

HORECA

Magazine

Het professioneel magazine voor de horeca,
catering, traiteurs en grootkeukens

NR 275 JULI 2026



Zomerwijnen | Snel, goed en rechtstaand eten
Zonder contract, zonder grenzen
Michel Borsy – Les Eleveurs

Horeca Magazine is een uitgave van

Excellis BV/SRL
Rue Colonel Bourgstraat 105A,
B-1140 Brussel/Bruxelles
Tel. +32 (0)2 644 22 52

CEO

Pierre-Paul Billiet

Directrice van de uitgave

Pascale Van Weert

Hoofdredacteur

Pascale Van Weert

Redactieassistent

Carine Segers

Redactie

Laura Krsmanovic
Elsa Fralon
Selene Alexandra Pliez
Patrick Fiévez
Ann Vandenplas
Rob Van Rompuy

Vertaling

Alphatrad
Tel. +32 (0) 9 384 14 55
www.alphatrad.be

Fotografie

Jan Bellen

Lay-out

Jonas Vansieleghem
jonas@horecamagazine.be

Publiciteitsregie

Tel. +32 (0)2 644 22 52
info@horecamagazine.be

Verantw. uitgever

Pierre-Paul Billiet

Rue Colonel Bourgstraat 105 A,
1140 Brussel

Tel. +32 (0)2 644 22 52
info@horecamagazine.be

www.horecamagazine.be

Abonnement

€ 80 per jaar
€ 10 per exemplaar

Abonnement of extra nummers:

horecamagazine.be/webshop

Bank

BNP BE91 0016 6915 4576
BIC GEBABEBB

De uitgever wijst alle verantwoordelijkheid van de
hand voor de documenten die hem toegestuurd
werden. Reproductie enkel met schriftelijke
toelating van de uitgever.

Elke zomer hebben we het over beweging.

De beweging van vakantiegangers die de weg op gaan. Van terrassen die volstromen. Van festivals die hun deuren openen. Van seizoensmedewerkers die de teams komen versterken. De zomer wekt soms de indruk dat alles in een stroomversnelling raakt.

Maar dit jaar, terwijl ik aan dit nummer werkte, besepte ik dat die beweging niet alleen met het seizoen te maken heeft. Ze vertelt ook het verhaal van de evolutie van onze sector.

Lange tijd was de horeca opgebouwd rond vaste referentiepunten. Een restaurant had een zaal, een keuken en duidelijke openingsuren. Carrières volgden vaak een lineair traject. Klanten kwamen voor een maaltijd en gingen daarna weer naar huis.

Vandaag verschuiven die grenzen.

Chefs worden ondernemers of consultants, of bouwen eerst een carrière uit via verschillende residenties voordat ze, soms, hun eigen zaak openen. Maaltijden worden staand genuttigd, tussen twee gesprekken door, zonder dat dit ten koste gaat van de kwaliteit. Koffie is niet langer alleen de afsluiter van een lunch, maar wordt een bestemming op zich. Aan de andere kant van de wereld, in Ecuador, weigeren jonge restauranthouders toeristische folklore of imitatie van de grote gastronomische metropolen. En ook de catering in de zorgsector stelt zich vandaag de vraag welke plaats plezier inneemt in de voeding.

Uiteindelijk vertellen al deze onderwerpen hetzelfde verhaal: de horeca blijft zichzelf steeds opnieuw uitvinden.

In een soms onzeker economisch klimaat is dat aanpassingsvermogen geen luxe meer. Het is een noodzaak geworden. Maar evolueren betekent niet dat je elke nieuwe trend blindelings moet volgen. De zaken die een blijvende indruk nalaten, zijn niet altijd deze die het snelst innoveren. Het zijn vaak de zaken die weten waarom ze veranderen.

In een wereld waarin alles steeds sneller lijkt te gaan, is het behouden van een duidelijke koers misschien wel de grootste kracht geworden.

Ik wens u een prachtige zomer toe, vol mooie ontdekkingen... en waarom ook niet, een paar omwegen. Vaak zijn het net die omwegen die ons vooruithelpen.



**Editie ontworpen en geproduceerd
door het ELS-team:**

Laura Krsmanovic
Elsa Fralon
Selene Alexandra Pliez



24 **TASTE** Michel Borsy - Les Eleveurs



FOCUS

- 04 Snel, goed en rechtstaand eten
- 08 Nieuwe concepten

COACHING

- 12 Latte-isering
- 16 Thomas Wyngaard — OK Coffee Studio

GROOTKEUKENS

- 20 Cure & Care

WIJN

- 34 Zomerwijnen

REIS

- 38 Plural

REPORTAGE

- 42 Fooding gids België 2026



Nina Bazzarini — La Foodina BXL

***Snel, goed en rechtstaand eten:
de nieuwe uitdaging van
de evenementensector***

De eetgewoonten op festivals, afterworks, vernissages en bedrijfsevenementen veranderen. De zittende maaltijd maakt geleidelijk plaats voor vrijere formules, waarbij fingerfood, creatieve buffetten en snelle lunches echte belevingsinstrumenten worden. Achter deze transformatie herzien de traiteurs hun manier van koken, serveren... en ontvangen. Een ontmoeting met Nina Bazzarini, oprichtster van La Foodina BXL.

Lange tijd vormde de maaltijd een pauze tijdens een evenement. Een conferentie, een concert of seminariedag werd onderbroken om aan tafel te gaan alvorens het programma te hervatten. Vandaag ziet dat scenario er totaal anders uit. Gasten willen doorgaan met uitwisselen, netwerken, het ontdekken van een tentoonstelling of het bijwonen van een optreden zonder dat de maaltijd hun ervaring onderbreekt. Deze evolutie, die zowel op festivals als op bedrijfsevenementen wordt waargenomen, hertekent geleidelijk de codes van de catering.

Voor de professionals in de sector volstaat het niet langer om goed te koken. Ze moeten ook nadenken over de manier waarop een gerecht wordt gegeten, de tijd waarover de gasten beschikken, hoe ze zich door de ruimte bewegen en de interacties die ze met elkaar zullen hebben. De maaltijd wordt mobieler en spontaner, maar moet tegelijkertijd royaal, evenwichtig en aantrekkelijk blijven voor een steeds veeleisender publiek.

In Brussel staat deze evolutie centraal in het werk van La Foodina BXL. Het bedrijf werd in 2024 opgericht door Nina Bazzarini en verzorgt catering voor bedrijven, culturele instellingen en festivals. Na een eerste carrière in het onderwijs volgde Nina een opleiding aan het COOVI in Anderlecht. Haar keuken wordt sterk beïnvloed door haar Belgisch-Italiaanse roots, de familiemaaltijden uit haar kindertijd en verschillende reizen door Azië. Een culinaire identiteit die vandaag tot uiting komt in haar buffetten, lunches, het iconische broodje EPIC, maar vooral in haar bredere kijk op hoe mensen eten tijdens een evenement.

“De mensen willen eten en tegelijkertijd blijven praten”



DE MAALTIJD ANDERS BEKIJKEN

Voor Nina Bazzarini ligt de grootste verandering in de gebruiken. ‘De mensen willen eten en tegelijkertijd blijven praten’, vat ze samen.

Een opmerking die eenvoudig lijkt, maar die de volledige organisatie van een traiteursdienst op zijn kop zet.

Vandaag wil een gast een glas in de ene hand kunnen houden, een gesprek

voortzetten, nog eens langs het buffet lopen of vrij door de ruimte bewegen. Elk gerecht moet daarom afgestemd zijn op die realiteit. Er is geen sprake van om gerechten aan te bieden waarvoor verschillende stukken bestek nodig zijn of die je verplichten om even te gaan zitten om je bord leeg te eten.

Bij La Foodina begint deze denkoefening al bij het ontwerpen van het menu. De porties zijn zo bedacht dat ze gemakkelijk gegeten kunnen worden, soms zelfs in één hap, zonder dat ze aanvoelen als een eenvoudig hapje.





‘Het doel is niet dat de mensen gewoon iets proeven. Het doel is dat ze écht eten.’

Het nutritionele evenwicht blijft centraal staan. De hoeveelheden worden nauwkeurig berekend, de eiwitten worden afgestemd op het aantal gasten, en groenten nemen een belangrijke plaats in.

Verse kruiden, royale salades, seizoensproducten en kleuren dragen net zoveel bij aan het evenwicht van de maaltijd als aan de visuele identiteit ervan.

Die gulheid vormt trouwens een rode draad in Nina's keuken. Afkomstig uit een familie met Italiaanse roots, herinnert ze zich de zondagse maaltijden die haar grootmoeder klaarmaakte, waarbij de tafel in de eerste plaats een plek was om te delen. Daarnaast zijn er de invloeden die ze heeft opgedaan tijdens haar reizen in Azië, die haar liefde voor aromatische kruiden, texturen en onverwachte combinaties hebben versterkt.

‘Ik laat de mensen graag ingrediënten ontdekken die ze misschien nooit uit zichzelf zouden hebben gekozen. Je vertrekt vanuit iets wat vertrouwd is, en je voegt daar een verrassende noot aan toe.’

FESTIVALS ALS PROEFTUIN VOOR DE CATERING VAN MORGEN

Nergens is deze evolutie zo zichtbaar als op festivals. Omdat de bezoekers er voortdurend in beweging zijn, moeten traiteurs hun manier van serveren volledig herdenken. De maaltijd moet snel, intuïtief en tegelijk voldoende voedzaam zijn om een dag vol concerten, lezingen of professionele ontmoetingen te begeleiden.

Onder de projecten die deze evolutie illustreren, neemt Fifty Lab een bijzondere plaats in. Dit Brusselse festival voor opkomende muziek brengt elk jaar artiesten, professionals uit de muziekindustrie en het grote publiek samen rond een programma dat concerten, netwerkmomenten en conferenties combineert. In dat kader bedacht La Foodina een 100% veganistisch buffet voor de lunch van de professionals, bedoeld om rechtstaand te worden geconsumeerd zonder het ritme van het evenement te vertragen.

‘Sommige mensen hadden de avond voordien gefeest. Ze hadden geen zin om hun eten te moeten snijden of verschillende

stukken bestek te gebruiken. Ze wilden iets nemen, hun gesprek voortzetten en daarna nog eens opscheppen.’

Het buffet was opgebouwd rond een grote centrale tafel die interactie en circulatie stimuleerde.

Fingerfood, seizoenssalades, warme bereidingen en smakelijke hapjes werden gelijktijdig aangeboden, zodat iedereen zijn maaltijd op zijn eigen tempo kon samenstellen. Die aanpak weerspiegelt perfect de huidige evolutie in de catering: een gezellige, flexibele en royale ervaring aanbieden waarbij de maaltijd het evenement begeleidt in plaats van het te onderbreken. Voor Nina is deze vrijheid essentieel.

‘Iedereen moet iets vinden dat hij lekker vindt, maar tegelijk ook iets anders kunnen ontdekken.’

De buffetten zijn daarom opgebouwd rond verschillende componenten: uiteenlopende texturen, plantaardige opties, wat rijkere of juist frissere elementen, en dat alles met bijzondere aandacht voor kleur. ‘We eten immers eerst met onze ogen’, brengt ze in herinnering.

“Iedereen moet iets vinden dat hij lekker vindt, maar tegelijk ook iets anders kunnen ontdekken”

De ervaring van Fifty Lab bevestigde bovendien een duidelijke trend: het publiek staat vandaag veel meer open voor plantaardige gerechten, op voorwaarde dat deze royaal en smakelijk zijn.

‘De uitdaging bestond erin om een volledig vegan aanbod te creëren zonder dat de mensen de indruk hadden iets te missen.’ Daarvoor zet La Foodina volop in op smaak, maar ook op volume, kruiding en variatie.

WANNEER HET BUFFET EEN BELEVINGSINSTRUMENT WORDT

De terugkeer van het buffet in de evenementensector heeft weinig gemeen met de buffetten van tien jaar geleden. Vandaag gaat het er niet meer om simpelweg gerechten op een rij te zetten. Het buffet maakt nu integraal deel uit van de scenografie van het evenement.

De klanten zijn op zoek naar levendige, kleurrijke en interactieve presentaties. De maaltijd wordt een ontmoetingsplek waar gasten elkaar kruisen, van gedachten wisselen en hun gesprekken op een natuurlijke manier voortzetten.

La Foodina ziet deze evolutie zowel bij productlanceringen en avondevenementen in de iconische Brusselse concertzaal Ancienne Belgique als bij afterworks en bedrijfsevenementen. In al deze situaties begeleidt de catering vandaag de beleving in plaats van een pauze in het programma te vormen.

Deze aanpak vereist echter een zorgvuldige voorbereiding. Achter de schijnbare eenvoud van een buffet schuilt heel wat anticipatiewerk. De hoeveelheden worden afgestemd op het profiel van de gasten, voedingsvoorkeuren worden al bij het ontwerpen van de menu's meegenomen en er zijn systematisch alternatieven voor vegetariërs, veganisten en mensen met allergieën.

‘Een groot deel van ons vak bestaat erin te anticiperen op problemen voordat ze zich voordoen’, legt Nina uit. Glutenvrij, lactosevrij of notenvrij zijn vandaag geen uitzonderingen meer, maar maken integraal deel uit van het dagelijkse werk van een traiteur.

Deze evolutie betreft niet alleen de inhoud van de borden; ook het imago van het vak verandert. Daar waar de traiteur vroeger een zekere formaliteit belichaamde, geven de teams vandaag bewust de voorkeur aan een meer directe aanpak.

‘Wij werken simpel, vaak gewoon in een T-shirt. Wat telt is de kwaliteit van wat we serveren en de ervaring die we creëren.’

MEER DAN EEN MAALTIJD, EEN NIEUWE MANIER VAN ONTVANGEN

Het succes van fingerfood betekent niet dat de traditionele maaltijd verdwijnt. Het weerspiegelt vooral een verandering in de gebruiken. De organisatoren willen vlottere evenementen creëren waarbij de maaltijd de interactie ondersteunt in plaats van onderbreekt. De gasten van hun kant zijn op zoek naar meer vrijheid zonder in te leveren op kwaliteit.

Daardoor moeten de traiteurs nieuwe vaardigheden ontwikkelen. Een buffet ontwerpen betekent vandaag veel meer dan koken voor een groot aantal mensen. Er moet worden nagedacht over de circulatie, ergonomie, voedingsbalans, het tempo van de bediening en de totale beleving. Elk detail telt: de grootte van een hapje, het gemak waarmee het gegeten wordt, hoe het in de hand ligt en hoe het past in het verloop van het evenement.

Uiteindelijk is de echte uitdaging misschien niet meer om honderden mensen te eten te geven. Ze bestaat erin om hen snel, goed en rechtstaand te laten eten, zonder ooit het gevoel te hebben dat ze inleveren op kwaliteit. Festivals hebben die evolutie mee op gang gebracht, maar intussen groeit ze uit tot een nieuwe standaard voor de volledige evenementensector, tot ver buiten de culturele wereld.



ZONDER HUURCONTRACT,
Zonder grenzen

.....

Pop-ups, residenties, rondreizende concepten...
Waarom steeds meer professionals hun carrière in de horeca heruitvinden.

Tien jaar geleden wekte een chef die zijn restaurant verliet zonder een eigen zaak te openen vaak de indruk een stap terug te zetten. Vandaag kan hij meerdere residenties organiseren, een eigen concept lanceren, merken adviseren of in Londen, Parijs en Brussel koken, en dat alles in één en dezelfde maand. Het restaurant heeft niet langer het monopolie op een succesvolle carrière.

Die evolutie reikt veel verder dan de Belgische grenzen. In Londen heeft Carousel de residenties van chefs de voorbije tien jaar omgevormd tot een volwaardig economisch model door talent uit de hele wereld te ontvangen. In Parijs is **We Are Ona** nog een stap verder gegaan door tijdelijke culinaire ervaringen te verheffen tot echte culturele projecten, op het kruispunt van gastronomie, design en hedendaagse kunst. Brussel volgt vandaag deze dynamiek. Locaties zoals **Rebel** en **Night Shop** organiseren steeds vaker samenwerkingen en residenties, terwijl een nieuwe generatie professionals

andere manieren verkent om haar beroep uit te oefenen.

‘Jarenlang gold een eigen restaurant als de ultieme vervulling’, vat **Audrey Thiriar**, Press & Digital Director bij **Tribe Agency**, een Belgisch communicatiebureau gespecialiseerd in food, beverage, hospitality en lifestyle, het samen. ‘Voor velen blijft dat een droom, maar het is niet langer de enige definitie van succes.’

Robin Froeliger, voormalig chef van **Nénu** en vandaag een rondreizende chef, deelt die visie. ‘Het is de droom van elke chef... maar vandaag iets minder die van mij.’

Als één profiel die evolutie belichaamt, dan is het wel **John Prigogine**, de man achter **Old Boy** en **Rambo**.

‘Ik beschouw mezelf niet als een klassieke restauranthouder, maar eerder als een ondernemer in food. Mijn job bestaat erin concepten te creëren, teams op te zetten en projecten te ontwikkelen.’

Een carrière uitbouwen... op een andere manier

Dit fenomeen beperkt zich vandaag niet langer tot de chefs. Ook cateraars, consultants of gespecialiseerde fotografen bouwen steeds vaker een hybride loopbaan uit.

Voor **Jean Fonsny**, oprichter van **Dindins Club**, een pop-up- en cateringconcept gespecialiseerd in ervaringen op maat, is deze manier van werken een bewuste keuze geworden. Naast zijn eigen projecten is hij vandaag chef van de Canadese ambassade in Brussel.

‘Ik hou ervan om van het ene project naar het andere te gaan. De ene dag kook ik voor een evenement, de volgende in een restaurant en daarna voor een ambassade. Je leert enorm veel door telkens in een andere keuken, met ander materiaal of een ander team te werken. Je ontdekt nieuwe producten en andere manieren van werken. Als ik altijd op dezelfde ...→

“Het is de droom van elke chef... maar vandaag iets minder die van mij.”

Robin Froeliger



plek zou blijven, zou ik het gevoel hebben minder bij te leren.'

Robin Froeliger merkt dezelfde evolutie op. 'De horeca is enorm veranderd. De mensen durven meer. Je kunt veel gemakkelijker van project of van beroep veranderen. Ik vind dat bijzonder inspirerend en ik denk dat de sector daar behoefte aan had.'

Maar achter die drang om andere wegen te verkennen, schuilt ook een andere realiteit: die van een generatie die weigert om bepaalde patronen te herhalen.

'De chefs van vroeger zijn heel jong begonnen. Zij waren gewend aan gesplitste diensten en eindeloze werkdagen. Ik kan dat af en toe doen, maar niet mijn hele leven', legt Jean Fonsny uit.

Volgens Audrey Thiriar gaat die evolutie veel verder dan alleen de keuken. 'De nieuwe generaties zijn nog altijd bijzonder ambitieus, maar ze beschouwen uitputting niet langer als een noodzakelijke voorwaarde voor succes. Vandaag kan succes ook samengaan met vrijheid, creativiteit en een beter evenwicht tussen werk en privé.'

Vrijheid heeft een prijs

Een rondreizende carrière is niet synoniem voor een gemakkelijk leven. Op sociale media lijken chefs moeiteloos residenties af te wisselen tussen Milaan, Parijs en Kopenhagen, maar de werkelijkheid is vaak minder glamoreus.

'Soms fantaseren we over totale vrijheid', zegt **Priscillia Dos Santos**, oprichtster van **flash&fourchette**, een studio gespecialiseerd in culinaire fotografie. 'In werkelijkheid moet je voortdurend nieuwe klanten vinden, zichtbaar blijven en je activiteit heruitvinden.'



“Ik beschouw mezelf niet als een klassieke restauranthouder, maar eerder als een ondernemer in food.”

John Prigogine





John Prigogine sluit zich daarbij aan. Achter een pop-up of residentie schuilen dezelfde uitdagingen als achter een restaurant: een team leiden, de kosten beheersen en rendabel blijven.

‘Het feit dat er geen huurcontract is, betekent niet dat alles eenvoudig wordt. Een pop-up opzetten kost geld. Je moet een keuken installeren, teams betalen en de logistiek organiseren. Goed beheer blijft essentieel.’

Hij waarschuwt ook voor het soms geïdealiseerde beeld van bepaalde internationale collectieven. ‘Er bestaat een echt fantasma rond organisaties zoals **We Are Ona**. Maar slechts weinigen krijgen die kans. Voor veel chefs vormen residenties een aanvulling op andere activiteiten. Ze volstaan niet altijd om een onderneming draaiende te houden.’

Ook sociale media spelen een doorslaggevende rol in die evolutie. Ze geven chefs de mogelijkheid hun werk tot ver buiten hun eigen stad bekend te maken en opgemerkt te worden door zaken in het buitenland.

‘Tegenwoordig is Instagram een echt visitekaartje’, vat John Prigogine samen. ‘Je kunt worden uitgenodigd om te koken in Parijs, Londen of New York, simpelweg omdat je werk circuleert op sociale media.’

Die zichtbaarheid brengt echter ook een nieuwe druk met zich mee. Zoals Jean Fonsny opmerkt, maken permanente blootstelling, online beoordelingen en de verwachtingen van het publiek vandaag integraal deel uit van het vak.

Als deze carrières vandaag zo aantrekkelijk zijn, dan komt dat doordat ze inspelen op een dubbele evolutie: een nieuwe visie op succes én een economische context waarin traditioneel ondernemerschap steeds risicovoller wordt.

Meer dan een trend: een verandering van model

Dat carrières diverser worden, is niet alleen een kwestie van keuze. Ook de economische context zet professionals ertoe aan hun manier van ondernemen te herzien.

Door de inflatie, de stijgende grondstofprijzen, hogere huurkosten, zware begininvesteringen en aanhoudende moeilijkheden om personeel te vinden, is een restaurant openen vandaag een grotere gok dan ooit.

Voor velen zijn hybride formules een manier geworden om een project uit te testen voordat ze investeren in een vaste zaak.

Jim Bogaert, voormalig eigenaar van de

restaurants **La Meute** en vandaag aan het hoofd van **Rish**, verwoordt het als volgt:

‘Een vast restaurant openen betekent een lening, huur, verbouwingen, verzekeringen, payroll... en dat allemaal al voordat je een couvert hebt gereserveerd. Een pop-up of residentie is een manier om een concept te testen, naamsbekendheid op te bouwen en een klantenbestand te creëren zonder meteen alles op het spel te zetten.’

En morgen?

Zullen de traditionele restaurants verdwijnen? Niemand gelooft dat echt.

Alle ondervraagde professionals blijven sterk gehecht aan het restaurant als plek voor creativiteit, ontmoeting en kennisoverdracht. Wat verandert, is niet zozeer de bestemming als wel de weg ernaartoe.

Volgens John Prigogine ligt de toekomst waarschijnlijk bij sterkere structuren. Hij ziet de opkomst van groepen die bepaalde investeringen kunnen bundelen en beter bestand zijn tegen een steeds uitdagender economisch klimaat, naar het voorbeeld van wat vandaag al bestaat in andere grote Europese steden.

Tegelijkertijd zullen onafhankelijke trajecten blijven bestaan. Sommige chefs openen na jaren van residenties alsnog hun eigen restaurant. Anderen geven de voorkeur aan een vrijere werkwijze, met een mix van consultancy, evenementen, samenwerkingen en persoonlijke projecten.

Voor velen blijft een eigen restaurant een droom, maar het is niet langer de enige weg naar succes. Tussen concepten, residenties en samenwerkingen bouwt een nieuwe generatie carrières uit die beter aansluiten bij haar visie: vrijer, hybrider en ondernemender. Zonder huurcontract, soms zonder grenzen, vindt deze generatie de regels van de heropnieuw uit.



ÉÉN LATTE

OM ZE ALLEMAAL TE BEHEERSEN

Je kunt er niet naast kijken. In Brussel duiken ze op elke straathoek op. Op de Vlaamsesteenweg, op het Brugmannplein, langs de Charleroisesteenweg – waar je er op enkele honderden meters tientallen telt – volgen de coffee shops elkaar op met een bijna algoritmische regelmaat. Strakke gevels, zandkleurige muren, licht hout, een lo-fi-playlist, perfect uitgevoerde latte art en banana bread onder een glazen stolp. Het decor is een universele taal geworden. Het fenomeen gaat veel verder dan de trend van specialty coffee. Het vertelt iets over onze tijd. De horeca is altijd een spiegel van de samenleving geweest.

Vandaag neemt deze spiegel de vorm aan van een flat white.

Een aantrekkelijk economisch model

Dat coffee shops zo'n sterke groei kennen, komt niet alleen doordat consumenten dol zijn op barista haver en matcha. Het model verleidt ook ondernemers.

Na de coronapandemie hebben veel horecaprofessionals de verplichtingen van het traditionele restaurant in vraag gesteld: gesplitste diensten, avonduren, personeelstekorten, stijgende energiekosten en een zware operationele organisatie. De coffee shop biedt een lichter alternatief: voornamelijk overdag open, een beperkt team, een korte kaart, weinig of geen warme bereidingen en toegankelijke investeringen.

Daar komt nog bij dat klanten niet langer alleen voor een kop koffie komen. Ze werken er enkele uren, houden een informele vergadering, lezen, wachten op een afspraak of verblijven gewoon in een aangename omgeving. De coffee shop is uitgegroeid tot een echte 'derde plek', tussen thuis en kantoor.

In zekere zin vervult de coffee shop vandaag de dag een rol die openbare ruimtes niet altijd meer spelen.

De esthetiek van de consensus

Maar naarmate het concept aan populariteit wint, tekent zich een andere trend af: uniformering.

Dezelfde espressomachine. Dezelfde koffiebrander. Dezelfde kaart. Dezelfde granola. Dezelfde reuzecookie. Hetzelfde banana bread. Hetzelfde Scandinavische meubilair. Hetzelfde palet aan beigetinten.

Alsof er inmiddels een kant-en-klaar businessplan circuleert in de managementscholen.

Deze homogenisering is niet uniek voor Brussel. Je ziet ze van Parijs tot Amsterdam, van Kopenhagen tot Seoel. Sociale

De logica is simpel: wat werkt, wordt gekopieerd. En daarna nog eens gekopieerd.

media spelen hierin een grote rol. Instagram en TikTok belonen plekken die meteen herkenbaar zijn. Een fotogeniek interieur wordt soms even belangrijk als de kwaliteit van de koffie zelf.

De logica is simpel: wat werkt, wordt gekopieerd. En daarna nog eens gekopieerd.

Het risico is uiteraard dat alle zaken uiteindelijk op elkaar gaan lijken.

De Horeca als spiegel van de samenleving

Deze 'latte-isering' reikt veel verder dan de koffiesector.

Ze vertelt het verhaal van een tijdperk waarin geruststellende, overzichtelijke en glad afgewerkte ruimtes worden gewaardeerd. Dezelfde codes zie je terug in interieurdesign, hotels, kledingwinkels ...→





en zelfs in de vastgoedsector. Beige is evenzeer een esthetiek als een gemoeds-toestand geworden.

In een wereld die wordt gekenmerkt door onzekerheid, opeenvolgende crisissen en hyperconnectiviteit bieden deze plekken een vorm van houvast. Je weet precies wat je er zal aantreffen.

De coffee shop functioneert bijna als een wereldwijd merk zonder dat daadwerkelijk te zijn. De codes zijn overal herkenbaar, zelfs wanneer het om onafhankelijke zaken gaat.

De paradox is fascinerend: nog nooit hebben consumenten zo hard om authenticiteit gevraagd, terwijl de locaties nog nooit zo hard op elkaar hebben geleken.

Tijd voor differentiatie

In de meest competitieve Brusselse wijken – Sint-Gillis, Elsene en het stadscentrum – wordt het openen van een banale coffee shop dan ook steeds riskanter.

Wanneer het aanbod groot is, volstaat een goede koffie alleen niet meer. Deze regionalisering vormt wellicht de volgende evolutie van de coffee shop. Het volstaat niet langer om een uitstekende espresso te serveren. Je moet een bestemming creëren. Identiteit wordt een concurrentievoordeel.

De Belgische markt lijkt daarmee een nieuwe fase in te gaan.

Jarenlang volstond het een mooie coffee shop te openen om nieuwsgierige klanten





Maar naarmate het concept aan populariteit wint, tekent zich een andere trend af: uniformering.

aan te trekken. Vandaag is de consument veeleisender. Hij vergelijkt de koffiesoorten, de branding en de extractiemethoden, maar is ook op zoek naar meer unieke ervaringen.

Tegelijkertijd blijven de kosten stijgen: huurprijzen, grondstoffen, groene koffie, melk en lonen. In een sector waarin het gemiddelde bestedingsbedrag relatief laag blijft, wordt het lastiger om winstgevend te zijn.

Het gevolg daarvan is logisch: de zaken proberen hun inkomstenbronnen te diversifiëren. Sommige ontwikkelen een ambachtelijk bakkerijaanbod, andere worden conceptstores, bloemenzaken, wijnhandels, boekhandels of evenementenlocaties.

De coffee shop houdt geleidelijk op alleen maar een café te zijn.

En na de latte?

De latte-isering is waarschijnlijk geen doodlopend spoor. Ze is eerder een teken dat de markt volwassen wordt.

Net zoals eerder de golf van gastronomische hamburgers of cocktailbars, gaat ook de coffee shop een fase in waarin kopiëren minder loont dan een uitgesproken persoonlijkheid.

De zaken die zullen overleven, zijn waarschijnlijk niet deze die het mooiste hartje in melkschuim schenken. Het zijn degenen die een sterke identiteit, een eigen cultuur, een lokale verankering of een verhaal bieden waarmee ze een echte band met hun gasten opbouwen.

Koffie blijft het vertrekpunt.

Maar morgen zal vooral het verhaal dat rond het kopje wordt verteld het verschil maken.



Thomas Wyngaard

De man die specialty coffee
uit zijn bubbel wil halen

Trainer, gids, consultant en oprichter van OK Coffee Studio: Thomas Wyngaard verdedigt een visie op specialty coffee die ver afstaat van de clichés. Met zijn Coffee Tours, zijn Brussels Coffee Guide en zijn adviesopdrachten ijvert hij voor een koffiecultuur die opener, toegankelijker en vooral beter geïntegreerd is in de horeca. Een ontmoeting met een smaakambassadeur die professionals uitnodigt om anders naar koffie te kijken.

Als je Thomas Wyngaard over koffie hoort praten, valt één ding meteen op: hij is niet alleen geïnteresseerd in het kopje zelf. Wat hem fascineert, is het hele ecosysteem eromheen.

Zijn parcours liep via de Specialty Coffee Association (SCA), waar hij gedurende meerdere jaren les volgde in heel Europa alvorens gecertificeerd opleider te worden. Die expertise bracht hem vervolgens naar grote ondernemingen, onder meer in New York, waar hij actief was als koffiespecialist en opleider.

Vandaag heeft hij met **OK Coffee Studio** een hybride activiteit uitgebouwd die opleidingen, horeca-advies, bedrijfsevenementen en Coffee Tours in Brussel, Antwerpen en Parijs combineert.

‘In veel zaken wordt koffie nog te vaak als een detail beschouwd’, stelt hij vast. ‘Nochtans is het soms het laatste wat de klant proeft voordat hij vertrekt.’

Koffie verdient evenveel aandacht als wijn

Thomas heeft jarenlang gewerkt als gecertificeerd opleider voor de Specialty Coffee Association (SCA), de internationale referentieorganisatie binnen de sector. Vandaag geeft hij nog steeds opleidingen, maar hij koos ervoor om het certificeringssysteem te verlaten om zijn opleidingen toegankelijk te houden.

Zijn vaststelling is eenvoudig: in veel horecazen blijft koffie een functionele aankoop. Ze kiezen een

“Veel professionals investeren in een dure machine, maar verwaarlozen de opleiding”

leverancier omdat die bekend is, omdat hij al bij de burens levert of omdat zijn aanbod aantrekkelijk lijkt. Veel minder vaak omdat ze echt begrijpen wat er in het kopje zit.

‘Veel professionals investeren in een dure machine, maar verwaarlozen de opleiding. Zelfs met de beste koffie en de beste apparatuur kan je echter geen goede espresso zetten zonder de basis van de extractie te begrijpen.’

Volgens hem blijft bewustmaking de eerste stap. Niet noodzakelijk om zelf barista te worden, maar om met de leveranciers te kunnen praten, het team op te leiden en een coherent koffieaanbod op te bouwen.

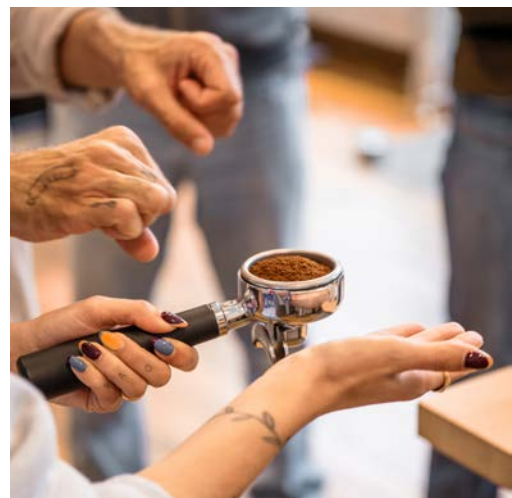
Meer dan alleen espresso

Hoewel espresso nog steeds domineert op de kaart, ziet Thomas een geleidelijke evolutie op de Belgische markt.

‘We reduceren koffie vaak tot espresso en zijn varianten. Nochtans

bestaan er drie grote families: espresso, warme ‘slow coffee’-methoden zoals filterkoffie, en koude ‘slow coffee’-methoden zoals cold brew of cold drip.’

Filterkoffie, dat jarenlang geassocieerd werd met koffiezetapparaten op kantoor, maakt een discrete comeback. Koude bereidingen op hun beurt maken het mogelijk om het zomeraanbod te vernieuwen en tegelijkertijd in te spelen op de groeiende vraag naar minder zoete en meer complexe dranken. ...→



In de Angelsaksische en Aziatische markten maakt cold brew al integraal deel uit van het landschap. In België is de trend nog in opkomst, maar wint ze duidelijk terrein.

Volgens Thomas is de uitdaging niet alleen om deze dranken aan de kaart toe te voegen, maar ook om het verhaal erachter te vertellen. 'Wanneer het personeel het product begrijpt, verkoopt het. Wanneer het personeel het niet kent, blijft het onzichtbaar.'

De machine maakt de koffie niet

Een ander vooroordeel dat de consultant regelmatig ontkracht, is het idee dat goede koffie per definitie enorme investeringen vereist. Alles hangt af van het volume.

Een restaurant dat twintig kopjes koffie per dag serveert, heeft andere behoeften dan een zaak met 150 couverts en een terras.

'In sommige gevallen levert een goed afgestelde volautomatische machine betere resultaten op dan een halfautomatische machine die zonder opleiding wordt gebruikt.'



Soms gaat hij zelfs nog verder. Sommige patisserieën en restaurants die hij begeleidt, hebben ervoor gekozen om espresso volledig te schrappen en uitsluitend filterkoffie aan te bieden.

Een beslissing die radicaal kan lijken, maar die het mogelijk maakt om met een beperkte investering een onderscheidende ervaring te creëren.

De Brussels Coffee Guide bewijst dat goede koffie overal te vinden is

Die visie komt ook tot uiting in zijn recente **Brussels Coffee Guide**, ontwikkeld naar aanleiding van World of Coffee in Brussel.

Verre van de klassieke gids die zich uitsluitend op coffee shops richt, laat Thomas zowel coffee bars als ijssalons, patisserieën, delicatessenzaken, gastronomische restaurants, hotels en cocktailbars aan bod komen.

Je vindt er adressen in zoals Forcado, Gaston, La Fruitière, Silk, Villa du Parc, Batch of Café Fontainas.

De boodschap is duidelijk: kwaliteitskoffie beperkt zich niet langer tot enkele gespecialiseerde zaken.

'Wat mij interesseert, zijn plaatsen waar goede koffie samengaat met iets anders: uitzonderlijk gebak, een keuken met karakter of een bijzondere knowhow.'

Een benadering die ook de evolutie van de sector weerspiegelt. In Brussel is het aantal coffee bars de voorbije jaren explosief gegroeid. Volgens Thomas wordt differentiatie daardoor steeds belangrijker.

'Tegenwoordig volstaat het niet meer om een coffee shop te openen met dezelfde machine, dezelfde koffieleveranciers, dezelfde

patisserieën en hetzelfde menu als iedereen. Lange tijd werkte de sector volgens een vorm van imitatie. De zaken die vandaag echt opvallen, zijn deze die een eigen identiteit ontwikkelen, via hun koffieselectie, hun culinaire aanbod, hun culturele verankering of de ervaring die ze aanbieden.'

Cafeïnevrije koffie krijgt een nieuwe status

Een andere trend die hij van nabij volgt, is de opmars van cafeïnevrije koffie. Lange tijd werd deze koffie beschouwd als het ondergeschoven kindje van de koffiewereld, maar vandaag krijgt hij dezelfde aandacht als andere koffiesoorten: selectie van de partijen, fermentatie, branding en hoogwaardigere methoden voor het verwijderen van cafeïne. Een ontwikkeling die ook gepaard gaat met de daling van het alcoholgebruik onder de jongere generaties. 'Er verschijnen steeds meer heerlijke cafeïnevrije koffiesoorten, en zelfs koffie met een laag cafeïnegehalte.' Voor professionals ligt hier een reële kans: inspelen op een groeiende vraag zonder in te boeten aan kwaliteit.

Naast de trends, apparatuur of nieuwe dranken verdedigt Thomas vooral een andere manier om naar koffie te kijken: met nieuwsgierigheid. In een sector waarin het product nog te vaak als bijkomstig wordt beschouwd, pleit hij voor meer begrip en gevoeligheid. Want volgens hem hangt een goede koffie niet uitsluitend af van de kwaliteit van de boon of de machine, maar van het vermogen van een zaak om een coherent verhaal te vertellen, van producent tot consument. En in een steeds competitievere markt kan die koffiecultuur wel eens een echte onderscheidende factor worden.



Thomas' favoriete drank

Cold Brew Limonada

'Dit is waarschijnlijk een van de interessantste zomerdranken van het moment.'

Het recept is eenvoudig:

- Een kwalitatieve cold brew
- Een ambachtelijke, suikerarme frisdrank of limonade
- Veel ijs
- Een schijfje citrusfruit

Het resultaat: een verfrissende, aromatische en lichte drank die koffie vanuit een totaal andere invalshoek laat ontdekken.

Andere zomerfavorieten van Thomas:

- Cold Drip met een schijfje sinaasappel bij Kaffabar;
- Cascara Fizz van KAMI;
- Nitro Coffee van MOK;
- De bijzonder creatieve creaties van Silk in Sint-Gillis, geïnspireerd door Aziatische smaken.



OK Coffee Studio

Opleidingen, horecaconsulting, Coffee Tours en koffie-evenementen in Brussel, Antwerpen en Parijs.

Elk jaar organiseert Thomas Wyngaard ook een immersiereis naar Ethiopië, de bakermat van de koffie. Voor professionals die het product beter willen begrijpen alvorens verder te gaan, vormt zijn introductiemodule over koffie een uitstekende eerste stap.

www.okcoffee.studio



Wie schrijft de chef wat voor?

De gezonde tolerantie van “Lekker” in Cure & Care

De tijd van de ‘standaard institutionele keuken’ in de zorgsector is definitief voorbij. Wie vandaag de dag de scepter zwaait in een grootkeuken van een ziekenhuis, revalidatiecentrum of woonzorgcentrum, weet dat voeding hier geen logistieke bijzaak is. Het is een integraal onderdeel van het zorgtraject en het algemene welzijn van de patiënt of bewoner. Koken in de Cure & Care sector is topsport geworden. Het vraagt om efficiënt en doordacht totaalconcept waarin we de lekker centraal stellen, zonder de operationele en bedrijfseconomische realiteit uit het oog te verliezen.

De basis van dit succes ligt in wat ik noem de perfecte democratie: een respectvolle, gelijkwaardige samenwerking tussen de chef-kok, de diëtist of diëtiste en de kwaliteitsverantwoordelijke. Een driehoek waarin geen enkele partij superieur is aan de andere, maar waarin we samen streven naar een universeel doel: een respectvolle en feilloze balans tussen lekkere, gezonde en veilige voeding.

DE HEILIGE DRIEHOEK: EEN GELIJKWAARDIGE ALLIANTIE

Binnen ons cateringmodel is de interactie tussen de drie kernfunctionaliteiten de motor van innovatie. Te vaak werd de keuken in het verleden gezien als de uitvoerende macht die braaf de restricties van de medische staf opvolgde, of juist als een eiland dat koppig van nutritionele logica zijn eigen gang ging. Vandaag de dag claimen we onze rol als strategische partner in de zorg.

- De Chef-kok bewaakt de ziel van deze ambacht. Wij zijn de hoeders van smaak, textuur, kleur, geur en presentatie. Voeding moet in de eerste plaats troost bieden, herinneringen oproepen en goesting geven om te eten. Als het niet smaakt of er niet aantrekkelijk uitziet, eet de patiënt het niet op, hoe gezond het op papier ook is.
- De Diëtist(e) bewaakt de nutritionele parameters, de medische restricties en de therapeutische waarde van de maaltijd. Zij vertalen de pathologie van de patiënt naar concrete nutritionele behoeften, zoals de exacte hoeveelheden eiwitten, energie, vocht en specifieke mineralen.
- De Kwaliteitsverantwoordelijke borgt de absolute veiligheid. Dit omvat de strenge HACCP-wetgeving,

de microbiologische claims, de sluitende allergenenregistratie en de traceerbaarheid van elke afzonderlijke grondstof. In een zorgomgeving met een kwetsbare populatie is voedselveiligheid simpelweg een kwestie van leven of dood.

Wanneer deze drie disciplines elkaar vinden in een cultuur van open communicatie en wederzijds respect, ontstaat er synergie. Dan praten we niet meer in termen van “wat mag er allemaal niet in dit dieet”, maar in termen van “hoe gaan we dit gerecht zó ontwikkelen dat het aan alle medische eisen voldoet én een gastronomisch hoogstandje blijft”.

HEDENDAAGSE TRENDS: DE EVOLUTIE NAAR INCLUSIEF MENU-DESIGN

De wereld van diëten en speciale menu's in de zorg evolueert in een razendsnel tempo. Waar we vroeger voor elk individu eel dieet of elke unieke allergie een aparte, vaak kleurloze en smaakloze variant stonden te koken aan een aparte dieetpost, verschuift de visie nu radicaal naar

Inclusief Menu-Design en het strategisch hanteren van een brede tolerantiegrens.

1. Cross-over Gerechten en het Maximale Bereik

De moderne trend is het ontwerpen van gerechten met een ingebouwd breed bereik. In plaats van te vertrekken vanuit een klassiek menu op basis van de traditionele Franse keuken om daar vervolgens onderdelen uit weg te laten (een proces dat bijna altijd leidt tot een inferieur product op het bord), draaien we de filosofie om. We ontwikkelen recepturen die van nature al aan meerdere dieet- en allergeneneisen voldoen, zonder dat de reguliere eter merkt dat hij een ‘dieetmaaltijd’ consumeert.

Denk hierbij aan een fluwelen bloemkool- of pompoensoep waarin we de klassieke binding met runderbouillon en room vervangen door een hoogwaardige groentebouillon en plantaardige room. Dit ene gerecht is direct glutenarm, lactosevrij, clean label, vegetarisch én veganistisch. Het past bovendien binnen veel zoutarme restricties. Door deze ...→

“Succes ligt in de perfecte democratie: een gelijkwaardige driehoek tussen chef, diëtist en kwaliteitsverantwoordelijke waarin we samen streven naar de balans tussen lekker, gezond en veilig.”

cross-over benadering verhogen we de inclusiviteit aan tafel, verlagen we het risico op kruisbesmetting en creëren we rust op de werkvloer.

2. Het Rekken van de Tolerantiegrenzen van Waarden

We merken op dat er in de sector steeds meer terechte aandacht gaat naar de exacte tolerantiegrenzen van waarden. In het verleden werd een natriumarm of vetbeperkt dieet vaak rigide geïnterpreteerd, wat resulteerde in fletse, smaakloze voeding. Vandaag de dag dagen we die grenzen uit in overleg met onze diëtisten. Hoe kunnen we binnen de medisch verantwoorde marges toch de maximale smaakperceptie bereiken?

Hier komt het pure culinaire vakmanschap om de hoek kijken. We maken intensief gebruik van natuurlijke smaakversterkers en technieken die de zintuigen prikkelen zonder de parameters te overschrijden. Denk aan het strategisch inzetten van specifieke kruidenextracten, lavas, gistextracten, zuren (zoals citrus of azijn) en gefermenteerde producten om die diepe umami-smaak te triggeren. Door de tolerantiegrenzen optimaal te benutten en de smaakbeleving te maximaliseren, verhogen we de therapietrouw van de patiënt aanzienlijk.

3. Consistentie als Culinaire Ambacht

De IDDSI-standaarden voor slikproblemen zijn geen operationele last, maar een volwaardig ambacht. Gemalen (Level 5) of vloeibare (Level 4) voeding hoeft geen grauwe brij te zijn. Met natuurlijke geleringsmiddelen en texturiseerders reconstrueren we de maaltijd: een stukje vis of wortel krijgt op het bord zijn oorspronkelijke vorm en kleur terug. Dat prikkelt de eetlust én garandeert de veiligheid.

DE ANATOMIE VAN HET MENU: EFFICIËNTIE EN RIGOREUZE VOORBEREIDING

Een menucyclus in een zorgkeuken is een uiterst complex raderwerk. Elke aanpassing, hoe klein ook, heeft een direct domino-effect op de gehele keten.

Daarom is de operationele efficiëntie van onze menu-afleidingen van cruciaal belang voor de algehele werking van het cateringmodel.

Als professionele chefs in de zorg waken we ervoor dat we nooit zomaar snel iets verzinnen aan het fornuis omdat er toevallig een specifieke dieetaanvraag binnenkomt. Vlug ad-hoc improviseren is de grootste vijand van de voedselveiligheid en de kostenefficiëntie. Elk speciaal menu, elke dieetvariant en elke aanpassing doorloopt een rigoreus, vooraf gedefinieerd acceptatieproces.

TECHNISCHE FICHES EN RECEPTUUR IN DETAIL

Elk gerecht dat onze keukens verlaat, staat of valt met een waterdichte, tot op de gram nauwkeurige technische fiche. Ik claim als chef de absolute verantwoordelijkheid over deze fiches. Wanneer we een dieetvariant ontwerpen, moet de receptuur in detail kloppen. Eén ongeplande wijziging in een binding, een saus of een kruidenmix kan de allergenendeclaratie van de hele menucyclus onderuithalen of de nutritionele waarden voor een kritieke patiëntengroep verstoren. Onze software- en voedingsbeheersystemen (ERP)



“De toekomst is Inclusief Menu-Design: recepturen ontwikkelen die van nature aan meerdere dieeteisen voldoen, zónder dat de reguliere eter merkt dat hij een ‘dieetmaaltijd’ consumeert.”

moeten te allen tijde een exacte, realtime reflectie zijn van de fysieke ingrediënten en handelingen op de werkvloer.

DE ECONOMISCHE EN LOGISTIEKE PUZZEL

Een inclusief gerecht of speciaal menu is pas geslaagd als het operationeel en financieel haalbaar is. Elk concept wordt getoetst aan vier pijlers:

- **Voedingswaarden:** Variaties moeten stabiel binnen de lopende menucyclus passen voor de juiste therapeutische ondersteuning (eiwitten, koolhydraten, vetten).
- **Foodcost-beheersing:** Prijsstijgingen voorkomen door grondstoffen slim en in bulk aan te kopen voor meervoudig gebruik (“synergie in de voorraadkast”).
- **Labor-optimalisatie:** Gerechten zo ontwerpen dat ze efficiënt meelopen in de reguliere productielijn (Cook & Serve/Chill/Freeze) om extra werkingskosten te vermijden.
- **Logistieke borging:** Garanderen dat de kwaliteit, temperatuur en structuur ook na transport en regeneratie op de afdeling optimaal blijven tot aan het bed van de patiënt.

DE STRATEGISCHE MEERWAARDE VAN DE ZORGCHEF

De strategische meerwaarde van een doorzicht menu-concept uit zich op verschillende fronten, te beginnen bij de actieve strijd tegen ondervoeding. Malnutritie in ziekenhuizen en rusthuizen leidt tot langere ligtijden en hogere medische kosten; door smaaksturing en een sterke presentatie in te zetten als non-farmaceutisch medicijn,

koken zorgchefs niet tegen de honger, maar vóór herstel. Deze aanpak vraagt niet om artistieke chaos op de werkvloer, maar om operational excellence. Echte culinaire creativiteit zit in het slim en gestructureerd ontwerpen van de menucyclus, zodat het keukenteam met minimale handelingen een constante topkwaliteit en maximale voedselveiligheid garandeert. Door daarnaast resoluut te kiezen voor inclusief menu-design met een brede geschiktheid, neemt het aantal unieke micro-producties drastisch af. Dit zorgt voor minder stress en fouten in de keuken, verlaagt het stockrisico en resulteert in een significante daling van de voedselverspilling (food waste), wat zowel de duurzaamheid als het financiële rendement versterkt.

CONCLUSIE

Koken in de unieke niche van de Cure & Care sector is een voortdurende, fascinerende evenwichtsoefening tussen het hart en het verstand. Het vraagt om een onvoorwaardelijk respect voor medische en nutritionele grenzen, een ijzeren discipline in het beheersen van de logistieke en financiële realiteit, en bovenal: de diepe, gastronomische trots om de patiënt of bewoner elke dag opnieuw een moment van comfort, genot en waardigheid te schenken.

Pas wanneer de chef-kok, de diëtist en de kwaliteitsverantwoordelijke opereren als één onafscheidelijk team binnen een perfecte democratie, overstijgen we het niveau van de massacatering. Op dat kruispunt transformeren we de zorgmaaltijd van een noodzakelijke operationele kost naar een onmisbare, therapeutische meerwaarde voor de gehele organisatie.

SOFRASPEED[®] ULTRASNELLE BAKOVEN



BAK SNEL EN GOED!



**OPWARMEN MET BEHOUD
VAN DE KNAPPERIGHEID
& KROKANTHEID!**



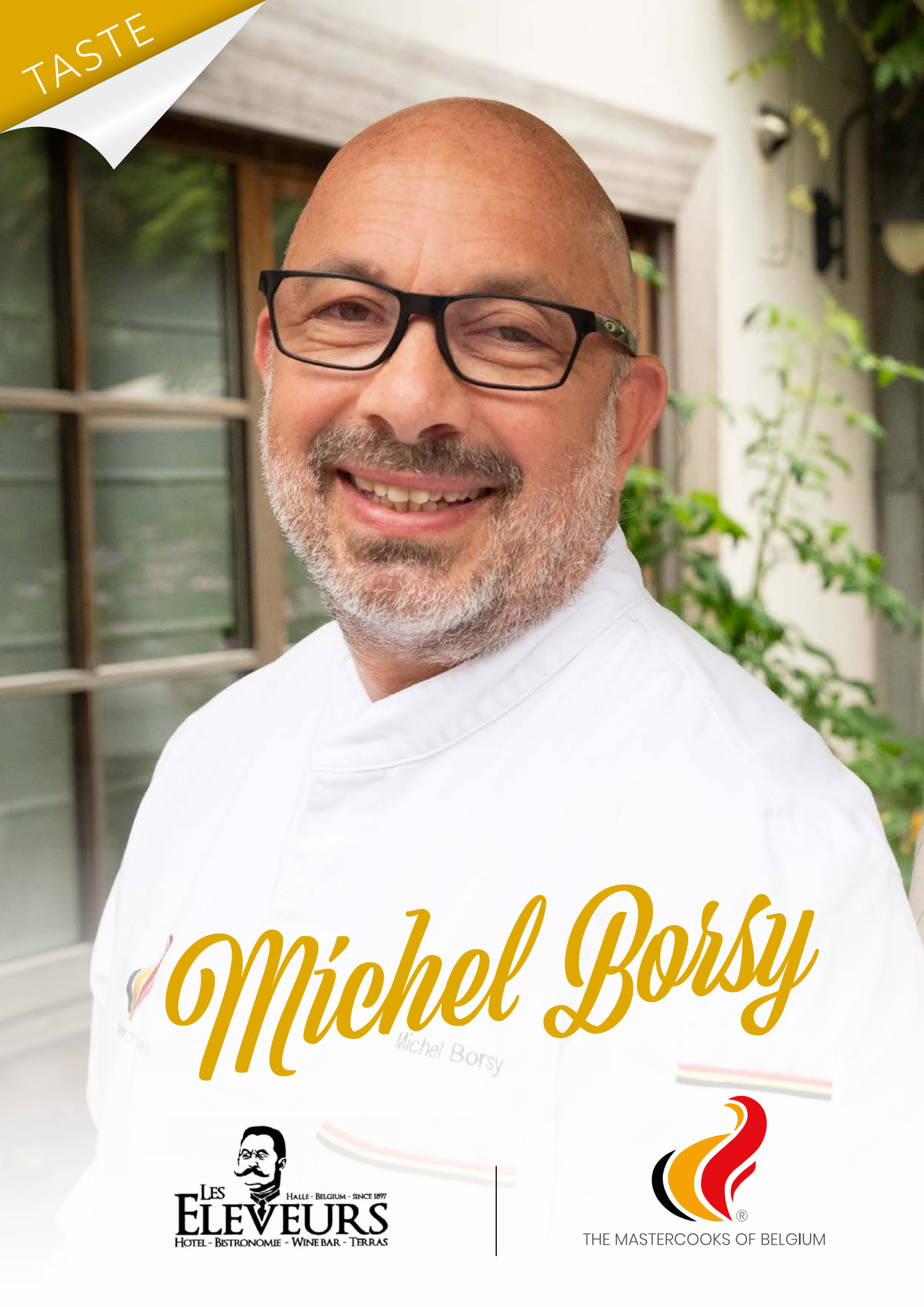
UW CONTACT

Christophe DAXHELET

+32 472 11 05 74

christophe.daxhelet@collin-lucy.com

TASTE



Michel Borsy



THE MASTERCOOKS OF BELGIUM



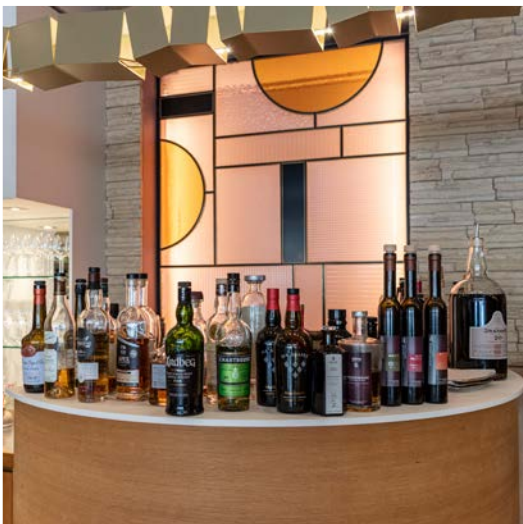
Voor Michel Borsy begint koken altijd met een product, een seizoen... en een emotie. Na zijn opleiding aan het CERIA en door ervaring op te doen bij enkele van de mooiste Belgische restaurants heeft de chef van Les Eleveurs in Halle zijn carrière met discretie, nauwgezetheid en passie opgebouwd. Al meer dan tien jaar drukt hij zijn stempel op dit gastronomisch instituut, dat in 2023 een nieuw hoofdstuk begon toen Julian Staar het restaurant overnam, nadat het meer dan 125 jaar werd geleid door de familie De Brouwer.

U zegt dat u altijd al kok wou worden. Is er een herinnering of een moment dat die roeping heeft doen ontstaan?

Michel Borsy: Zoals vele chefs zou ik zeggen dat alles begon bij mijn grootmoeder. Zij kookte voortdurend op een kolenkachel. Zodra je haar huis binnenkwam, werd je begroet door de geur van soep. Ik had ook Italiaanse vrienden, en bij hen vulde de geur van minestrone het hele huis. Ik denk dat juist die geuren de echte vonk zijn geweest. Ze hebben mijn liefde voor koken aangewakkerd.

U hebt ervaring opgedaan bij verschillende grote restaurants. Wat is de belangrijkste les die u daar hebt geleerd?

Michel Borsy: Die restaurants hebben me in de eerste plaats discipline bijgebracht: discipline in het werk, stiptheid en respect voor de producten. We werkten met zeldzame en kostbare ingrediënten, dus verspilling was uit den boze. Maar wat me vooral is bijgebleven, is het respect voor collega's. Dat blijft voor mij een fundamentele waarde.



Wat maakt een product tot een topproduct?

Michel Borsy: Alles begint bij de producent. Het is een beetje zoals bij wijn: als je de wijnbouwer kent, begrijp je het product beter. Op dit moment werk ik bijvoorbeeld met een aardappel van Noirmoutier. Het is maar een aardappel, maar wel een uitzonderlijk product. Je hebt geen kaviaar nodig om hoogstaande gastronomie te brengen. Met een eenvoudig kwaliteitsproduct kun je fantastische gerechten maken. Het gebeurt vaak dat een leverancier of een groenteteler me een nieuw ingrediënt laat ontdekken. Soms komen de ideeën dan meteen. Wanneer een product me inspireert, bouw ik het volledige gerecht eromheen op.

Als u vandaag twintig jaar zou zijn, zou u dan opnieuw voor het beroep van chef kiezen?

Michel Borsy: Absoluut, zonder enige twijfel. Natuurlijk moet je bepaalde of-

fers brengen, vooral op het vlak van het gezinsleven. Je ziet je kinderen minder opgroeien dan je zou willen. Mijn dochter heeft onlangs haar middelbare studies afgerond en begint binnenkort aan de universiteit. Dan besef je hoe snel de tijd voorbijgaat. Maar op professioneel vlak is het een fantastisch beroep. Geen enkele dag is dezelfde en je kan voortdurend creëren.

Hoe hebt u de komst van de nieuwe eigenaar beleefd?

Michel Borsy: De overgang tussen Andy De Brouwer en Julian Staar verliep heel geleidelijk. Julian werkte hier al eerder. We hadden elkaar al leren kennen en daardoor verliep alles heel vanzelfsprekend.

Wat moet volgens u absoluut behouden blijven van de identiteit van Les Eleveurs?

Michel Borsy: Vooral de familiale sfeer. Klanten komen soms al generaties lang

“Wat me vooral is bijgebleven, is het respect voor collega's. Dat blijft voor mij een fundamentele waarde.”





hierheen om te genieten van iconische gerechten zoals op houtvuur gegrilde tarbot of wild dat ter plekke wordt versneden. Het is een huiselijke, royale en familiale keuken. Die identiteit moeten we absoluut behouden.

Wat is uw favoriete moment van de dag in de keuken?

Michel Borsy: 's Morgens, wanneer de keuken nog leeg is. Ik maak een cappuccino, denk na over de recepten en de mise-en-place. Ik geniet enorm van dat rustige uurtje voordat de hele brigade binnenkomt.

Wat zou u willen dat een klant over vijf jaar nog altijd terugvindt bij Les Eleveurs?

Michel Borsy: Ik zou graag willen dat hij de smaken terugvindt die hij al kende, dat één hap meteen een herinnering oproept. Tegelijkertijd moeten we blijven evolueren dankzij nieuwe technieken. Maar de culinaire stijl moet dezelfde blijven. Het belangrijkste is de continuïteit in de smaak.



THE MASTERCOOKS OF BELGIUM



LES ELEVEURS

Suikerkaai 1/A,
1500 Halle
www.les-eleveurs.be



GEVULDE ARTISJOKBODEM

Artisjokbodem

Kook de artisjokbodems in een gevogeltefond.

Garnituur

Maak een brunoise van tomaten, komkommer, olijven en gerookte amandelen.

Fetaroom

- 200 g feta
- 100 g melk
- 10 g olijfolie

Mix alles en doe het in een spuitzak.

Bearnaise

- 100 g geklaarde boter
- 3 eierdooiers
- 20 g gastrique
- 10 g tomatenponzu

Maak een klassieke bearnaise en voeg de tomatenponzu toe.

Afwerking

Breng de brunoise op smaak met olijfolie (zonder extra zout, aangezien de feta al voldoende zout bevat). Vul de artisjokbodems met de fetaroom, werk af met de brunoise en serveer de bearnaise apart.





MECHELSE KOEKOEK

'La poule qui roule' op Libanese wijze

Gevogelte

Kleur de filets aan de velkant in een pan met gezouten boter. Laat ze vervolgens 20 minuten verder garen en houd ze warm op 75 °C.

Zaatarkorst

- 100 g gezouten boter
- 55 g panko
- 55 g geraspte Parmezaanse kaas
- 20 g zaatar

Mix alles in de Thermomix. Strijk het mengsel tussen twee vellen bakpapier uit tot een dikte van 3 mm.

Panisses

- 2 l gevogeltefond
- 500 g kikkererwtenmeel
- 100 g geraspte Parmezaanse kaas

Meng alles, breng aan de kook en laat 10 minuten garen onder voortdurend roeren. Giet het mengsel uit in een laag van 2 cm dik en laat afkoelen. Snijd in blokjes van 2 cm en frituur deze.

Saus

- Ingekookte gevogeltejus
- Granaatappelmelasse

Laat de gevogeltejus inkoken en breng deze op smaak met de granaatappelmelasse.

Afwerking

Leg de zaatarkorst op de velkant van de filets en gratineer. Serveer met de panisses, seizoensgroenten naar keuze en werk af met de saus.





DESSERT MET COMTÉ

Tuile van Comté

Rasp de Comté, verdeel deze over een met een Silpat beklede bakplaat en bak 10 minuten op 160 °C.

Crumble van Comté

- 100 g boter
- 50 g hazelnoten
- 200 g Comté
- 10 g zout

Mix alles, verdeel het mengsel over een bakplaat en bak 20 minuten op 170 °C. Roer regelmatig om een crumble te verkrijgen.

Espuma met Kriek

- 100 g Kriek
- 50 g volle melk
- 200 g rauwe room

Meng alles, giet in een sifon en zet opzij

Garnituren

Snijdt de coppa in dunne plakjes. Rooster de hazelnoten 10 minuten op 180 °C.

Kersenpickles

- 100 g witte balsamicoazijn
- 100 g kersen

Breng de azijn aan de kook, giet deze over de kersen en laat 24 uur marinieren.

Afwerking

Schik de espuma op het bord, voeg de crumble, de tuiles van Comté, de coppa, de geroosterde hazelnoten en de kersenpickles toe.



Zomerse wijnen

*Witte, rosé, rode
en ... 'blouge' wijnen*



Naast de traditionele roséwijnen zijn er nog andere wijnen die zich lenen om in de zomerperiode te worden gedronken. In het bijzonder rode wijnen met een lagere alcoholgraad, zoals de ‘blouge’, een wijn die is ontstaan uit een assemblage van witte en rode druiven.

Terwijl de verkoop van klassieke rode wijn daalt en die van witte wijn stijgt, zijn wijnen zonder toegevoegde sulfieten, met weinig of zelfs geen alcohol, nu in de mode. Frisere wijnen, die toegankelijker zijn voor iedereen. Denk bijvoorbeeld aan rode wijnen met een lichte kleur, een lichte structuur, een lagere alcoholgraad (11 tot 12°) en een aangename frisheid. In Frankrijk worden dergelijke wijnen in verschillende streken geproduceerd, zoals in de Rhône-vallei, de Languedoc en zelfs in Bordeaux. Ze beantwoorden aan een actuele vraag.

‘Bordeaux is niet langer een must’

Stéphane Defraigne, van Belgische afkomst, is eigenaar van Château de Fontenille in de Bordeauxstreek Entre-Deux-Mers. Naast een klassiek gamma produceert hij sinds enkele jaren ook een meer inventief gamma in de drie kleuren. Waarom? Hij ging uit van een eenvoudige vaststelling: ‘Bordeaux is niet langer een must. De smaak van de consument is geëvolueerd naar fruitigere, toegankelijke, jong drinkbare wijnen, die direct kunnen worden geconsumeerd en ook geschikt zijn buiten de maaltijd. Ze willen liever verrast dan gerustgesteld worden. Door steeds dezelfde codes, vastgeroeste discourses en onveranderlijke hiërarchieën te gebruiken, is het genot van de traditionele Bordeauxwijnen (houtachtig, streng en tegenwoordig vaak met een zeer uitgesproken alcoholmaak) verzwakt. Sommige van zijn nieuwe wijnen zijn perfect voor de zomer, zoals ‘Le Blanc Bec’, een ‘Claret’ op basis van Merlot en Malbec (‘helderrood, lichte Bordeaux’) en ‘Rouge Tendre’, 100% Merlot. Deze laatste haalt de Bordeauxzekerheden onderuit, want hij kan licht gekoeld gedronken worden.

***“De smaak
van de
consument is
geëvolueerd
naar
fruitigere,
toegankelijke,
jong
drinkbare
wijnen”***

Wat is ‘blouge’ wijn?

Het is een assemblage van witte en rode druivensoorten, een alternatief voor rosé. Een co-fermentatie waarbij rode druiven in most van witte druiven worden gemacerend. Omdat deze wijn niet binnen de categorie appellations valt, wordt hij in Frankrijk verkocht als ‘Vin de France’. Sommige appellations laten echter wel een assemblage van rode en witte druiven toe, zoals Côte-Rôtie (Syrah en Viognier). In Bordeaux produceert Jacques Lurton bijvoorbeeld de wijn ‘J’. Deze wordt samengesteld uit 85% Cabernet franc en 15% Sauvignon blanc, en rijpt in keramische eivormige cuves. De ‘blouge’ wijn wordt koel geserveerd.

De ervaring van ‘Claret’ (uitgesproken als ‘clarette’) in Bordeaux

Dit was de favoriet van de Engelsen in de Middeleeuwen. Hij is terug en onlangs goedgekeurd door het INAO (Institut National des Appellations d’Origine) met zijn eigen specificaties binnen de AOC Bordeaux. Het doel? Jonge drinkers voor zich winnen en de concurrentie aangaan met bier... De Claret mag niet verward worden met Bordeaux Clairnet, een donkere rosé. Voor de nieuwe Claret is tot 7 gram restsuiker per liter toegestaan.

Druiven en rode wijnen voor de zomer

In Frankrijk zorgt Gamay (uit de Beaujolais en de Touraine) voor een onweersstaanbare, typische fruitige wijn om koel te serveren (14°). In Bourgogne wordt Gamay in de (redelijk geprijsde) Coteaux Bourguignons gecombineerd met Pinot noir. Net als in de Loire in de discrete en vertrouwelijke appellation Cheverny. In Oostenrijk is Zweigelt, een rode druivensoort, het meest wijdverspreid. Het levert fruitige wijnen met soepele tannines om licht gekoeld te serveren. In Italië, op Sicilië, wordt Frappato, fris en licht, gebruikt in de assemblage van de kleine oorsprongsbenaming (DOCG) Cerasuolo di Vittoria, in combinatie met de emblematische druivensoort van het eiland, Nero d’Avola. In Veneto kan Bardino worden beschouwd als de ‘Italiaanse Beaujolais’. Deze assemblage van Corvina, Rondinella en Molinera is een lichtrode wijn met een aangename fruitigheid en die koel gedronken moet worden.



Zeven gewaardeerde wijnen bij zomerse gerechten



Samsó, IGP Côtes Catalanes 2024, Domaine Cazes

(biodynamisch, zonder toegevoegde sulfieten)

Samsó is een andere naam voor de druivensoort Cinsault. Deze lichtgekleurde rode wijn is soepel, licht en fris met een aangenaam fruitige smaak. Een ideale zomerwijn om licht gekoeld (14 à 15°C) te drinken.

Bij Cinoco



Alegre Valgañon, Rioja Clarete 2024

('blouge')

Van oude wijnstokken (80 jaar) van Grenache noir en Viura die samen zijn aangeplant. Een 'blouge' dus, waarbij een rode en een witte druif samen zijn vergist. Met zijn aroma's van kleine rode vruchten komt hij het best tot zijn recht rond 12°C.

Bij La Buena Vida



Cinso Bistro, Vin de France, Château Beaubois

(biodynamisch)

Deze rode wijn, afkomstig uit de Costières de Nîmes in het zuiden van de Rhônevallei, is gemaakt van 100% Cinsault. Hij heeft een lage alcoholgraad (11,5%) een neus van vers fruit, een gulle smaak en een krokant karakter. Hij drinkt ook drinkt gemakkelijk weg. Koel serveren (rond 14°C).

Bij VinQuotidien



Château de Fontenille 'Rouge Tendre' 2024

Een 100% Merlot die soepel en elegant overkomt, met noten van rood fruit en rijpe, goed geïntegreerde tannines. Drie hectaren wijngaarden zijn aan deze wijn gewijd. Hij kan licht gekoeld worden geserveerd (14 à 15°C).

Bij tal van wijnhandelaars waaronder La Barrique, Brunin-Guillier, De Clercq Wijnen, Benico, La Cavinière, Mouchart en Les Halles aux Vins.



Beaujolais Villages 'Les Merrains' 2023, P. Ferraud & Fils

De druiven voor deze cuvee zijn gedeeltelijk afkomstig van een familiewijndomein in Vaux-en-Beaujolais, dicht bij de 'Crus' van het wijngebied. Al in de neus charmeert de onweerstaanbare fruitigheid van Gamay. In de mond domineert een typische fruitigheid (kleine rode vruchten) van deze smakelijke wijn, die toch een zekere structuur heeft. En verslavend is...

Bij Vins Pirard



'Una Notte', Domaine de l'Accent, Vin de France 2023 BIO

Een lichte rode wijn (12%) van 100% Grenache noir afkomstig van een wijngaard op een hooggelegen kalkplateau in de Languedoc. Deze rode wijn 'van een nacht' (zeer korte maceratie), met een lichte kleur, heeft aroma's van kleine rode vruchten en een verleidelijk krokant karakter.

Bij Cinoco



Riesling Trocken 2023, Dr. Bürklin- Wolf, Pfalz (Duitsland) BIO

Dit is een droge Riesling met een laag alcoholgehalte (12°), levendig, pittig, met tonen van citrusvruchten. Een levendige witte wijn met een fijne mineraliteit, ideaal bij visgerechten, schaal- en schelpdieren en groentequiches.

Bij Vins Pirard



· PLURAL ·

ECUADOR IN VOLLE GISTING

In Quito, op enkele kilometers van de denkbeeldige lijn waaraan het land zijn naam ontleent, bouwen drie restauranthouders al vijf jaar aan een hedendaagse gastronomie die diep geworteld is in het gebied. Fermentaties, wildpluk, producenten uit het Amazonegebied en alcoholvrije dranken: Plural is noch een marketingconcept, noch het zoveelste 'natuur'-adres. Het is de weerspiegeling van een generatie die de culinaire identiteit van Ecuador opnieuw wil uitvinden.

De zomer nodigt uit tot reizen. Dit jaar trekken we naar Ecuador. Niet het Ecuador uit de toeristische brochures, met de Galapagoseilanden of de vulkanen in de Andes, maar het Ecuador dat zich aan tafel openbaart.

In Quito, de hoofdstad op bijna 2.850 meter hoogte, is de evenaar nooit ver weg. Onzichtbaar doorkruist hij het land en heeft hij het zijn naam gegeven. Een denkbeeldige grens die nochtans de eigenheid van dit gebied goed samenvat: een klein land waar de Andes, het Amazonegebied, de Pacifische kust en één van de rijkste biodiversiteiten ter wereld samenkomen.

In die context is Plural ontstaan.

De naam vat het project perfect samen. 'Het woord dat Plural het best omschrijft, is Plural', glimlacht José Xavier, één van de drie medeoprichters. 'Vanwege de diversiteit.'

Vandaag bevindt het restaurant zich in een klein huis in Las Casas, een elegante wijk van Quito waar cafés, galerijen, bars en onafhankelijke restaurants geleidelijk aan de meer conventionele adressen hebben vervangen. De groei werd hier niet geleid door grote investeerders, maar door een gemeenschap van handelaars die elkaar kennen, samenwerken en aanbevelen.

De zaak probeert niet te imponeren. Geen militante boodschappen op de muren. Geen overdreven storytelling. Geen alomtegenwoordige sterrenchef. Het team lijkt zich zelfs wat ongemakkelijk te voelen wanneer onderscheidingen of ranglijsten ter sprake komen.

'We jagen niet op sterren of prijzen. Wat ons interesseert, is leren, samen met onze producenten groeien en iets duurzaam opbouwen', legt José Xavier uit.

Deze houding staat in schril contrast met een deel van de hedendaagse gastronomie, die vaak wordt gedomineerd door de zelfpresentatie van de chef en de logica

van het persoonlijke merk. Bij Plural gaat het collectieve belang boven het individu.

Het project ontstond in 2020, in het kielzog van een bredere structuur genaamd Spora, opgevat als een ecosysteem van gastronomische projecten. De naam verwijst naar sporen en myceliumnetwerken. Geen toevallig beeld: net zoals ...→

“We jagen niet op sterren of prijzen. Wat ons interesseert, is leren, samen met onze producenten groeien en iets duurzaam opbouwen.”





paddenstoelen de bodem opbouwen, wilden de oprichters een omgeving creëren waaruit andere initiatieven kunnen ontstaan.

Het eerste project dat echt vorm kreeg, was een gefermenteerde drank.

Destijds stelden de vennoten een paradox vast. Ecuador beschikte al over een dynamische brouwersscène en verschillende kwaliteitsproducenten. Gastronomische alcoholvrije dranken daarentegen waren zeldzaam.

Ze begonnen toen met het ontwikkelen van fermentaties die geïnspireerd waren op zowel wijn, bier, kombucha als traditionele Andes-chicha's. Het resultaat valt buiten de gebruikelijke categorieën.

Hun vlaggenschipproduct wordt voorgesteld als een 'pét-nat', een verwijzing naar de Franse natuurlijke mousserende wijnen. Toch bevat het geen druiven, geen thee en geen gestandaardiseerd recept. Vruchten uit het Amazonegebied, wilde kruiden, biologische aromaten en lange fermentaties vormen samen dranken met een opmerkelijke complexiteit.

De eerste slok verrast. Ik heb zelden cocktails en gefermenteerde dranken met zoveel subtiliteit geproefd. Niets uitbundigs. Geen spectaculaire effecten. Alles berust op de details, de texturen en lange aromatische afdranken.

Bij Plural vertelt zelfs een tandenstoker een verhaal. Waar anderen een eenvoudig houten prikker gebruiken, worden cocktails soms afgewerkt met een doorn afkomstig van een Amazonepalm. Een bijna onzichtbaar detail, maar veelzeggend voor een bredere filosofie: elk element kan een drager van verhalen worden.

Die voortdurende nieuwsgierigheid dringt door in de volledige keuken.

De gerechten zouden net zo goed uit een restaurant in Berlijn of New York kunnen komen. De presentaties zijn hedendaags en internationale invloeden worden niet verborgen. Maar wie beter kijkt, ontdekt een ander verhaal.



Een van de grote troeven van Ecuador is zijn geografie. Vanuit Quito bereik je in ongeveer een uur het Amazonegebied. Enkele uren later sta je aan de Pacifische kust. Die nabijheid biedt toegang tot een uitzonderlijke diversiteit aan grondstoffen.

Plural werkt samen met producenten uit het noorden van het land, plukkers, landbouwers en lokale gemeenschappen. Sommige planten worden rechtstreeks in het wild geoogst. Voor andere zijn specifieke teeltkalenders ontwikkeld om aan de vraag van het restaurant te voldoen.

Deze aanpak is geen nostalgische terugkeer naar een geïdealiseerd verleden. Integendeel.

‘We willen een moderne Ecuadoraanse identiteit opbouwen’, zegt José Xavier. Een belangrijke uitspraak in een land dat nog steeds zijn plaats zoekt op de wereldwijde gastronomische kaart.

Want paradoxaal genoeg blijft Ecuador minder zichtbaar dan buurlanden zoals Peru en Colombia. De recente geschiedenis heeft daarbij niet geholpen. Politieke instabiliteit, economische crises en zelfs

grootschalige stroomonderbrekingen hebben de voorbije jaren hun stempel gedrukt op het land. José Xavier verwijst onder meer naar de stroompannes die het land wekenlang verlamden, soms met onderbrekingen van veertien uur per dag.

In een restaurant dat volledig op elektriciteit draait, heeft dat enorme gevolgen.

Ondanks die moeilijkheden blijft er een nieuwe generatie restauranthouders opkomen. Een generatie die meer bezig is met producentennetwerken, de kwaliteit van ingrediënten en lokale samenwerkingen dan met de concurrentie. Die filosofie is voelbaar tot in de klantervaring.

Plural probeert geen discours op te dringen. Wie gewoon wil komen eten, wordt niet lastiggevallen met een lezing over fermentaties of microklimaten in de Andes. Maar zodra de nieuwsgierigheid is gewekt, beschikt het team over een haast oneindig repertoire aan verhalen.

Misschien schuilt daarin wel de echte kracht van het project. In het vermogen om plezier en kennis te combineren zonder van de maaltijd een les te maken.

Toch moet worden erkend dat deze ervaring voorbehouden blijft aan een bevoorrechte minderheid. Een volledig menu inclusief drankjes kost al snel zo’n honderd dollar. Een bedrag dat vergelijkbaar is met dat van een gastronomisch restaurant in België, in een land waar je op een volkswaarde nog steeds voor vijf dollar kunt lunchen.

Het team negeert die paradox niet. Ze weerspiegelt simpelweg de economische realiteit van een ambachtelijke gastronomie die met kleine volumes werkt, haar producenten eerlijk verloont en veel tijd wijdt aan onderzoek.

Plural beweert niet de volledige Ecuadoraanse keuken te vertegenwoordigen. Het project fungeert eerder als een laboratorium. Een plek waar wellicht een deel van haar toekomst vorm krijgt.

Op enkele kilometers van de evenaar blijft een denkbeeldige grens zo heel reële ideeën voortbrengen.

FOODING®

GIDS BELGIË 2026

**Een België dat zijn verhaal
vertelt via het bord**





Fooding blijft met een andere blik naar België kijken. Voor deze vierde editie doet de onafhankelijke gids meer dan alleen maar een lijst maken van de belangrijkste adressen: hij stelt een vraag die even eenvoudig als politiek is: **Welke taal spreekt de Belgische keuken?**

De gids 2026 kiest voor een origineel tweetalig concept: Frans aan de ene kant, Nederlands aan de andere, met een omslag geïllustreerd door de Vlaamse schilder Dittmar Viane. Een symbool voor een land waar de taalgrenzen heel reëel blijven, maar waar de eetgewoonten steeds vrijer circuleren.

Ook dit jaar trokken de inspecteurs van Fooding anoniem door het land, waarbij ze uitnodigingen en gratis maaltijden weigerden, om 150 nieuwe adressen te selecteren en een ranglijst op te stellen die veel zegt over de huidige tijdsgeest.

De ranglijst belooft zowel nieuwe eetgewoonten als vernieuwende culinaire concepten. Tot de laureaten behoren **Jambon Violon** (Luik) en **Môme** (Brussel), uitgeroepen tot *Fooding d'amour*, **Orbit** in Antwerpen als beste neobistro, **Viveur** in Luik voor de wijn, **Club Cornichon** als beste broodjeszaak, **Lil' Bouche** als beste coffeeshop, **Shokudô – Urban Fish Farm** in Brussel als beste Japanse kantine, **Kras Mat** voor zijn family-friendly aanpak, **Achterland** in Wijnmaal in de categorie 'ochtend, middag en avond' en **Jonojé** in Brugge voor de accommodatie.

Naast de winnaars bevestigt de ranglijst een diepgaandere evolutie binnen de Belgische restaurantwereld. De onderscheidingen bekronen niet meer alleen de haute gastronomie, maar ontmoetingsplaatsen, hybride zaken en etablissementen die inspelen op de nieuwe consumptiegewoonten. Specialty coffeeshop, creatieve broodjeszaak, wijnhandel of buurtrestaurant worden volwaardige bestemmingen.

De gids zet hiermee de redactionele lijn voort die al meer dan twintig jaar zijn identiteit bepaalt: de overtuiging dat de restaurantwereld net zo goed het verhaal vertelt van maatschappelijke ontwikkelingen als dat van de keuken. Een filosofie die in België bijzonder goed tot haar recht komt dankzij de culturele diversiteit, de mobiliteit van de chefs en de kruisbestuiving van invloeden.

Verkrijgbaar in de betere boekhandels, Press Shops, winkels van Delhaize en hier!

IK WIL HEM