

# Workshop 'Een sensorische ontdekkingsreis'

## Een inspirerende workshop vol belevingen van smaak, geur & textuur.

Proeven doe je vooral met je neus.

Wat gebeurt er als je een ervaren kok en foodspecialist met een gepassioneerde geurexpert en productontwikkelaar samenbrengt? De keuken en de parfumerie ontmoeten elkaar:

Een veelheid aan creatieve ideeën en ervaring over sensorische belevingen!

### Achtergrond:

Veel wat je proeft doe je niet alleen met de smaakpapillen, maar vooral met je neus. Het is dan ook niet gek dat eten zo'n grote emotionele waarde met zich mee brengt.

Terwijl de eigenlijke smaakzin van de mens zich beperkt tot zoet, zout, zuur, bitter en umami, biedt het ruiken een bijna grenzeloos pallet van mogelijkheden (we kunnen naar schatting wel 10.000 verschillende geuren waarnemen).

Ruiken is emotie en herinnering. De reuk is het krachtigste zintuig dat we hebben. Sterker nog, de reuk is het enige zintuig dat direct en zonder tussenkomst in verbinding staat met ons limbisch systeem, onze 'oerhersenen'. 75 % van onze dagelijkse emoties wordt zelfs bepaald door wat we ruiken.

### Inhoud:

Tijdens deze sensorische workshop maakt u kennis met de principes van smaak- en geurbeleving. Door de rijke ervaring van de trainers worden deze principes direct verdiept en toepasbaar gemaakt naar de praktijk. Vervolgens laten we u de rijkdom (her)ontdekken van een selectie van specerijen, kruiden, bloemen, oliën en andere ingrediënten. U zult zelf de smaak, textuur, kleur en geur in al haar impact ervaren.

Neem bijvoorbeeld kaneel, wie kent deze warme geur en smaak niet, de smaak is eigenlijk best bitter maar de geur is verwarmend en vriendelijk.

Welke associaties komen er bij u op als u denkt aan wentelteefjes, stoofpeertjes, verse speculaas, appelflappen of de rodekool en appeltaart bij oma, of de warme dranken Glühwein of kaneelthee.

Kaneel was vroeger een belangrijk specerij en werd net als goud gezien als een koninklijk geschenk. Kaneel is de geurig schors van een boom van de familie van de Lauranceae, waarvan een aantal variëteiten gekweekt worden op Sri Lanka, in India en in China.

Tijdens het drogen in de zon rolt de schors vanzelf op tot kleine pijpjes, wat de specerij ook zijn naam opleverde (canella betekent 'kleine buis' in het Latijn).



Ook in de parfumerie vindt het warme karakter van kaneel haar toepassing, zoals in Opium (YSL), Jean-Paul Gaultier (Gaultier), Féminité du Bois (Shiseido) en Drakkar Noir (Guy Laroche). Binnen huidverzorging maken bijvoorbeeld Philisophy met Cinnamon Buns Shampoo en Decleor met Aromessence LipBalm slim gebruik van de rijke eigenschappen van kaneel. Tenslotte passen geurkaarsen en luchtverfrissers deze winterse geur toe.

## Voor wie?

Volop kennis en inspiratie voor iedereen die zich professioneel bezighoudt met innovatie, concept- en productontwikkeling en design van o.a. voeding, dranken, cosmetica, persoonlijke verzorging, luchtverfrissers, geuren:

- product ontwikkelaars
- marketeers
- conceptontwikkelaars
- verpakkingsdesigners



## Workshop opzet:

De workshop duurt een dagdeel (3 uur) en kan bij ANNINDRIYA in Amsterdam of op een locatie naar wens worden gegeven.

Door het kennismaken, ontdekken en ervaren gaat u naar huis met een rijkdom aan sensorische ervaringen en inspiratie voor toekomstige concept- en productontwikkeling. U ontvangt ook een naslagwerk met een handzaam overzicht van inspirerende ingrediënten.

Deze workshop kan ook tailor-made gemaakt worden voor uw bedrijf zodat u 100% gericht deze kennis kunt gebruiken in uw bestaande en nieuwe markten, concepten of ideeën.

Indien gewenst kunnen wij ook het vervolgtraject tot conceptontwikkeling en innovatieproces specifiek voor uw markten en uw merken begeleiden.

## De trainers:

De workshop wordt gegeven door 2 zeer ervaren sensorische experts: Tanja Deurloo (ANNINDRIYA) en Marc Veltman (Culinary Food Solutions).

**Tanja** is een gepassioneerd geurexpert met een unieke combinatie van marketing en een universitaire achtergrond in chemie. Met meer dan 15 jaar praktische ervaring in productontwikkeling, sales & marketing is zij op haar best waar R&D, marketing en psychologie samenkomen.

Voorafgaand aan de oprichting van ANNINDRIYA werkte Tanja onder andere voor Henkel, Sara Lee/DE, Heinz, Numico, Duyvis en Omega Pharma. Hier verdiende zij ruimschoots haar sporen binnen productontwikkeling & innovatie, sales & marketing en training & consultancy.

Ontdek de rijkdom van zintuiglijke beleving en de impact van geur.

**Marc** is begonnen als kok in de betere restaurants: Krasnapolsky, d` Vijffvlieghen en Vermeer (sterrenzaak) waar hij de liefde voor verse en natuurlijke ingrediënten opbouwde. Met deze kennis van hoe producten echt moeten smaken is hij de levensmiddelen industrie ingerold, waar hij in de avonduren de HAS in Den Bosch heeft gevolgd.

Marc heeft gewerkt bij Unifine, Honig, Heinz en Natudis. Altijd in R&D functies en de laatste 10 jaar als innovatie manager. Passie voor eerlijke en zuivere voeding ligt in zijn hart, eenvoud van smaak en de kunst van het weg laten van overbodige ingrediënten (smaakherrie) is in zijn ogen een must.

Terug naar de echte authentieke smaak.

**Meer informatie:** [www.hetruiken.nl](http://www.hetruiken.nl): onder workshops & training.

[tanja@annindriya.com](mailto:tanja@annindriya.com)

[info@culinaryfoodsolutions.nl](mailto:info@culinaryfoodsolutions.nl)

Tanja: 06-55121996

Marc: 06-51563294

ANNINDRIYA

