

# Bakkers in bedrijf

PRAKTISCH MAGAZINE VOOR BROOD EN BANKET

FINANCIËN - IBA



## Bakker centraal in Sinterklaasmusical Boszhard

'Kansen kredietcrisis onvoldoende benut'

Optimaal profiteren van Nationaal Schoolontbijt

Lekkerste Bonbon van Nederland

# 'Niveau steeds hoger'

Inmiddels voor velen in de branche en daarbuiten een bekende wedstrijd voor professionele chocolatiers; De lekkerste Bonbon van Nederland. Dit jaar voor de derde maal georganiseerd. Een initiatief van Belcolade met ook deze editie weer vele aanmeldingen: ruim veertig. Hoe was de kwaliteit van de inzendingen, wie won er voor de vakjury en wie stal de harten van het publiek?

  
Belcolade  
THE REAL BELGIAN CHOCOLATE

#### Door Pirjo de Winkel

De wedstrijd is inmiddels een constante in het leven van vele chocolatiers. Bij de inzendingen zaren dan ook 'oude bekenden' en nieuwe deelnemers. De eerste ronde is traditioneel voor de zomer in Zevenbergen. De meer dan veertig inzendingen worden anoniem geproefd door de vakjury. Dit jaar bestond deze uit de 'vaste juryleden' Dominique Persoone (The Chocolate Line in Brugge) en Robèrt van Beekhoven (Pâtisserie Robèrt in Oisterwijk). Juryvoorzitter en de winnaar van vorig jaar is Hans Hulshof van Chocolaterie Hulshof in Eibergen.

Dominique Persoone legt uit waar hij en zijn collega's vooral op letten: "Smaak is het belangrijkste aspect in deze competitie. Maar we beoordelen ook op: originaliteit van de bonbon, aantal en juistheid van gebruikte technieken, uiterlijk en structuur van het interieur. Bovendien dient de bonbon commercieel te produceren zijn."

In de tweede ronde maken de vijftien halve finalisten hun bonbon onder het toezien van de jury en meegekomen fans. De wedstrijd is namelijk breder dan alleen het eindproduct: vakmanschap is van groot belang. Er blijven na deze ronde vijf finalisten over. Hans Hulshof: "Dit maakt de wedstrijd heel eerlijk. Niemand kan de inzending insturen van iemand anders. Je kan immers technieken niet beoordelen als je iemand niet aan het werk ziet. Overigens vond ik deze ronde vorig jaar toen ik hier zelf als halve finalist stond, heel spannend. Je bent tot het uiterste geconcentreerd en hoop dat je er de volgende ronde weer bij bent!"

#### CONSUMENT BEREIKEN

Mieke Lenssen, marketing manager Belcolade Nederland: "Voor de finale is het belangrijk de consument te bereiken. Dat is immers één van de doelstellingen: het vak meer bekendheid geven bij een groter en geïnteresseerd publiek." Het eerste jaar was dat op de Margriet Winter Fair. Een goede introductie voor de competitie. De tweede finale had een culinair geïnteresseerd publiek: de bezoekers van

KunsthalkOOKT. Lenssen: "Hier lopen de echte liefhebbers van gastronomie rond. Aangezien er dit jaar geen culinair evenement in de Kunsthal plaatsvond, hebben we in de Smaakparade een goed platform gevonden. De finale vond plaats tijdens de opening van de Week van de Smaak, een inmiddels bekend evenement voor de branche. Begin 2010 informeren wij onze potentiële deelnemers over het vervolg van deze succesvolle competitie."

#### DE FINALISTEN

Het niveau lijkt elk jaar hoger te liggen. Stel dat een chocolatier zich ook wil inschrijven, hoe maakt hij/zij dan ook kans om te winnen? Robèrt van Beekhoven: "We merken dat met name het niveau van de techniek elk jaar beter wordt. Maar het cliché gaat echt op: meedoen is misschien nog wel belangrijker dan winnen. Dat merken wij als jury aan deelnemers die we terugzien. Die worden elk jaar beter. Men leert van elkaar. Niels Verweij is een prachtig voorbeeld, die klimt langzaam op en staat na drie jaar nu in de top 3." ■

#### 1<sup>e</sup> prijs vakjury:

Geert-Jan Heesterbeek (Visser Chocolate te Schimmert): "Ik was eerst vooral verbaasd. Het kon alle kanten op en de uitslagen lagen dicht bij elkaar. Maar als het dan tot je doordringt dat je meteen de eerste keer dat je meedoet, zo hoog eindigt dan geeft dat een geweldig gevoel! Maandagochtend radio erbij en maandagmiddag zat ik live in een tv-uitzending hier in Limburg. Zaterdag kwamen mensen de winnende bonbon hier met 20, 30 en soms zelfs 50 tegelijk halen. Alleen al in de eigen winkels doen we acht- à negenduizend stuks per week. Dat zorgt niet alleen voor wat druk hier, maar ook bij de toeleveranciers van de grondstoffen. Deze bonbon is onderdeel van een concept dat we aan het ontwikkelen waren toen de uitnodiging voor deze wedstrijd op de mat viel. Mijn werkgever zei: 'Hoe verder je komt, hoe meer publiciteit voor dit concept'. We klagen dus niet, het concept moest goed gelanceerd worden en dat is gebeurd. Mede dankzij deze wedstrijd."



Omschrijving bonbon: eerst smelt de zachte limoncellogelei, daarna de chocolade ganache met framboos en tenslotte zorgt de zachte marshmallow van wilde roos voor een lange nasmaak. De Bullet in de vorm van een kogel is gearbrushed.