

# Chocolatierpris sätter fokus på branschen

I år kunde Västra Gastronomiska Akademin vid sin årshögtid för första gången dela ut ett nyinstiftat pris som är riktat till en ung lovande chocolatier.

Priset sponsras av Berzelii Choklad i Göteborg som också deltar i urval och utseende av pristagare.

ÄR CHOKLAD NÅGOT MAN bara köper som snask i kiosker, företrädesvis ljus sådan, eller har med sig i någon ask från ICA när man är bortbjuden? Frågan är berättigad om man går litet på djupet och synar hur utvecklat vårt land är i användandet av kvalitetschoklad jämfört med gastronomiskt jämbördiga länder på kontinenten.

"Sverige är ett u-land i sammanhanget och här fokuserar man mer på nyttigheten och inte på smaken och chokladen som njutningsmedel", säger Claes Engberg som driver Berzelii Choklad och står bakom det nyinstiftade priset. Man vill på så sätt dra sitt strå till stacken och bidra till att få fler unga konditorer att välja den inriktningen och utveckla branschen i landet.

"Branschen behöver växa och fler som utbildar sig och går vidare", fortsätter han och menar samtidigt att det är ganska tufft att få synas då det massmediala intresset nästan uteslutande ägnas åt köket och kockyrket. Konditor som yrke kommer i skymundan och det är bara de allra största (läs: mest värnenummerade) restaurangerna som håller sig med en sådan.

TRADITION OCH KULTUR i olika länder spelar stor roll. I t.ex. Frankrike tar man gärna med sig praliner av hög kvalitet när man är inbjuden på middag. I Sverige är det blommor som gäller.

Här är det istället restaurangbranschen som är den stora marknaden för landets chocolatier, medan det som säljs i butik är



Christer Fihn, ung och lovande chocolatier från Långhem i Sjuhäradsbygden blev den förste att få motta Berzelii Choklad-priset. Här flankerad av prisutdelarna, Akademin preses Birgitta Rasmusson och landshövding Lars Bäckström, samt Claes Engberg och Monica Lääs som driver Berzelii Choklad och står bakom priset.

väldigt säsongsbundet och som det är svårt att kontinuerligt få ekonomiskt att gå ihop.

"En växande marknad är chokladprovningar som sakta men säkert bygger upp en kundkrets av privatpersoner", säger Claes Engberg som menar att det är ett bra sätt att marknadsföra branschen. Men det är närmast ett sisyfosarbete att sprida kunskap om kakaobönan och vad för läckerheter som den förädlas till. Det är bl.a. oerhört svårt med sponsring hos oss medan Italien, Frankrike och inte minst Japan satsar stort på sina deltagare i "choklad-VM", Salon de Chocolat, i Paris i mitten av oktober. Berzelii Choklads egen chefschocolatier, Sylvain Marron, kommer t.ex. som förste representant någonsin från Sverige att delta, men detta röner föga eller ingen uppmärksamhet ens i lokala medier.

FLER PUBLIKA EVENEMANG kan vara ett sätt att få mer ljus på branschen. Den årliga Stockholms Chokladfestival, där man delar ut priset "Årets Pralin", och den nu förestående Göteborgs Choklad- och

Delikatesskalas 24-25 oktober är de två stora tillfällen då konditorer och chokladen kommer i fokus. Det får plats betydligt fler i almanackan om branschen finge råda. Men så var det ju det där med massmedia...

JAN SCHULTZE

## VÄNFÖRENINGENS KALENDARIUM

*Vänföreningen inriktar sin programverksamhet på att erbjuda föreläsare och upplevelser som man inte kan få på annat håll.*

### Hösten 2009

*Flera programpunkter är på gång men inte tidsatta vid denna utgåvas pressläggning. Håll utkik på Vänföreningens hemsida under fliken program där vi löpande kommer att presentera höstens aktiviteter.*

**PROGRAM** och mer information samt **ANMÄLAN**; v.g. se vår hemsida: [www.vgak.info/vanf](http://www.vgak.info/vanf)