toeristisch speelt chocolade een belangrijke rol. Chocolademusea, ateliers, rondleidingen en evenementen trekken jaarlijks vele binnen- en buitenlandse bezoekers aan. Wedstrijden en vakorganisaties stimuleren de verdere ontwikkeling van het vakmanschap en zorgen voor de overdracht van kennis tussen generaties.

De sector besteedt steeds meer aandacht aan duurzaamheid. Via het initiatief Beyond Chocolate engageren bedrijven zich voor een duurzamere en eerlijkere cacaoketen. In 2024 was al bijna 90% van de chocolade die door de deelnemende bedrijven in België werd verkocht gecertificeerd of gedekt door een duurzaamheidsprogramma.

Door de combinatie van historisch vakmanschap, innovatie, sterke tradities en een diepe maatschappelijke verankering blijft chocolade een belangrijk onderdeel van het cultureel erfgoed van Vlaanderen en Brussel.

2.6. Wanneer u denkt aan het voortbestaan van het erfgoed, wat loopt momenteel goed en wat minder goed?

In samenwerking met een twintigtal vertegenwoordigers van de steunders van deze aanvraag (consumenten, chocolatiers, verdelers, verenigingen, musea, leraren en leveranciers) werd een **SWOT** opgesteld.

Sterktes (intern)

De SWOT-analyse toont aan dat het chocoladevakmanschap in Vlaanderen steunt op een uitzonderlijk sterke combinatie van internationale reputatie, diepgewortelde culturele verankering, groot vakmanschap, een breed opleidings- en kennisnetwerk en een sterke toeristische en economische uitstraling. Deze sterktes vormen de belangrijkste bouwstenen voor het borgingsbeleid en bieden een solide basis om de traditie verder zichtbaar, aantrekkelijk en toekomstgericht te houden.

Prioritaire sterktes

1. Sterke culturele verankering.
2. Groot vakmanschap en kennisoverdracht.
3. Sterke reputatie en consumentenvertrouwen.
4. Kwaliteit en duurzaamheid

5. Innovatieve en dynamische sector.
6. Toeristische en economische aantrekkingskracht.
7. Chocoladebeleving

1. Sterke culturele verankering

- Chocolade is in onze Vlaamse en Belgische cultuur onlosmakelijk verbonden met traditie, emotie en samenzijn. Het fungeert als een universele taal voor zowel vieren, troosten als bedanken.
 - Cultureel erfgoed: Wereldwijd erkend vakmanschap dat generaties lang staat voor topkwaliteit.
 - Emotionele waarde: Het schenken van luxe pralines toont waardering, liefde en zorgzaamheid. Chocolade is voor consumenten een echt comfortfood: een vertrouwde traktatie die zorgt voor genot, troost en een moment van verwenning.
 - Toegankelijke luxe: Een betaalbare manier om een alledaags moment bijzonder te maken.
 - Sociale verbinder: Het delen van een doos chocolade brengt mensen letterlijk dichterbij elkaar.
 - Chocolade is een vaste waarde op het menu van de Belgen.
- Chocolade is een belangrijk geschenkproduct en maakt deel uit van sociale en familiale tradities: van Sinterklaas, Kerstmis en Pasen tot verjaardagen en andere feestelijke momenten.
- Consumenten beleven chocolade als emotioneel en cultureel erfgoed. Via de Belgische chocolade brengen we deze waarden over in andere landen.
- Belgische chocolade geniet sinds 2025 de erkenning op de Brusselse Inventaris voor Immaterieel Cultureel Erfgoed.
- België heeft niet alleen een reputatie voor chocolade, maar ook een eigen consumptie- en productcultuur rond pralines, ballotins, seizoensfiguren en chocoladewinkels.

2. Groot vakmanschap en kennisoverdracht

- Vlaanderen telt een grote concentratie van gerenommeerde chocolatiers: naar schatting zo'n 300 tot 350 chocolatiers.
 - De koploper is West-Vlaanderen, en wordt vaak het 'Mekka van de chocolade' genoemd. Alleen al in deze provincie zijn er ruim 100 erkende chocoladeverwerkers en gespecialiseerde zaken, met Brugge als absolute uitschieter.
 - Steden zoals Antwerpen, Gent en Leuven tellen elk tientallen ambachtelijke en bekende chocolaterieën, en ook in de provinciesteden en in vele gemeenten vind je pareltjes van chocolatiers.

- Vlaamse chocolatiers combineren traditionele technieken met hedendaagse innovaties, dikwijls geïnspireerd door andere culturen en ingrediënten uit verre landen.
- Chocolatiers, patissiers, opleiders, leveranciers, musea en andere vakmensen vormen samen een breed ecosysteem rond het chocoladevakmanschap.
- Vakmanschap wordt zowel formeel als informeel doorgegeven en wordt gedragen door professionele identiteit, praktijkervaring en trots op het vak. Het vakmanschap wordt doorgegeven via families, opleidingen, stages en praktijkervaring.
- De diversiteit van het vakmanschap - van klassieke praline- en moulagetechnieken tot hedendaagse bean-to-barproductie en artistieke toepassingen - ondersteunt het levende karakter van de traditie.
- In Vlaanderen zijn er 6 gespecialiseerde secundaire beroepsscholen die het specifieke 7de specialisatiejaar (BSO) Chocolatier of Chocolatier dual aanbieden. Hoewel veel technische- en beroepsscholen een bredere basisopleiding Brood- en banketbakkerij aanbieden (waarin chocoladebewerking een onderdeel is), is de pure specialisatie tot chocolatier gereserveerd voor een select aantal gerenommeerde onderwijsinstellingen.
- Twee van de drie wereldbekende Chocolate Academies van de couverture fabrikanten zijn allen in Vlaanderen gelegen: Barry Callebaut in Wieze, Puratos/Belcolade in Groot-Bijgaarden. Deze van Cargill ligt in Moeskroen maar hun Europese innovatiecenter is in Mechelen. Hier kunnen zowel beginners als professionele chocolatiers, bakkers, patissiers en chefs terecht voor praktijkgerichte cursussen, masterclasses en demonstraties.
- Het grote aantal zelfstandige chocolatiers zorgt ervoor dat het ambacht zichtbaar aanwezig blijft in het straatbeeld.
- De uitvinding van de Belgische praline en de ballotin vormen sterke historische ankerpunten.

3. Sterke reputatie en consumentenvertrouwen

- Belgische chocolade geniet wereldwijd een uitstekende reputatie dankzij haar kwaliteit, vakmanschap, verfijnde smaak, en duurzaamheid
- Consumenten associëren Belgische chocolade spontaan met kwaliteit, prestige en betrouwbaarheid.
- Voor de Belgische consument is chocolade een bron van nationale trots, en velen hebben een favoriete chocolatier. Wanneer consumenten gevraagd wordt waar België wereldwijd om bekendstaat, wordt chocolade bijna altijd spontaan vermeld, samen met bier en frietjes en wafels. Intussen is de Belgische biercultuur wel al opgenomen op de Representatieve Lijst van Immaterieel Cultureel Erfgoed van UNESCO, door de enorme verscheidenheid, hoge kwaliteit en vakmanschap.
- Hoge merkbekendheid van iconische Belgische chocolademerken.

- België behoort tot de belangrijkste chocolade-exporteurs ter wereld.

4. Kwaliteit en duurzaamheid

- De reputatie van de Belgische chocolade is gebaseerd op strikte tradities, zoals het gebruik van 100% cacaoboter en een extreem fijne vermalings van de cacaobonen. De meeste chocolatiers respecteren dit door enkel te werken met hoogwaardige ingrediënten en 100% cacaoboter en duurzame cacao te verwerken in hun chocolade. In 1894 werd Belgische chocolade officieel beschermd: alleen producten met minstens 35% cacao mochten de naam “chocolade” dragen.
- De sector investeert actief in traceerbaarheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- Initiatieven zoals Beyond Chocolate versterken het consumentenvertrouwen in een duurzame cacao en chocoladeketen. Sinds 2018 verenigt dit multistakeholder-partnerschap, met intussen meer dan 70 ondertekenaars, toonaangevende chocoladebedrijven, en de beroep federatie Choprabisco, naast retailers, ngo's en kennisinstellingen.
- Vandaag is meer dan 90% van alle chocolade die in België en Vlaanderen wordt geproduceerd en verkocht duurzaam gecertificeerd door een erkende certificeringsorganisatie, of gedekt door een bedrijfseigen programma.
- Het partnerschap zet nu sterk in tot meer transparantie in de cacao-waardeketen, met als doelstelling tegen 2030 bij te dragen aan het realiseren van een leefbaar inkomen voor de cacaoboeren die cacao leveren voor de Belgische en dus ook de Vlaamse markt.
- Belgische chocolade wordt verfijnd tot minder dan 20 micron, waardoor de deeltjes niet langer waarneembaar zijn op de tong. Het resultaat is een uitzonderlijk gladde textuur, een romige smelt en een verfijnde smaakbeleving. Dat vind je niet terug in chocolade gemaakt in andere landen.

5. Innovatieve en dynamische sector

- De sector blijft vernieuwen met nieuwe smaken, vormen en concepten, meer en meer geïnspireerd op ervaringen uit andere culturen.
- Consumenten vinden een breed assortiment terug: pralines, repen en tabletten, bean-to-bar, paaseieren, sinterklaas figuren, Valentijn hartjes, en andere seizoensproducten en gepersonaliseerde creaties.
- Bekende chocolatiers (o.a. Dominique & Julius Persoone, Herman Van Dender, Centho, Nicolas Vanaise, Joost Arijns, Vandenbrouhede, ...) fungeren als ambassadeurs van de sector in binnen- en buitenland. Zij dragen de reputatie van vakmanschap, kwaliteit en innovatie wereldwijd uit. Hun innovatie blijkt niet alleen uit hun voortdurende zoektocht naar nieuwe smaken, verrassende combinaties en het creatieve gebruik van grondstoffen, maar ook uit vernieuwende winkelconcepten, eigentijdse communicatie en een sterke focus op beleving. Hun boetieks in steden zoals Brugge, Antwerpen, Gent of aan de

Belgische kust trekken jaarlijks miljoenen gastronomische toeristen aan. Ze vertegenwoordigen België en Vlaanderen op wereldwijde wedstrijden, gastronomische beurzen en culinaire evenementen.

De sector werkt nauw samen met kennisinstellingen zoals Cacaolab en met de Universiteit Gent. Dit toonaangevend onderzoeks- en innovatiecentrum vormt de brug tussen fundamentele universitaire wetenschap en de praktische behoeften van de Vlaamse, Belgische en internationale chocolade-industrie.

6. Toeristische en economische aantrekkingskracht

- Chocolade is een van de belangrijkste toeristische trekpleisters in Vlaanderen omdat het diepgeworteld is in het vakmanschap, de cultuur en de identiteit van de regio, ze komen om de wereldberoemde Belgische chocolade te proeven, te kopen en te beleven. Toeristen bezoeken de historische boetieks van wereldberoemde pioniers (zoals Neuhaus, de uitvinder van de praline, Leonidas en Godiva), maar zoeken ook vernieuwende topchocolatiers op zoals Dominique Persoone (The Chocolate Line) in Brugge en Antwerpen of Joost Arijns in Gent.
- Vlaanderen trekt toeristen met grootschalige, interactieve chocolade-ervaringen waar het productieproces van boon tot reep centraal staat:
 - Chocolate Nation (Antwerpen): gelegen tegenover het Centraal Station. Het biedt een multimediaal belevingsparcours.
 - Choco-Story (Brugge): Een populair museum dat bezoekers meeneemt door de geschiedenis van cacao en live demonstraties van chocolatiers biedt.
 - The Chocolate Trail (Kortrijk): Een recent, interactief 4D-belevingscentrum van chocolatier Vandenbulcke.
- Toerismebureaus en gidsen spelen actief in op de chocoladecultuur met thematische activiteiten: van proeverijen tot gidswandelingen die cultuurhistorie combineren met stops bij exclusieve chocolatiers en tijdens workshops onder leiding van een professionele chocolatier kunnen ze hun eigen pralines leren maken.
- Veel toeristen kopen Belgische chocolade om hun geliefden, familie en vrienden te verwennen na een bezoek aan België wat verklaart waarom er zoveel chocolatiers terug te vinden zijn op de luchthaven in Zaventem.
Op deze manier draagt Belgische chocolade bij aan het internationale imago van Vlaanderen.

7. Chocoladebeleving

- Belgische chocolade is veel meer dan een voedingsproduct alleen. Rond chocolade is een rijke belevingscultuur ontstaan waarin consumenten niet enkel proeven, maar ook ontdekken, leren en beleven.
- Vlaanderen biedt een uitgebreid aanbod aan chocolademusea, bezoekerscentra, workshops, degustaties, chocoladewandelingen en

interactieve belevingstrajecten die bezoekers kennis laten maken met de geschiedenis, tradities en het vakmanschap achter Belgische chocolade.

- Ook in gespecialiseerde chocoladewinkels wordt steeds meer aandacht besteed aan storytelling, uitleg over oorsprong, productieprocessen, cacaoherkomst en de culturele betekenis van chocolade.

Zwaktes (intern)

Tegelijk wijst de analyse op enkele prioritaire uitdagingen die bijzondere aandacht vragen. De instroom en opleiding van nieuwe vakmensen, de zichtbaarheid van het achterliggende vakmanschap bij het brede publiek, de bescherming van de Belgische chocolade-identiteit en de afhankelijkheid van ingevoerde grondstoffen zijn cruciale aandachtspunten voor de duurzame toekomst van het chocolade-erfgoed. Daarnaast vragen ook de stijgende productiekosten en de nood aan voortdurende innovatie blijvende aandacht.

Prioritaire zwaktes

1. Beperkte zichtbaarheid van het vakmanschap.
2. Uitdagingen rond opleiding en instroom.
3. Onvoldoende bescherming van de Belgische identiteit.
4. Afhankelijkheid van grondstoffen.
5. Hoge productiekosten.
6. Ongelijke innovatie binnen de sector.

1. Beperkte zichtbaarheid van het vakmanschap

- Consumenten kennen het product, maar zijn niet altijd op de hoogte van de expertise, complexe technieken en kennis achter chocoladeproductie.
- De erfgoedwaarde is minder zichtbaar dan de commerciële waarde.
- Consumenten zijn zich niet bewust van wat Belgische chocolade zo uniek maakt (zoals bijvoorbeeld het gebruik van cacaoboter en verfijning onder 20 micron).

2. Uitdagingen rond opleiding en instroom

- Om de toekomst te verzekeren is er grote nood om talenten aan te trekken en te behouden.
- Instroom en opvolging van nieuwe vakmensen blijven aandachtspunten; wanneer ervaren kennisdragers stoppen zonder voldoende overdracht, kan impliciete praktijkkennis verloren gaan.
- Vandaag kan het beroep van ambachtelijke chocolatier door iedereen worden uitgeoefend, zelfs zonder specifieke opleiding of diploma. Dat is positief, maar anderzijds zou meer opleiding, zichtbaarheid en erkenning de kwaliteit en innovatie verder kunnen versterken, en chocolatiers de trots geven die ze verdienen.

3. Onvoldoende bescherming van de Belgische identiteit

- Er bestaat geen **beschermde geografische aanduiding** (afgekort: **BGA**) voor Belgische chocolade, die een bescherming biedt tegen het onrechtmatig verwijzen naar Belgische oorsprong van de chocolade.
Consumenten kunnen vaak moeilijk onderscheid maken tussen authentieke Belgische chocolade, die gemaakt is in België en buitenlandse producten die op de één of andere manier verwijzen naar België, maar toch niet in België gemaakt zijn.

4. Afhankelijkheid van grondstoffen

- De belangrijkste grondstof moet worden geïmporteerd

5. Hoge productiekosten

- Kwaliteitsvolle ingrediënten, hoge energieprijzen en hoge loonkosten maken Belgische chocolade relatief duurder.
- Dit kan een drempel vormen voor prijsgevoelige consumenten.
- Heel veel ambachtelijke chocolatiers wat hoge loonkosten tot gevolg heeft, dit maakt het moeilijk om met de grote/betere industrieën te concurreren.

6. Ongelijke innovatie binnen de sector

- Sommige chocolatiers en bedrijven blijven sterk afhankelijk van klassieke recepten terwijl in andere landen meer initiatief is tot innovatie.
- De consument staat voor een zeer brede productkeuze, maar veel producten vertonen gelijkenissen waardoor innovatie en differentiatie soms beperkt blijven.
- Nieuwe grondstoffen, technieken en consumentenverwachtingen vragen voortdurende aanpassing, terwijl herkenbare tradities en kernvaardigheden behouden moeten blijven.
- Nieuwe consumententrends zoals vegan, suikerarm en functionele voeding worden niet overal even snel opgepikt vanwege complexiteit, groter risico en minder gunstig investeringsklimaat.

2.7. Welke kansen, of misschien wel bedreigingen, van buitenaf ziet u voor het voortbestaan van het erfgoed?

De analyse van de externe omgeving toont aan dat het Vlaamse chocoladevakmanschap zowel kan rekenen op belangrijke maatschappelijke kansen als geconfronteerd wordt met enkele structurele uitdagingen.

Kansen (extern)

De meest relevante kansen liggen vandaag in de groeiende vraag naar authenticiteit, herkomst en traditie, de toenemende belangstelling voor chocoladebeleving en erfgoedtoerisme, de mogelijkheden voor intergenerationele kennisoverdracht en de toenemende aandacht voor duurzaamheid en transparantie in voedselketens. Deze ontwikkelingen creëren gunstige omstandigheden om de zichtbaarheid, waardering en overdracht van het chocoladevakmanschap verder te versterken.

Prioritaire kansen

1. Groeiende vraag naar herkomst, en traditie.

2. Groei van chocoladebeleving en erfgoedtoerisme.
3. Intergenerationele kennisoverdracht.
4. Toenemende aandacht voor duurzaamheid en transparantie.
5. UNESCO-erkenning en verdere erfgoedwaardering.
6. Digitalisering en sociale media.
7. Samenwerking met andere sectoren.
8. Nieuwe marktsegmenten en consumentengewoonten.

1. Groeiende vraag naar herkomst en traditie.

- Consumenten zoeken steeds vaker producten met een verhaal, oorsprong en traditie.
- De Belgische chocoladetraditie sluit perfect aan bij deze behoefte.

2. Groei van chocoladebeleving en erfgoedtoerisme.

- Workshops, degustaties, chocoladetoerisme en interactieve ervaringen winnen aan populariteit.
- Consumenten willen steeds vaker beleven in plaats van alleen consumeren.
- Jongeren tonen steeds meer belangstelling voor de sector.

3. Intergenerationele kennisoverdracht

- Leermeestertrajecten, stages, demonstraties en samenwerkingen met scholen kunnen de overdracht van praktijkkennis versterken.
- Jongeren kunnen niet alleen als toekomstige professionals, maar ook als nieuwe erfgoeddragers worden betrokken.

4. Toenemende aandacht voor duurzaamheid en transparantie.

- Consumenten hechten steeds meer belang aan eerlijke handel, traceerbaarheid en duurzaamheid.
- Belgische chocolade kan zich onderscheiden door transparante communicatie over de volledige keten en hoge graad van gecertificeerde cacao en chocolade die beschikbaar is op de markt.

5. UNESCO-erkenning en verdere erfgoedwaardering.

- Een erkenning als immaterieel cultureel erfgoed kan het prestige en de internationale zichtbaarheid alleen maar versterken.
- Het kan consumenten overal ter wereld bewust maken van de culturele waarde van Belgische chocolade.

6. Digitalisering en sociale media.

- Storytelling over producenten, cacaoherkomst en tradities kan de band met consumenten versterken. Sociale media zijn hiertoe een aangewezen kanaal
- Sociale media en e-commerce bieden nieuwe mogelijkheden om consumenten wereldwijd te bereiken.

7. Samenwerking met andere sectoren

- Partnerships met chefs, patissiers, brouwers, toeristische organisaties en scholen kunnen nieuwe doelgroepen aanspreken.

8. Nieuwe marktsegmenten en consumentengewoonten

- Consumenten hechten steeds meer belang aan gezondheid, duurzaamheid, transparantie en kwaliteit. Hierdoor groeit de vraag naar vegan, suikerarme, biologische, fairtrade en functionele chocoladeproducten.
- De toenemende vraag naar gepersonaliseerde producten, limited editions, lokale verhalen en premiumconcepten biedt kansen om het ambachtelijke karakter van Belgische chocolade sterker in de verf te zetten.
- Nieuwe consumptiemomenten ontstaan naast de klassieke feestdagen, bijvoorbeeld als premium snack, koffiebegeleider, relatiegeschenk, onderdeel van gastronomische ervaringen of als dagelijkse verwennerij.
- Consumenten kiezen steeds vaker voor "minder maar beter". Deze verschuiving van volume naar kwaliteit speelt in het voordeel van Belgische chocolade, die traditioneel geassocieerd wordt met vakmanschap, hoogwaardige ingrediënten en verfijnde smaakbeleving.
- De evolutie naar bewuster consumeren hoeft daarom geen bedreiging te vormen voor Belgische chocolade. Integendeel, zij biedt kansen om de culturele, ambachtelijke en kwalitatieve meerwaarde van Belgische chocolade sterker te benadrukken en nieuwe doelgroepen aan te spreken.

Bedreigingen (extern)

Tegelijk staan er ook diverse externe factoren onder druk. De beschikbaarheid en betaalbaarheid van cacao worden steeds sterker beïnvloed door klimaatverandering, geopolitieke ontwikkelingen en volatiele grondstofprijzen. Daarnaast kunnen veranderende consumentengewoonten, toenemende internationale concurrentie en het risico op het verdwijnen van ambachtelijke kennis uitdagingen vormen voor het voortbestaan van het erfgoed.

Prioritaire bedreigingen

1. Klimaatverandering en beschikbaarheid van cacao.
2. Volatiele grondstofprijzen.
3. Verdwijnen van ambachtelijke kennis.
4. Veranderende consumentengewoonten.
5. Internationale concurrentie.
6. Toenemende regelgeving.
7. Geopolitieke onzekerheid.
8. Alternatieven voor cacao.

1. Klimaatverandering en beschikbaarheid van cacao.

- Klimaatverandering heeft een **directe negatieve impact op de fysieke en sensorische beoordeling** van cacaobonen, wat leidt tot strengere kwaliteitscontroles en prijsdalingen voor boeren. Door extreme hitte, mislukte regenseizoenen en schimmels voldoen bonen steeds minder aan de internationale standaarden. Extreme weersomstandigheden kunnen tevens de

beschikbaarheid van cacao verminderen wat leidt tot stijging van de wereldmarktprijzen.

2. Volatiele grondstofprijzen

- De laatste jaren heeft de cacaomarkt ongeziene prijsstijgingen gekend, en deze hebben diepe sporen nagelaten in de hele keten, van de West-Afrikaanse boer tot de chocoladeliefhebber in de supermarkt.
- De cacaocrisis 2024/25 heeft de sector gedwongen om traditionele verdienmodellen radicaal te herzien. Hoewel de cacaoprijzen na de extreme pieken van €10.000 tot €12.000 per ton weer zijn afgekoeld, blijven de inkoopkosten historisch hoog en de marges flink onder druk staan. Om in deze markt financieel gezond te blijven, moeten chocolatiers en bedrijven op zoek naar nieuwe strategieën.
- Stijgende prijzen van deze grondstoffen kunnen ook het gevolg zijn van schaarste, waardoor de marktprijzen verder toenemen.
- De sterke stijging van de cacaoprijs zet de rendabiliteit van chocolatiers onder druk.
- Consumenten kunnen afhaken wanneer chocolade te duur wordt.

3. Verdwijnen van ambachtelijke kennis

- Schaalvergroting, automatisering en standaardisering kunnen ertoe leiden dat bepaalde handmatige technieken minder vaak worden toegepast.
- Wanneer technieken economisch of praktisch minder relevant worden, kan ook de ervaringskennis erachter geleidelijk verdwijnen.

4. Veranderende consumentengewoonten

- Het groeiende consumentenbewustzijn voor gezondheid heeft de chocoladeconsumptie ingrijpend veranderd: volumes verschuiven van suikerrijk snoepgoed naar pure, functionele en biologische chocoladevarianten.
- Consumenten schrappen chocolade niet uit hun dieet, maar kiezen voor bewuster en hoogwaardiger genieten, wat leidt tot een lagere consumptie van zoetwaren.
- Consumenten willen tegenwoordig precies weten wat ze eten, en dat geldt zeker voor een verwenproduct zoals chocolade. Consumenten letten scherper op suikers, vetten en calorieën en verwachten meer transparantie over ingrediënten en voedingswaarde. Deze trend naar meer openheid beïnvloedt de hele chocolade-industrie.

5. Internationale concurrentie

- Landen zoals Frankrijk, Italië, Zwitserland en de Verenigde Staten investeren ook in hun chocolade-imago om de concurrentie aan te gaan met traditionele koploper België. Elk van deze landen hanteert wel een eigen unieke strategie om zich wereldwijd te positioneren. Zo focust Zwitserland zich als de absolute pionier van romige melkchocolade, mede dankzij historische uitvindingen zoals gecondenseerde melk door Henri Nestlé. De Franse markt focust zich volledig op

gastronomie en 'haute couture' chocolade. Franse chocolatiers en merken zoals Valrhona richten zich op pure chocolade, specifieke herkomstbonen (*terroir*) en technische perfectie voor de professionele patisserie. Italië blinkt uit in regionale specialiteiten en vakmanschap zoals de beroemde Gianduja (chocolade met hazelnootpasta) uit Turijn. De VS verschuift dan weer de focus van massaproductie naar een bloeiende 'bean-to-bar' beweging. Amerikaanse ambachtelijke makers investeren in directe handel met cacaoboeren, duurzaamheid en unieke smaakprofielen, waardoor ze een hip en kwalitatief imago opbouwen.

- Door deze sterke internationale profilering moet België blijven innoveren om zijn gerenommeerde reputatie. Het dwingt de sector om niet alleen op reputatie te steunen, maar extra te investeren in duurzaamheidsinitiatieven (zoals [Beyond Chocolate](#) in België) en kwaliteitsgaranties.

6. Toenemende regelgeving

- Strengere voedselveiligheids- en duurzaamheidsregels maken nieuwe producten op de markt brengen moeilijker.
- Vooral kleinere bedrijven en artisanale chocolatiers kunnen hierdoor onder druk komen te staan.

7. Geopolitieke onzekerheid

- Afhankelijkheid van cacao-import maakt de sector kwetsbaar voor internationale verstoringen.
- Onzekerheden over importheffingen, wetgevingen in exportlanden buiten de EU maakt het aanboren van nieuwe markten complexer en risicovoller

8. Alternatieven voor cacao

- De toenemende interesse voor imitatiechocolade, ChoViva en andere cacaovrije alternatieven wordt gedreven door extreme prijsstijgingen, toenemend risico van onvoldoende aanbod en ecologische bezorgdheid. Op termijn kunnen deze alternatieven marktaandeel winnen van de klassieke chocolade.

3. ERFGOEDGEMEENSCHAP: BETROKKENEN

Nauw betrokken

Het erfgoed rond Belgische chocolade wordt van dichtbij beleefd door een gevarieerde groep aan betrokkenen, waaronder onder andere consumenten, chocolatiers, scholen, restaurants, winkels, musea, verenigingen en verdelers.

- **Consumenten:** Chocolade is een bijzonder populair product bij consumenten, en velen zijn fier dat ons land wereldwijd bekendstaat om zijn chocolade. Toch weten de meeste mensen niet waarom Belgische chocolade zo'n sterke reputatie geniet, namelijk door de pralines. Velen zijn zich er ook niet van bewust dat chocolade afkomstig is van de cacaovrucht, die rechtstreeks op de stam en takken van de cacaoboem groeit, dat de cacaobonen eerst moeten worden

gefermenteerd en gedroogd voordat ze kunnen worden verwerkt tot chocolade. Daarna volgen nog verschillende stappen, zoals branden, verfijnen en concheren, die mee bepalend zijn voor de uiteindelijke smaak en kwaliteit.

Door consumenten meer inzicht te geven in dit unieke productieproces en in het vakmanschap dat achter chocolade schuilgaat, zullen zij niet alleen meer waardering krijgen voor het product, maar ook nog trotser worden op de Belgische chocoladecultuur en haar wereldwijde uitstraling. Bij consumenten denken we natuurlijk ook aan de vele toeristen, bezoekers van onze steden zijn vaak op zoek naar chocolade.

Op basis van een analyse van 100 Google-recensies over chocolatiers blijkt dat consumenten Belgische chocolade vooral associëren met kwaliteit, smaak en vakmanschap. Positieve beoordelingen benadrukken een rijke en verfijnde smaakbeleving, een hoge productkwaliteit en de expertise van chocolatiers. Ook de Belgische herkomst wordt vaak gezien als een kwaliteitsgarantie. Een hogere prijs wordt doorgaans aanvaard wanneer deze overeenstemt met de ervaren kwaliteit. Negatieve reacties hebben vooral betrekking op een prijs die niet in verhouding staat tot de verwachtingen of op chocolade die als te zoet of weinig uitgesproken van smaak wordt ervaren. Deze bevindingen tonen aan dat de vermelding "Belgische chocolade" voor consumenten een sterk kwaliteitslabel vormt dat verwachtingen creëert rond smaak en vakmanschap.

Consumenten zijn cruciaal in de traditie rond Belgische chocolade. Zonder consument is er geen toekomst voor dit erfgoed.

- **Chocolatiers:** Ongeveer 300-350 actief in Vlaanderen, waarvan een vijftiental Bean to Bar producenten, waarvan het aantal snel stijgt.
- **Winkels:** Meer dan 1.200 verkooppunten in Vlaanderen.
- **Scholen:** Het vakmanschap wordt van generatie op generatie doorgegeven via leerkrachten en gespecialiseerde opleidingscentra in Vlaanderen. Minstens 10 à 15 erkende scholen (die het specifieke 7de specialisatiejaar (BSO) Chocolatier of Chocolatier dual aanbieden) en centra (zoals Syntra, Ter Groene Poorte, PIVA en CVO Pro) leiden toekomstige chocolatiers op, zowel in dagonderwijs als avondonderwijs. Het feit dat verschillende scholen een specifiek zevende specialisatiejaar Chocolatier aanbieden, wijst erop dat er ook bij jonge generaties interesse blijft bestaan voor het vak. De School Ter Groene Poorte heeft zelfs samen met zijn leerlingen een eigen cacaoplantage in Mexico.
- **Musea:** De reputatie van Belgische chocolade wordt gedeeld met het grote publiek via musea zoals Choco-Story Brugge en Chocolate Nation Antwerpen. Deze musea ontvangen scholen, families, toeristen en Belgen die de geschiedenis en traditie van Belgische chocolade willen ontdekken. Choco-Story Brussels organiseert ook bean-to-bar-lessen voor studenten van CERIA, zodat zij het transformatieproces van cacao boon tot chocolade beter leren begrijpen.

- **Verenigingen:**
 - *Choprabisco* is de Koninklijke Belgische Vereniging van de Chocolade-, Praline-, Biscuiterie- en Suikergoedindustrie. Ze behartigt de belangen van bedrijven die chocolade, pralines, koekjes en suikerwaren produceren en/of verdelen.
 - *I Love Belgian Chocolate* ondersteunt Belgische chocolatiers en draagt bij aan hun bekendheid en reputatie.
 - De Gilde van de Brugse Chocolatiers is een vereniging van artisanale chocolatiers uit Brugge die het lokale chocoladevakmanschap promoot en beschermt. De gilde organiseert evenementen, ontwikkelt gezamenlijke producten en zet zich in voor duurzame chocoladeproductie.
- **Initiatieven:** *Beyond Chocolate* brengt Belgische chocoladebedrijven, retailers, het middenveld en onderzoeksinstituten samen om duurzame chocolade te promoten, de levensomstandigheden van cacaoboeren te verbeteren en ontbossing tegen te gaan.
- **Cacaolab:** Een spin-off van de Universiteit Gent die technische ondersteuning biedt aan de sector.
- **Ateliers:** Workshops worden georganiseerd door chocolatiers of in musea zoals Choco-Story Brugge en Chocolate Nation Antwerpen. Ze zijn bedoeld om het publiek te vermaken én te informeren over het beroep van chocolatier. Voor veel deelnemers is het een eerste kennismaking met het werken met chocolade.
- **Wedstrijden:**
 - Elk jaar reikt *Gault & Millau* een prijs uit aan de beste chocolatier per regio (in Vlaanderen werd in 2025 Deduytschaever uit Gent verkozen).
 - De *Belgian Chocolate Awards* bekronen zowel de beste student als de beste professional in de sector. Deze prijzen benadrukken het belang van de sector voor toekomstige generaties.
 - The Student Chocolate Challenge: voor leerlingen onder de 23 jaar.
- **Magazines:** Chocolaterie Magazine is een vakblad dat zich richt op de wereld van Belgische chocolade en pralines.

Ruimer betrokken:

- **Bedrijven:** Chocolade is een populair geschenk voor medewerkers en klanten.
- **Organisatoren van evenementen en beurzen:** Chocolade is vaak aanwezig op vakbeurzen en publieksactiviteiten.
- **Leveranciers van de chocolade-industrie:** Denk aan producenten van machines, transportbedrijven, ingrediëntenleveranciers, banken, enz.
- **Musea:** Het Bakkerijmuseum, in Geel, herbergt een uitgebreide collectie wafelijzers, broodpenningen, hostie-ijzers, ijs-, chocolade- marsepein- en speculaasvormen en vele andere attributen van de Kempische bakkerskunst.

Interregionale samenwerking:

De praktijk verbindt Vlaanderen, Wallonië en Brussel via gedeelde opleidingen, musea en initiatieven zoals *Beyond Chocolate*.

4. BORGEN: DE ZORG VOOR UW ERFGOED

Acties tot nu toe, enkele voorbeelden:

- **Beoefening:**
 - **Consumptie**
 - Vandaag maakt chocolade deel uit van het dagelijkse leven van veel consumenten en is het een product dat zowel voor alledaags genot als voor bijzondere gelegenheden wordt geconsumeerd. Belgische chocolade wordt dagelijks gekocht en gewaardeerd om haar smaak, kwaliteit en vakmanschap, of het nu gaat om een chocoladereep, pralines, een warme chocoladedrank of een kleine verwennerij tussendoor. Daarnaast speelt chocolade een belangrijke rol tijdens verschillende feestelijke en traditionele momenten doorheen het jaar, zoals Kerstmis, Pasen, Sinterklaas, Valentijn, Moederdag, Vaderdag en het einde van het schooljaar.
 - **Productie**
 - Dagelijkse productie in onze chocolade ateliers.
 - **Wedstrijden**
 - Chocolate Awards: Wedstrijd georganiseerd door het *Chocolaterie Magazine*.
 - Gault & Millau: Jaarlijkse gids met een lijst van de beste chocolatiers.
 - The Student Chocolate Challenge: voor leerlingen onder de 23 jaar.
 - Chocolate Master 2026: Antwerpen
 - Belcolade Pastry Award 2026: Erembodegem
 - **Beurzen**
 - ChocoRis: Van Boon tot Chocolade in Dilbeek
 - Bruges in Choc: Chocolate Festival Brugge
- **Educatie:**
 - Opleidingen: In professionele scholen of via avondonderwijs.
 - Stages: Chocolatiers verwelkomen vaak stagiaires in hun ateliers
 - Ateliers: Workshop bij verschillende chocolatiers
- **Documenteren: Publicaties, onder andere:**
 - *Belgische chocolade – Bean-to-bar generatie:*
Pierre Marcolini, Michel Verlinden en Alexandre Bibaut belichten de nieuwe golf van bean-to-bar chocolatiers.

- *Belgische chocolade* van Bernard Gontier:
Dit boek vertelt de geschiedenis van Belgische chocolade en bevat recepten van gerenommeerde chocolatiers. Een must-have voor elke chocoladeliefhebber.
- *Perfecte pralines – Gold* van Roger Geerts
Technisch en visueel boek over het maken van pralines, gericht op professionals en liefhebbers.
- *Chocolade van A tot Z* door Philippe Meyers en Patrick Moriau:
Beschrijft de geschiedenis en productie van Belgische chocolade, met recepten en anekdotes over de rol van chocolade in België.
- *Why is Belgian chocolate so fascinating?* Van Eddy Van Belle:
Een uitzonderlijk boek dat uitlegt waarom Belgische chocolade wereldwijd zo gewaardeerd wordt.
- *De verleiding van chocolade* van Jacques Mercier:
Vertelt het fantastische verhaal van chocolade door de eeuwen heen, met heerlijke details, unieke verhalen, verbluffende visuals en legendarische anekdotes. Neuhaus, de uitvinder van de praline, speelt hierin een centrale rol.
- *Het atelier van de chocolatier* – Callebaut Chefs
Meer dan 270 recepten van bonbons tot snackbars, met technieken van Belgische topchocolatiers zoals Philippe Vancayseele.
- *Belgische chocolade & bier*– Michel Eyckerman
Chocolade en bier: twee werelden die zelden samenkomen, maar verrassend goed harmoniëren.
- **Documenteren: Audiovisueel materiaal:**
 - ***KRO-NCRV – Wat maakt Belgische chocolade Belgisch?***
Een aflevering van Best Bites waarin de oorsprong en authenticiteit van Belgische chocolade onder de loep wordt genomen.
 - In verschillende **tv-programma's op Njam** speelt chocolade een belangrijke rol:
 - “Sarah’s Sweet Table”
 - “Roger van Damme – Desserts”
 - “Master of Chocolate”
 - “Loïc: Zot van Koken ”
 - “De Smaaktoerist “
- **Communicatie:**
Communicatie via Choprabisco (vereniging van chocolatiers) of via het magazine *Chocolaterie*.
- **Archiefzorg:**
Bewaring van machines, mallen en historische verpakkingen in musea – dit gebeurt al los van dit dossier en zijn vormen van bewaring waar de werkgroep van

op de hoogte is. Er zijn ongetwijfeld nog archieven/collecties met betrekken tot chocolade die de werkgroep niet op de radar hebben.

- Website van Thierry Berlanger, gewijd aan verpakkingen en de geschiedenis van Belgische en Brusselse chocolade:
<https://lemondedeschocolateriesbelges.wordpress.com/chocolateries>
- Het Huis van Alijn verzamelt documenten, foto's, video's en objecten die de Belgische chocoladetraditie in beeld brengen: <https://huisvanalijn.be>
- Ook Liberas, het centrum voor de geschiedenis van het vrije denken en handelen, biedt toegang tot archiefcollecties, een bibliotheek, een beeldbank en kranten rond het thema chocolade:
<https://collecties.liberas.eu>
- Bakkerijmuseum Geel die een collectie chocoladevormen bezit.
- **Samenwerking met universiteiten (Cacaolab):**
 - Ze helpen bedrijven bij het ontwikkelen van nieuwe chocoladeproducten.
 - Ze bieden oplossingen voor technologische uitdagingen zoals vetbloei, textuur, smaakoptimalisatie, enz.
 - Ze hebben een eigen experimentele productiefaciliteit voor het testen van prototypes en processen.
- **Erkenning in Brussel:**
 - De opname van de tradities en het vakmanschap van de Belgische chocolade in de Inventaris van het Immaterieel Cultureel Erfgoed van Brussel.
- **Dossier Wallonië:**
 - De voorbereiding voor het inventaris dossier in Wallonië.
- **Een gemeenschap** rond deze dossiers.
 - Voor de opmaak van dit dossier zijn we erin geslaagd verschillende stakeholders, waaronder zelfs concurrenten, rond een gemeenschappelijk doel samen te brengen.

Toekomstige acties:

Hoewel de geïdentificeerde zwaktes en bedreigingen niet allemaal op korte termijn kunnen worden opgelost, zullen de onderstaande acties bijdragen aan een versterking van het vakmanschap, de erfgoedgemeenschap en de maatschappelijke waardering van Belgische chocolade. Zo zetten zij belangrijke stappen richting een duurzame borging van dit erfgoed.

- **Communicatie/sensibiliseren:**
 - **Het vakmanschap achter Belgische chocolade zichtbaar maken voor consumenten door meer informatie te delen.**
Consumenten meer informatie geven over chocolade, de herkomst van de grondstoffen, de geschiedenis van cacao en chocolade, het productieproces, de verschillende cacaovariëteiten en de juiste manier om chocolade te

proeven, zou de waardering voor dit bijzondere product aanzienlijk verhogen. Meer kennis leidt tot meer begrip voor het vakmanschap, de expertise en de passie die nodig zijn om kwaliteitschocolade te maken. Hierdoor krijgt chocolade niet alleen een hogere gepercipieerde waarde, maar groeit ook het respect voor alle schakels in de keten, van de cacaoboer tot de chocolatier. Het verschil uitleggen tussen echte chocolade en alternatieven. Daarnaast versterkt deze kennis de emotionele band van de consument met het product en draagt ze bij aan een grotere trots op de rijke Belgische chocoladetraditie.

- **Informatie intensifiëren:** Digitalisering voor de consument omtrent opleidingen, informatie over duurzaamheid, bedrijfsbezoeken, beurzen, workshops bij chocolatiers en musea, recepten, geschiedenis, innovatie, enzovoort.
- **Bewuster consumeren:** Consumenten informeren over de waarde van chocolade, het vakmanschap achter het product, de beschikbaarheid van cacao en de schommelingen op de grondstoffenmarkten, zodat zij bewuste en geïnformeerde keuzes kunnen maken.
- **Documenteren: Interactive kaart op website vzw I Love Belgian Chocolate**
Het ter beschikking stellen van een interactieve kaart van België zou consumenten helpen om de rijkdom en diversiteit van de Belgische chocoladesector te ontdekken. Via deze kaart kunnen zij eenvoudig chocolatiers in hun regio of tijdens hun reizen terugvinden, samen met informatie over hun specialiteiten, innovaties, geschiedenis, winkelpunten, bezoekmogelijkheden en unieke producten.
- **Presentaties**
De chocoladesector kan haar kennis en expertise breder delen door educatieve presentaties en initiatieven te organiseren in scholen, evenementen, maar ook via televisie- en radioprogramma's.
- **Beurzen en andere activiteiten**
De sector ondersteunen doormiddel van beurzen, en andere activiteiten. Er zou behoefte zijn aan een Belgische beurs waar de consument de verwezenlijkingen en de vakkennis van zowel kleine als grote chocolatiers kunnen ontdekken. Door activiteiten zoals demonstraties, degustaties, workshops en ontmoetingen met chocolatiers te organiseren en te promoten, leren consumenten niet alleen meer over chocolade, maar ervaren zij ook de passie, het vakmanschap en de expertise die aan de basis liggen van dit wereldwijd gewaardeerde Belgische product. Momenteel lopen er al besprekingen om de eerste editie te organiseren.
- **Duurzame ketens uitbreiden via Beyond Chocolate**
Consumenten zijn zich vaak niet bewust van de vele inspanningen die in België worden geleverd om de chocoladeketen duurzamer te maken. Initiatieven rond eerlijke verloning van cacaoboeren, traceerbaarheid, ontbossingsvrije cacao, verantwoorde teeltmethoden en duurzame verpakkingen blijven vaak onderbelicht.

Het is belangrijk deze inspanningen beter te communiceren, zodat consumenten begrijpen welke positieve impact er achter hun aankoop schuilgaat.

Door deze informatie transparant en toegankelijk te delen, kunnen consumenten ook zelf een actieve bijdrage leveren door bewust te kiezen voor producten die duurzaamheid ondersteunen. Zo versterken we niet alleen het vertrouwen in Belgische chocolade, maar stimuleren we tevens een meer verantwoorde en toekomstgerichte consumptie.

Via het Beyond Chocolate-initiatief engageert de Belgische chocoladesector zich om tegen 2025 uitsluitend duurzame cacao te gebruiken en ontbossing in de cacaoketen tegen te gaan. Tegen 2030 moet dit bovendien bijdragen aan een leefbaar inkomen voor alle cacaoboeren die voor de Belgische markt produceren.

- **Documenteren Audiovisuele documentatie van technieken uitbouwen**

Online podcasts die chocolatiers in de kijker zetten bij de consument, te beluisteren via de website www.ilovebelgianchocolate.be en anderen.

- Op 19 september 2026 vond in Brussel een eerste podcastopname plaats in samenwerking met **Pod Pod Pod** en **de RTBF**. In deze aflevering staat chocolade centraal en wordt het interview afgenomen door twee kinderen.

- **Netwerken tussen chocolatiers, scholen en musea versterken**

Regelmatig de belangrijkste spelers in de markt samenbrengen kan de sector alleen maar sterker maken.

- **Educatie Jong talent aantrekken via leertrajecten**

Nauwer samenwerken met scholen om leerlingen te motiveren en te ondersteunen gedurende hun volledige traject.

- **Educatie Wedstrijden voor studenten organiseren**

Meer wedstrijden met leerlingen opzetten om hen trots te maken en erkenning te geven.

- **Beoefenen Nationale wedstrijd voor professionals**

Stimuleer, in samenwerking met de sector, een nationale wedstrijd die chocolatiers meer zichtbaarheid en naamsbekendheid geeft, naar het voorbeeld van de Franse titel “Meilleur Ouvrier de France”

- **Andere Internationale samenwerkingen met chocolatiers stimuleren**

We moeten blijven innoveren, en kennisdeling met andere landen kan hier sterk aan bijdragen.

- **Evaluaties en rapporten om de borging op te volgen**

Alles wat in de toekomst wordt ondernomen om het erfgoed te ondersteunen, moet gemeten worden om indien nodig bij te sturen.

- **Leuven zal in 2030 de culturele hoofdstad zijn van Europa**, een mooie opportuniteit om de chocolade daar eveneens extra in de kijker te zetten.

- **Samenwerking met erfgoed- en archiefinstellingen om chocolade-collectie uit te breiden. Hierdoor ook chocolatiers bewust maken van de nood tot archiefzorg/collectiezorg**

- Thierry Boulanger
- Het Huis van Alijn
- Liberas
- ...
- **Ondersteuning te vragen aan de overheid**
De overheid stimuleren om chocolade te ondersteunen via opleidingen, erfgoedprojecten, sensibiliseringscampagnes, duurzaamheidsinitiatieven, beurzen, en internationale promotie.

De opname in de inventaris zal de vzw niet alleen extra legitimiteit geven, maar ook de samenwerking tussen de betrokken actoren versterken. Zij engageren zich om een werkgroep op te richten die zich zal inzetten voor het behoud, de promotie en de verdere ontwikkeling van dit erfgoed.

Trots:

Wij geloven dat iedereen trots mag zijn op onze chocolade, en in het bijzonder de vele dragers van dit dossier. Aan de totstandkoming ervan hebben talrijke mensen en organisaties meegewerkt, vaak actoren die in het dagelijkse leven zelden samenwerken: concurrenten, verenigingen, bedrijven en instellingen die elkaar anders misschien nooit zouden hebben ontmoet.

Het werken rond dit erfgoed toont hoe sterk de sector zich kan verenigen rond één gemeenschappelijk doel: het beschermen, versterken en doorgeven van een traditie die door generaties vóór ons werd opgebouwd, en die vandaag nog steeds wordt gedragen door dezelfde passie en toewijding.

De erkenning in Brussel heeft ons de moed en het vertrouwen gegeven om deze dynamiek verder uit te bouwen, eerst in Vlaanderen en Wallonië, en hopelijk ooit ook op internationaal niveau met een erkenning door UNESCO.

Alleen door samen te werken kunnen we dit waardevolle erfgoed bewaren en doorgeven aan toekomstige generaties, en bouwen aan een nog sterkere, duurzamere toekomst voor de Belgische chocolade.

5. BIJLAGEN

- **Beeldmateriaal:** cacao, fermentatie, drogen, ateliers, tempereren, historische mallen, pralines, Meurisse toen en nu.
 - **Andere:** steunbrieven van chocolatiers, consumenten, Choprabisco, musea, *Beyond Chocolate*, Oxfam-Fairtrade, leveranciers, scholen, de geschiedenis en vakmanschap, in een langere versie.
-

6. BEVESTIGEN

- ☒ Niet in strijd met internationale mensenrechtenverdragen.
- ☒ In overeenstemming met Belgische en Vlaamse regelgeving.
- ☒ Een levende praktijk die nog steeds wordt beoefend en overgedragen.
- ☒ Ethische Code van het Departement CJM onderschreven.
- ☒ Officieel aanvraagformulier wordt bezorgd.
- ☒ Akkoord met de gebruiksvoorwaarden van immaterieelerfgoed.be.

Naam en functie: Nicolas Deckers medeoprichter, **vzw I Love Belgian Chocolate**

Eindgedeelte – Conclusie en Dankwoord

De chocoladetraditie is een levend erfgoed dat Vlaanderen verbindt met Wallonië en Brussel. Het weerspiegelt de creativiteit, verfijning en vakkennis van generaties chocolatiers.

De gemeenschap van chocolatiers, de vele dragers van dit dossier, en de **vzw I Love Belgian Chocolate** verbinden zich ertoe om dit erfgoed te blijven beoefenen, documenteren en doorgeven aan toekomstige generaties.

Bronnen en referenties

Choprabisco – Choco-Story – Beyond Chocolate – Werkplaats immaterieel erfgoed – Puratos – Belcolade – Chocolaterie Magazine – Waarom is Belgische Chocolade zo fascinerend (Choco-Story)



Cacaoboon Foto : Nicolas Deckers



Fermentatie Foto : Puratos



Droogcentrum Foto : Puratos



Tempereren Foto : Puratos



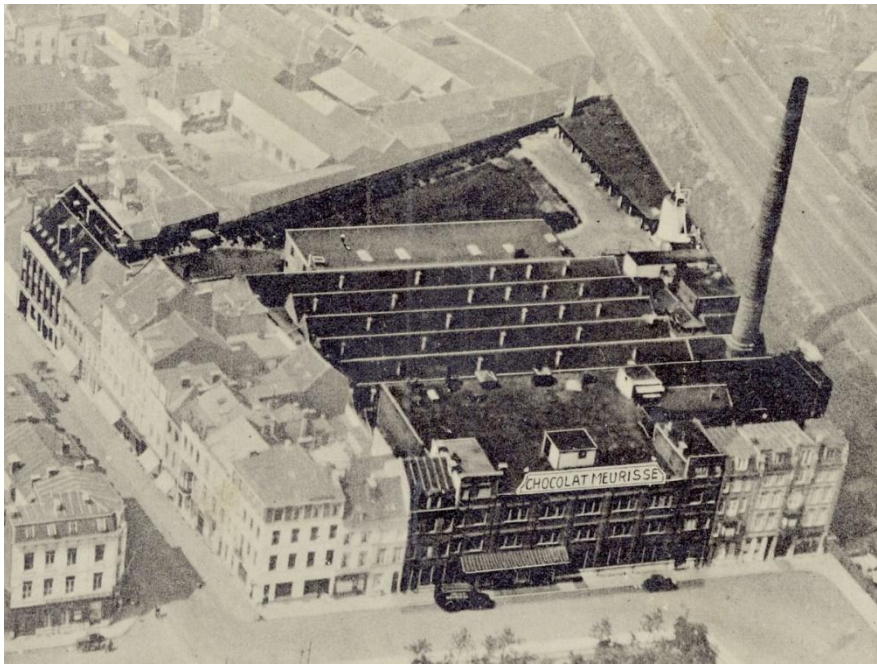
Oude vormen

Foto Choco-Story



Pralines

Foto Centho



Eerste Belgische chocolade fabriek Meurisse Foto: Meurisse



Meurisse vandaag Foto: Meurisse