HORECA Magazine

Het professioneel magazine voor de horeca, catering, traiteurs en grootkeukens
Le magazine professionnel pour l'horeca, catering, cuisines collectives et traiteurs
NR 279 NOVEMBER / NOVEMBRE 2026

sooo goodini



granini NOW in returnable bottle 20cl

PATRICK DE GENDT | SOUMIA CHOUAF | MILLÉSIME BIO
VAATWASSERS | SCHAALDIEREN | FOODARCHEOLOOG
LAVE-VAISSELLE | CRUSTACÉS | ARCHÉOLOGUE CULINAIRE

Bur. Dep. Bru. X - mensuel - maandelijks - € 10
5 414306 226074 02790



MULTIVITAMIN



ORANGE



PINK GRAPEFRUIT



APPLE

DISCOVER THEM ALL AT STAND 6340

HORECA EXPO



PEACH



STRAWBERRY



BLACKCURRANT



TOMATO

Tao Family S.A. - N.V. Industrielaan 16-20 | 1740 Ternat | Belgium | Tel. +32 2 583 50 00



België heeft talent

In dit dubbelnummer, dat ter gelegenheid van Horeca Expo verschijnt, richten we onze culinaire blik op onze 'belgitude': uitzonderlijke kazen, Belgische distilleerderijen, Noordzeevis, streekproducten met een beschermde geografische aanduiding en uiteraard de niet te missen vol-au-vent. Stuk voor stuk getuigen ze van een springlevende culinaire identiteit waarop we terecht trots mogen zijn.

Landbouwers, producenten, ambachtslieden, restauranthouders: achter elk kwaliteitsproduct, elk met zorg opgemaakt bord en elke horecazaak die zichzelf heruitvindt, staan gedreven mensen die zich met hart en ziel inzetten.

Aan de hand van de verhalen van inspirerende figuren zoals Soumia Chouaf (gastvrouw en verantwoordelijke voor de gastenbeleving), Patrick De Gendt (Mastercook en culinair adviseur) en Jeroen Van Vaerenbergh (culinair archeoloog) ontdekken we eens te meer hoe passie de drijvende kracht achter deze beroepen blijft.

En wanneer jonge talenten, onder wie de leerlingen van de hotelschool COLOMAplus in Mechelen, samen met professionals de handen uit de mouwen steken, krijgt de toekomst van onze sector concreet vorm.

Toch is er ook een kleine kanttekening, op zijn Belgisch dan: naast de streekproducten en de ongelooflijke vakkennis van onze ambachtslui zullen we ook het surrealisme van de bijzonder moeilijk verteerbare fiscale lasagne onder de loep nemen.

Feestelijke producten en toegankelijke kwaliteitswijnen

Omdat gastronomie bovenal draait om genieten, nemen we u ook deze keer met veel plezier mee op ontdekkingstocht langs feestelijke producten zoals schaal- en schelpdieren, champagne en uitstekende Belgische stille en mousserende wijnen.

Als voorproefje op de beurs Millésime Bio in Montpellier nemen we samen met de onvervangbare Eric Boschman deel aan een degustatie van biowijnen. In zijn zoals altijd kleurrijke taal weet Eric ons opnieuw te bekoren met zijn kennis en aanstekelijke enthousiasme. Favorieten en absolute toppers gegarandeerd! (Video te ontdekken op horecamagazine.be)

Veel leesplezier allemaal!

La Belgique a du talent

Pour ce double numéro diffusé à l'occasion du salon Horeca Expo, nous portons un regard gourmand sur notre belgitude : fromages d'exception, distilleries belges, poissons de la mer du Nord, produits de terroir bénéficiant d'une indication géographique protégée, sans oublier l'incontournable vol-au-vent : autant de témoignages d'une identité culinaire bien vivante et dont nous pouvons être fiers.

Agriculteurs, producteurs, artisans, restaurateurs : derrière chaque produit de qualité, chaque assiette dressée avec soin ou chaque établissement qui se réinvente, il y a des femmes et des hommes qui s'investissent.

À travers les parcours de personnalités inspirantes comme Soumia Chouaf (hôtesse et responsable de l'expérience client), Patrick De Gendt (Mastercook et conseiller culinaire) et Jeroen Van Vaerenbergh (archéologue culinaire), nous découvrons une fois encore combien la passion reste le plus beau moteur de ces métiers.

Et lorsque de jeunes talents, notamment ceux de l'école hôtelière COLOMAplus de Malines, s'engagent aux côtés de professionnels, c'est tout l'avenir de notre secteur qui prend forme.

Petit bémol 'à la belge' cependant : à côté des produits du terroir et de l'incroyable savoir-faire de nos artisans, nous aborderons aussi le surréalisme du millefeuille fiscal, particulièrement indigeste.

Produits festifs et vins des copains

Comme la gastronomie est avant tout une invitation au plaisir, nous vous emmenons toujours avec plaisir à la découverte de produits de fête tels que les crustacés, le champagne et les excellents vins tranquilles et effervescents belges.

En prélude au salon Millésime bio de Montpellier, nous participons en compagnie de l'irremplaçable Eric Boschman à une dégustation de vins bio. Dans son langage coloré comme toujours, Eric nous séduit par ses connaissances et son enthousiasme communicatif. Coups de cœur et super coups de cœur garantis ! (Vidéo à découvrir sur horecamagazine.be)

Bonne lecture à toutes et à tous !

Horeca Magazine is een uitgave van
Horeca Magazine est une publication de

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 /
Directrice de la publication
Pascale Van Weert

Hoofdredacteur /
Rédactrice en chef
Pascale Van Weert

Redactieassistente /
Assistante de rédaction
Carine Segers

Redactie / *Rédaction*
Eric Boschman
François Collon
Wim de Mont
Laura Krsmanovic
Muriel Lombaerts
Ann Vandenplas
Marc Vanel
Rob Van Rompuy
Pascale Van Weert
Danny Verheyden

Vertaling / *Traduction*
Alphatrad
Tel. +32 (0)476 92 64 00
www.alphatrad.be

Fotografie / *Photographie*
Jan Bellen

Lay-out / *Mise en page*
Jonas Vansieleghem
jonas@horecamagazine.be

Publiciteitsregie /
Régie publicitaire
Tel. +32 (0)2 644 22 52
info@horecamagazine.be

Print management
Realise

Distributie / *Distribution*
The Mailing Factory

Verantw. uitgever / *Éditeur resp.*
Pierre-Paul Billiet

Rue Colonel Bourgstraat 105 A,
1140 Bruxelles/Brussel

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

www.horecamagazine.be

Abonnement
€ 80 per jaar / *par an*
€ 10 per exemplaar / *par exemplaire*

Abonnement of extra nummers:
Abonnement ou numéros supplémentaires :

horecamagazine.be/webshop

Bank / *Banque*
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.

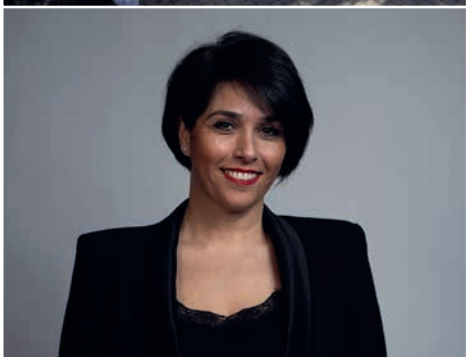
Les éditeurs déclinent toute responsabilité pour les documents qui leur sont envoyés. Toute reproduction de texte est interdite sauf accord des éditeurs.

INHOUD / CONTENU







FOCUS

06 Schaaldieren / *Crustacés*

12 Aube / Champagne

BEROEP/MÉTIER

18 Foodarcheoloog
Archéologue culinaire

MATERIAAL/MATÉRIEL

24 De vaat / *La vaisselle*

COACHING

30 Marketing & communication

38 NorthSeaChefs & COLOMAplus

INSPIRING PEOPLE

44 Soumia Chouaf — SUIS

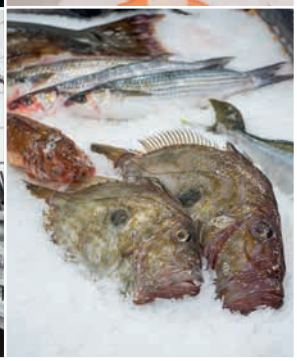




53 TASTE *Patrick De Gendt*
The Mastercooks of Belgium





REPORTAGES

50 Sanpellegrino
Italian Sparkling Drinks

72 Saint-Guidon *by Sir Kwinten*

76 Millésime Bio 2027 :
De selectie van Eric Boschman
La sélection d'Eric Boschman

82 Winterhalter

86 Vishandel Schot Tholen

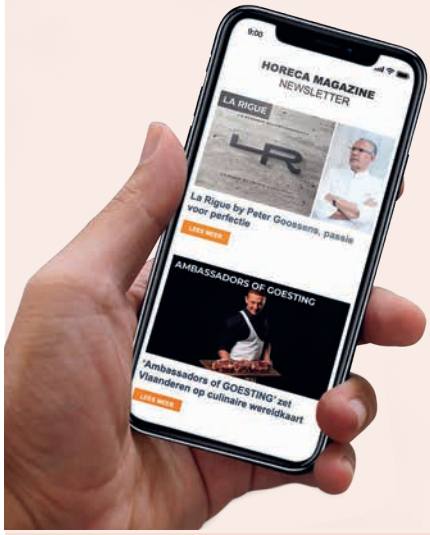
90 Golden Seabreeze

INSPIRATION

66 Château Mont Royal

CHAMPAGNE

91 Comtes de Champagne 2015



Ook digitaal beschikbaar op /
Schrijf je in voor onze newsletter op

Aussi disponible sur /
Inscrivez-vous à notre newsletter sur

WWW.HORECAMAGAZINE.BE




KITCHEN AND VENUES AVAILABLE FOR YOUR BANQUETS, COOKING CLASSES, MASTER CLASSES :
info@excellis.be - tel. 02 644 22 52

excellis
PASSION FOR FOOD

www.excellis.be



Schaaldieren:
een feestelijke smaak, maar tegen welke prijs?

Crustacés :
le goût de la fête à l'épreuve des coûts

Kreeft, langoustine, krab, garnaal… Weinig producten van de zee hebben zo'n sterke symbolische waarde als schaaldieren. Op de menukaart roept hun loutere aanwezigheid genot, verfijning en uiteraard feestelijkheid op. Maar achter het spectaculaire product gaat voor de restaurateur een complexere realiteit schuil: hoge en volatiele prijzen, soms verre bevoorrading, de kwetsbaarheid van bepaalde soorten en de noodzaak om de marge te behouden. Hoe blijf je gasten laten dromen zonder dat de kosten de pan uit rijzen?

Homard, langoustine, crabe, crevette… Peu de produits marins possèdent une charge symbolique aussi forte que les crustacés. Sur une carte, leur seule présence évoque le plaisir, le raffinement et, bien sûr, la fête. Mais derrière le produit spectaculaire se cache une réalité plus complexe pour le restaurateur : prix élevés et volatils, approvisionnements parfois lointains, fragilité de certaines espèces et nécessité de préserver sa marge. Alors, comment continuer à faire rêver sans perdre pied côté coûts ?

Bij **Crab Club**, een Brussels restaurant dat gewijd is aan producten van de zee, maken schaaldieren deel uit van het DNA van de zaak. Chef **Yoth Ondara** merkt het elk jaar opnieuw: 'Schaaldieren zijn altijd geassocieerd geweest met de feestdagen. Mooie producten zijn altijd duur geweest en worden dat helaas steeds meer. Maar vanaf november komen mensen al naar het restaurant om iets feestelijker te tafelen.'

Een vaststelling die de huidige paradox goed samenvat: de goesting blijft, maar het product is complexer geworden om aan te kopen, te verwerken en te verkopen.

Volatielere prijzen

Vóór de keukens bevindt **Grégory Pochet** zich in een andere positie om de ontwikkelingen te volgen. Als eigenaar van **Au Grand Bleu**, een familiebedrijf dat in 1995 werd opgericht en hofleverancier is van het Belgische Koningshuis, realiseert hij ongeveer 80% van zijn omzet in de B2B-markt. Zijn eerste vaststelling heeft betrekking op de prijzen.

'We zijn afhankelijk van de energieprijzen. Vissersboten varen op brandstof, net als vrachtwagens, en onze koelcellen werken op elektriciteit. Dat alles maakt de prijzen veel volatieler.'

Daarbij komen nog de druk op de beschikbare visbestanden en de gemondialiseerde logistiek. Het is immers moeilijk om een kaart met schaaldieren samen te stellen die hoofdzakelijk lokaal is. De grijze garnaal blijft emblematisch voor de Noordzee, maar een deel van de soorten die in restaurants worden verwerkt, komt van veel verder. ···→

"Je moet de tijd nemen om een leverancier te vinden met wie je een vertrouwensband kan opbouwen"

« Il faut prendre le temps de trouver un fournisseur avec lequel vous tissez un lien de confiance »


Yoth Ondara — Crab Club

*Au **Crab Club**, restaurant bruxellois consacré aux produits de la mer, les crustacés font partie de l'ADN de la maison. Son chef, **Yoth Ondara**, le constate chaque année : « Les crustacés ont toujours été associés aux fêtes. Les beaux produits ont toujours été chers et, malheureusement, ils le sont de plus en plus. Mais dès novembre, les gens viennent déjà au restaurant pour manger un peu plus festif. »*

Une équation qui résume bien le paradoxe actuel : l'envie demeure, mais le produit est devenu plus complexe à acheter, à travailler et à vendre.

Des prix plus volatiles

*En amont des cuisines, **Grégory Pochet** bénéficie d'un autre poste d'observation. Propriétaire d'**Au Grand Bleu**, entreprise familiale fondée en 1995 et fournisseur breveté de la Cour de Belgique, il réalise environ 80 % de son activité en B2B. Et son premier constat concerne les prix.*

« Nous sommes tributaires du prix de l'énergie. Les bateaux de pêche fonctionnent au carburant, les camions aussi et nos chambres froides à l'électricité. Tout cela rend les prix beaucoup plus volatils. »

À cela s'ajoutent les contraintes qui pèsent sur les ressources et une logistique mondialisée. Difficile, en effet, d'imaginer une carte de crustacés essentiellement locale. La crevette grise reste emblématique de la mer du Nord, mais une partie des espèces travaillées en restauration vient de bien plus loin.

Le homard en est un exemple. Chez Au Grand Bleu, environ 90 % des volumes sont actuellement d'origine ···→

Kreeft is daar een voorbeeld van. Bij Au Grand Bleu is momenteel ongeveer 90% van de volumes afkomstig uit Canada. Pochet verklaart die keuze vooral door de prijs: in zijn activiteiten schat hij dat Europese kreeft ongeveer 30% duurder is dan Canadese; een prijsverschil dat moeilijk door te rekenen valt aan de gast.



Slimmer inkopen in plaats van goedkoper inkopen

Onder die druk kan systematisch voor de laagste prijs kiezen een verkeerde berekening zijn, waarschuwt Yoth Ondara. 'Bij schaaldieren zijn de goedkoopste soms uiteindelijk de duurste, omdat ze niet lang goed blijven. Je moet de tijd nemen om een leverancier te vinden met wie je een vertrouwensband kan opbouwen.'

De chef is dan ook bereid om meer te betalen voor een levende langoustine wanneer het kwaliteitsverschil dat rechtvaardigt: 'Dat kost me acht of negen euro meer, maar je proeft het verschil meteen op het bord.'

Voor hem heeft het vervolgens weinig zin om het product te verbergen achter technisch culinair vertoon. 'Een levende langoustine heeft een buitengewone textuur en bijna een zoetheid in het vlees. Een mooi product spreekt voor zich; dat hoef je niet te overschaduwen. De kok is slechts de tussenpersoon: hij voegt toe wat nodig is, maar niet te veel.'

Wanneer de prijs het bord verandert

De kostprijs van schaaldieren verandert ook de manier waarop ze worden verwerkt. Grégory Pochet merkt dat vooral bij kreeft. Een mooi, heel exemplaar serveren wordt voor sommige restaurants moeilijk toegankelijk. 'Ik denk dat restaurateurs het product vaker op verschillende manieren zullen verwerken. Ze kunnen kreeft bijvoorbeeld in een ravioli gebruiken. Zo behouden ze 'kreeft' op de kaart, met het bijbehorende wow-effect, maar gebruiken ze een kleinere hoeveelheid op het bord.'

Yoth Ondara komt vanuit een andere invalshoek tot dezelfde conclusie: de kalibers. 'Je moet niet bang zijn om je leverancier te vragen welke afmetingen de producten hebben.' Kleine langoustines kunnen goed worden verwerkt in pasta, risotto of paella, terwijl een groot kaliber eerder vraagt om een sobere bereiding, rauw of nauwelijks gegaard. Het kaliber wordt zo niet een culinair instrument, maar ook een manier om de food cost te beheersen.

Diepvries krijgt een ander imago

De prijs is niet de enige factor die de gewoonten doet veranderen. Bij Au Grand Bleu merkt Grégory Pochet ook een verandering in de houding van de restaurateurs tegenover diepgevroren producten.

'Vroeger waren vers en levend eerder bestemd voor het hogere segment en diepvries voor brasseries. Vandaag verkopen we meer diepgevroren producten dan vroeger en maken ook restaurants er gebruik van.'

canadienne. Pochet explique ce choix avant tout par le prix : dans son activité, il estime le homard européen environ 30 % plus cher que le canadien. Une différence difficile à répercuter sur l'addition.

Acheter mieux plutôt qu'acheter moins cher

Face à cette pression, chercher systématiquement le prix le plus bas peut être un mauvais calcul, prévient Yoth Ondara. « Avec les crustacés, parfois les moins chers sont finalement les plus chers parce qu'ils ne tiennent pas longtemps. Il faut prendre le temps de trouver un fournisseur avec lequel vous tissez un lien de confiance. »

Le chef se dit ainsi prêt à payer davantage pour une langoustine vivante lorsque la différence qualitative le justifie : « Cela me coûte huit ou neuf euros de plus, mais ça se sent directement dans l'assiette. »

Et pour lui, inutile ensuite de dissimuler le produit sous une démonstration technique. « Une langoustine vivante a une texture extraordinaire, presque une sucrosité dans la chair. Un beau produit parle de lui-même. Il n'a pas besoin d'être étouffé. Le cuisinier est juste l'intermédiaire : il met ce qu'il faut, mais pas trop. »

Quand le prix change l'assiette

Le coût des crustacés modifie aussi la manière de les travailler. Grégory Pochet le constate notamment avec le homard. Servir une belle pièce entière devient difficilement accessible pour certains restaurants. « Je pense que les restaurateurs vont davantage le décliner. Ils vont par exemple travailler le homard en raviole. Ils gardent l'intitulé 'homard' à la carte, avec son effet waouh, mais travaillent une quantité plus petite dans l'assiette. »

Yoth Ondara arrive au même constat par un autre chemin : celui des calibres. « Il ne faut pas avoir peur de demander au fournisseur quelles tailles ont les produits. » De petites langoustines peuvent trouver leur place dans des pâtes, un risotto ou une paella, là où un gros calibre appellera une préparation plus dépouillée, cru ou à peine cuit. Le calibre devient ainsi un outil de cuisine, mais aussi de maîtrise du food cost.

Hij brengt die ontwikkeling in verband met een eenvoudiger beheer van de bestellingen en met de vooruitgang in invriestechnieken. Voor een zaak die geconfronteerd wordt met moeilijk voorspelbare volumes, zijn een beter voorraadbeheer en minder afval belangrijke argumenten. De vraag is dus niet meer alleen of vers beter is dan diepvries, maar welk product het meest geschikt is voor een bepaalde toepassing.

Minder handen, meer ready to cook

Een andere ontwikkeling tekent zich af bij de aankoop: de vraag naar producten die minder handelingen vereisen in de keuken.

'Het gaat om ready to cook', legt Grégory Pochet uit. 'Restaurateurs proberen het aantal handelingen zoveel mogelijk te beperken, omdat ze ook met een personeelstekort kampen.'

Leveranciers krijgen bijgevolg vaker de vraag om producten aan te bieden die al voorbereid of gepeld zijn. Pochet noemt onder meer de grijze garnaal, die tegenwoordig door veel van zijn klanten gepeld wordt aangekocht. De prijs per kilo ligt anders, maar in de berekening wordt ook rekening gehouden met de arbeidstijd die in de keuken wordt bespaard.

Levende producten vereisen een andere aanpak

Hoewel diepvries en ready to cook terrein winnen om praktische en economische redenen, vervangen ze daarom nog niet de levende producten. Bij Crab Club, waar schaaldieren centraal staan in het concept, besteedt Yoth Ondara daar bijzonder veel aandacht aan. Maar werken met levende producten brengt een andere uitdaging met zich mee: voldoende omloopsnelheid.

Kreeften, krabben en spinkrabben komen levend binnen, net als bepaalde langoustines, afhankelijk van de aanvoer. Volgens de chef moeten deze kwetsbare producten de menukaart mee bepalen, en niet andersom.

'Als je een klein restaurant hebt en werkt met uitzonderlijke producten die kwetsbaar zijn, moet je de kaart beperken. Als ik levende garnalen of zeeoren binnenkrijg, kan ik ze als voorgerecht en als hoofdgerecht aanbieden. De eerste dag kan ik de garnaal op verschillende manieren serveren: rauw, gegaard of halfgaar. Het idee is om de meest kwetsbare producten eerst te verkopen.'

Rentabiliteit hangt dus ook af van de omloopsnelheid. Tientallen luxe- ···→

Le surgelé change de statut

Le prix n'est pas le seul élément à faire évoluer les habitudes. Chez Au Grand Bleu, Grégory Pochet constate aussi un changement dans le rapport des restaurateurs au surgelé.

« Auparavant, le frais et le vivant étaient plutôt destinés au haut de gamme et le surgelé aux brasseries. Aujourd'hui, nous vendons davantage de surgelé qu'avant et des restaurants l'utilisent aussi. »

Il relie cette évolution à une gestion plus simple des commandes et aux progrès des techniques de surgélation. Pour un établissement confronté à des volumes difficiles à prévoir, mieux maîtriser ses stocks et ses pertes constitue un argument de poids. La question n'est donc plus seulement d'opposer frais et surgelé, mais de choisir le produit adapté à son usage.

"We zijn afhankelijk van de energieprijzen. Dat maakt de prijzen veel volatieler"

« Nous sommes tributaires du prix de l'énergie. Cela rend les prix beaucoup plus volatils. »



Grégory Pochet — Au Grand Bleu

Moins de bras, plus de prêt à cuisiner

Une autre évolution se joue dans les achats : la recherche de produits demandant moins de manipulations en cuisine.

« C'est le ready to cook, explique Grégory Pochet. Les restaurateurs cherchent à avoir le moins de manipulations possible parce qu'ils connaissent aussi une pénurie de personnel. »

Les fournisseurs sont donc davantage sollicités pour proposer des produits déjà préparés ou décortiqués. Pochet cite notamment la crevette grise, désormais achetée décortiquée par nombre de ses clients. Le prix au kilo est différent, mais le calcul intègre aussi le temps de travail économisé en cuisine.

Le vivant, une autre exigence

Si le surgelé et le prêt à cuisiner gagnent du terrain pour des raisons pratiques et économiques, ils ne remplacent pas pour autant le vivant. Au Crab Club, où les crustacés sont au cœur du concept, Yoth Ondara y reste particulièrement attentif. Mais travailler vivant impose une autre contrainte : celle du débit.

Homards, crabes et araignées arrivent vivants, tout comme certaines langoustines selon les arrivages. Pour le chef, ces produits fragiles doivent influencer la carte plutôt que l'inverse.

« Quand on a un petit restaurant et des produits d'exception qui sont fragiles, il faut réduire la carte. Si j'ai des crevettes vivantes ou des ormeaux, je peux les mettre en entrée et en plat. Le premier jour, je peux proposer la crevette de plusieurs ···→

producten op de kaart zetten zonder het bijbehorende klantenvolume kan al snel duur uitvallen. Met een korte, dynamische kaart kun je daarentegen de aanvoer volgen en de verkoop concentreren.

De feestdagen worden nu voorbereid

Met het eindejaar in zicht worden al deze kwesties nog belangrijker. De vraag stijgt precies op het moment dat de meest gevraagde producten al duur zijn.

Het advies van Grégory Pochet aan restaurateurs kan in één woord worden samengevat: 'Anticiperen.'

'Ik bespreek het nu al met mijn klanten. Vanaf 10 of 15 december weten we dat de prijzen doorgaans sterk stijgen. Je moet vroeg genoeg nadenken over de volumes die je nodig hebt en er rekening mee houden dat de prijzen kunnen stijgen.'

Bij Au Grand Bleu betekent eind december overigens een schaalvergroting: het bedrijf werkt normaal met een vijftiental mensen, aangevuld met flexi-jobbers, maar tijdens de eindejaarsrush kan het personeelsbestand verdubbelen.

Anticiperen betekent dus voldoende vroeg overleggen met de leverancier, het menu samenstellen, nadenken over de benodigde volumes en kalibers en bepalen welke prijs aanvaardbaar is. Temeer daar Yoth Ondara het feestseizoen in de zaal al lang vóór Kerstmis ziet beginnen: vanaf november grijpen gasten al sneller naar producten die geassocieerd worden met genot en uitzonderlijkheid.

Schaaldieren blijven dus een fantastisch uithangbord, maar ze vereisen evenveel precisie in de aankoop als in de bereiding: je leverancier kiezen, spelen met de kalibers, rekening houden met de arbeidskosten, de kaart afstemmen op de omloopsnelheid en anticiperen op de feestdagen.

Want de klant komt niet naar een restaurant om die complexiteit te zien. Hij komt juist om die te vergeten en te genieten van wat schaaldieren, ondanks alles, blijven belichamen: een vleugje feest.



façons, crue, cuite ou mi-cuite. L'idée est de faire partir d'abord les produits les plus fragiles. »

La rentabilité passe donc aussi par le débit. Multiplier les références prestigieuses sans disposer du volume de clientèle correspondant peut rapidement coûter cher. Une carte courte et évolutive permet au contraire de suivre les arrivages et de concentrer les ventes.

Les fêtes se préparent maintenant

À l'approche des réveillons, toutes ces questions prennent une importance supplémentaire. La demande augmente précisément au moment où les produits les plus recherchés sont déjà chers.

Le conseil de Grégory Pochet aux restaurateurs tient en un mot : « anticiper ».

« J'en parle déjà à mes clients. À partir du 10 ou du 15 décembre, nous savons que les prix ont tendance à s'envoler. Il faut réfléchir à ses volumes suffisamment tôt et être conscient que les prix peuvent évoluer. »

Chez Au Grand Bleu, la fin décembre constitue d'ailleurs un changement d'échelle : l'entreprise, qui fonctionne habituellement avec une quinzaine de personnes auxquelles s'ajoutent des flexi-jobs, peut doubler son effectif durant le rush des fêtes.

Anticiper, c'est donc discuter suffisamment tôt avec son fournisseur, construire son menu, réfléchir aux volumes et aux calibres nécessaires et déterminer le prix acceptable. D'autant que, côté salle, Yoth Ondara voit la saison festive commencer bien avant Noël : dès novembre, ses clients se tournent davantage vers ces produits associés au plaisir et à l'exception.

Le crustacé reste donc un formidable produit d'appel, mais il exige d'être travaillé avec autant de précision dans les achats que dans les cuissons : choisir son fournisseur, jouer sur les calibres, intégrer le coût de la main-d'œuvre, adapter sa carte au débit et anticiper les fêtes.

Car le client, lui, ne vient pas au restaurant pour voir cette complexité. Il vient précisément pour l'oublier et retrouver ce que les crustacés continuent, malgré tout, à incarner : un petit goût de fête.

Crab Club
Alphonse De Wittestraat 40,
1050 Elsene
www.crabclub.be

Au grand bleu
info@augrandbleu.com
+ 32 (0) 82 71 26 19
www.pro.augrandbleu.com

BRESC

MUCH MORE THAN A SAUCE

FOR OUTSTANDING DISHES

TUNA SHUFFLE

TATAKI VAN TONIJN MET TIJGERTOMAAT / TATAKI DE THON AUX TOMATES CERISES + BRESC SEAWEED & GREEN HERBS SAUCE





NIEUW:
CULINAIRE SAUZEN

NOUVEAU:
SAUCES CULINAIRES



ONTDEK DE GEHELE RANGE

DÉCOUVREZ TOUTE LA GAMME

www.bresc.com

Aube

De miskende parel van de Champagne
Région méconnue de la Champagne



Wie de Champagne bezoekt, trekt zelden verder zuidwaarts dan Troyes. En dat is jammer, want zo blijft één van de boeiendste wijngebieden van de streek onder de radar: de Côte des Bar, die zich uitstrekt tussen Bar-sur-Aube en Bar-sur-Seine. Met een echte identiteit én originele wijnen.

Aan de poorten van Bourgogne staat dit uitgesproken pinot noir-terroir voor een dubbele uitdaging: volwaardig deel uitmaken van de appellatie Champagne en tegelijk het eigen karakter blijven benadrukken. De Côte des Bar, die lange tijd werd beschouwd als reserve van Pinot noir voor de grote champagnehuizen uit de Marne, onderscheidt zich nu door haar creativiteit en haar durf om uitmuntendheid na te streven.

Gigantische wijngaarden vind je hier niet. Het productiegebied omvat 64 dorpen die verspreid liggen over 8.000 hectare, wat neerkomt op ieder minder dan een kwart van de totale oppervlakte van de Champagne. Een andere bijzonderheid van de Côte des Bar is dat zo'n honderd hectare beplant is met Pinot Meslier (een kruising tussen Gouais en Savagnin), Pinot blanc (of Blanc vrai), Pinot gris (of Fromenteau) en de zeldzamere Arbane, een oud druivenras.

Ook hybride druivenrassen, waarmee Belgische wijnbouwers inmiddels goed vertrouwd zijn, doen voorzichtig hun intrede in Frankrijk, onder meer Voltis. Dat opent nieuwe mogelijkheden voor assemblages, iets waar vooral de jongere generatie wijnbouwers mee experimenteren. Met veel aandacht voor de wijngaarden en hun omgeving werken zij aan een verdere kwaliteitsverbetering van de wijnen uit de Côte des Bar. Minder toevoegingen, omschakeling naar biologische wijnbouw, in sommige gevallen zelfs een 'natuurlijke' aanpak, met gras begroeide wijngaarden, een lagere suikerdosering: de werkwijzen evolueren…

ETAPPE 1: DRAPPIER, VADER, DOCHTERS EN ZOON

En dan is er natuurlijk nog de klimaatverandering. Michel Drappier, aan het hoofd van een van de oude champagnehuizen in het historische dorp Urville, ziet daarin voorlopig ook positieve kanten. Zijn cuvee 'Carte d'Or' is overigens een gevestigde waarde in onze horeca.

'Natuurlijk zien we het klimaat veranderen, maar dat heeft niets veranderd aan onze werkwijzen. Eigenlijk heeft de Champagne drie eeuwen lang te weinig zon gehad, en dus te weinig suiker. Voor ons is de klimaatopwarming voorlopig positief, zeer positief zelfs. Vroeger maakten we gemiddeld één jaar op de vijf uitstekende wijn. Twee jaar op de drie was de wijn goed, en één jaar op de drie was het resultaat middelmatig of maakten we — ondanks de oogst — helemaal geen wijn.

Tegenwoordig produceren we vooral brut nature, dat wil zeggen zonder of met slechts een zeer geringe toevoeging van suiker. Sinds enkele jaren werken we volledig biologisch. Wat we in de eerste plaats zoeken, is de pure expressie van het fruit. En als we om de twee of drie jaar een uitzonderlijk millésime krijgen, is dat mooi meegenomen. Maar er is natuurlijk een keerzijde. Als we elk jaar ···→

Si les visiteurs de la Champagne ne dépassent généralement pas la hauteur de Troyes, ils négligent en réalité l'une des régions les plus passionnantes : la Côte-des-Bar, qui s'étire entre Bar-sur-Aube et Bar-sur-Seine. Avec une vraie identité et des vins originaux.

Aux portes de la Bourgogne, cette terre de prédilection du Pinot noir fait en effet face à un double défi. Celui de s'inscrire pleinement au sein de l'appellation Champagne, tout en affirmant ses spécificités. Longtemps considérée comme réserve de Pinot noir pour les grandes maisons de la Marne, la Côte des Bar se distingue désormais par sa créativité et une audace visant l'excellence.

Ici, pas de vignobles colossaux, l'aire de production comprend 64 villages qui se répartissent sur 8000 hectares, soit un peu moins du quart de l'ensemble de la Champagne. La Côte des Bar, et c'est une autre de ses spécificités, possède une centaine d'hectares plantés en Pinot Meslier (un croisement Gouais x Savagnin), Pinot blanc (ou Blanc vrai), Pinot gris (ou Fromenteau) et le plus rare Arbane, un cépage ancien.

Les cépages hybrides, bien connus des vignerons belges, font timidement leur apparition en France, notamment le Voltis. De quoi élargir les possibilités d'assemblages prônés par les jeunes générations qui, grâce au soin apporté aux cultures et à leur environnement, assurent une hausse qualitative des vins de la Côte des Bar. Moins d'intrants, conversion en bio, voire une approche nature dans certains cas, des vignes enherbées, baisse de dosage en sucre, les pratiques évoluent…

ETAPE 1 : DRAPPIER, PÈRE, FILLES ET FILS

Sans parler du changement climatique présenté comme positif par Michel Drappier, à la tête d'une des anciennes maisons champenoises, dans le village historique d'Urville. Sa cuvée 'Carte d'Or' est très connue dans notre Horeca.

« Nous avons bien sûr mesuré les évolutions du climat, mais cela n'a toutefois rien changé à nos pratiques culturales. En fait, la Champagne a manqué de soleil (et donc de sucre) pendant 300 ans. Le réchauffement climatique est pour nous quelque chose de positif, très positif même. Généralement, on faisait des vins excellents une ···→





dezelfde opeenvolgende hittegolven krijgen als dit jaar, gaan we ons toch vragen stellen… Vergeet niet dat we in 2024 maar liefst 1.800 mm neerslag kregen, tegenover ongeveer 1.000 mm in een normaal jaar. Toen hadden we het klimaat van Noord-Ierland, dit jaar dat van Marokko. Het zou niet goed zijn als het de komende tien jaar elke zomer 45 graden wordt.'

EN DE AFZET?

'De Champagne heeft in drie jaar tijd 10% van zijn afzet verloren. Maar dat hebben we eerder meegemaakt. We zitten nu op 334 miljoen flessen, terwijl we in het verleden ook al eens zijn teruggevallen tot 250 miljoen. Champagne is wat dat betreft een barometer van de menselijke gemoedstoestand. En gezien de huidige geopolitieke en economische context doet de champagnemarkt het eigenlijk nog vrij goed.'

DE CHAMPAGNE VAN DE GENERAAL

Bij Drappier is Pinot noir goed voor 70% van het wijndomein, aangevuld met 15% Pinot meunier, 9% Chardonnay en 6% oude druivenrassen. Dankzij hun sterke lokale verankering kon de familie haar duurzame wijnbouwmethoden steeds verder verfijnen, met de 'Agriculture Biologique'-certificering.

De wijnstokken groeien op kalkrijke bodems uit het Boven-Kimmeridgien, een geologische ondergrond die we ook in Chablis aantreffen (en zelfs bij Ruffus in België). Ze gedijen er onder het beschermende oog van Sint-Bernardus, stichter van de nabijgelegen abdij van Clairvaux. In de historische kelders van die abdij rijpt vandaag nog steeds een deel van de familieproductie.

Op het wijndomein worden geen herbiciden of insecticiden gebruikt. De bodem wordt met de hand, met paarden en mechanisch bewerkt. Vandaag wordt het volledige wijndomein biologisch verbouwd en is het door Ecocert gecertificeerd.

Een deel van de faam van Drappier is te danken aan generaal De Gaulle. In 1965 koos hij het huis als hofleverancier voor zijn privéwoning in Colombey-les-Deux-Églises, niet ver van Urville (beslist een



année sur cinq. Des bons vins, deux années sur trois. Et une année sur trois également, soit on faisait moyen, soit pas du tout (même si on récoltait quand même).

Nous faisons surtout du brut nature, c.à.d. des vins pas ou très peu dosés. Depuis quelques années, tout est passé en bio. Ce que nous recherchons avant tout est l'expression du fruit. Et si on a un très grand millésime tous les 2 ou 3 ans, tant mieux. Mais attention, il y a un autre problème qui se pose. Si on avait tous les ans les mêmes canicules successives qu'on a cette année, là, on finirait par se poser des questions… Et n'oublions pas qu'en 2024, on a eu 1,80 m d'eau, contre 1m en temps normal. Donc, on a eu le climat d'Irlande du Nord, et cette année, celui du Maroc… Mais il ne faudrait pas qu'il fasse 45 degrés tous les étés les dix prochaines années… »

ET LA CONSOMMATION ?

« La Champagne a perdu 10% de sa consommation en 3 ans. Mais on a déjà connu ça : on est à 334 millions de cols mais on est descendu à 250 dans les années récentes. Le champagne est un peu le baromètre de l'humeur humaine. Mais il ne faut pas oublier la situation dans le monde, il n'y a pas que le champagne qui joue. Je pense que le marché du champagne va plutôt bien dans le contexte actuel… »

LE CHAMPAGNE DU GÉNÉRAL

Chez Drappier, le Pinot noir règne sur 70% du domaine, complété par 15% de Pinot meunier, 9 de Chardonnay et 6 de cépages anciens. Ce vignoble très local a permis à la famille de renforcer ses méthodes de viticulture durable, avec la certification 'Agriculture Biologique'.

Sur un socle calcaire du Kimméridgien supérieur que l'on retrouve à Chablis (et même chez Ruffus en Belgique), la vigne prospère sous le regard protecteur de Saint-Bernard, fondateur de l'Abbaye de Clairvaux, dont les caves abritent une part de la production familiale.

Sur le domaine, aucun désherbant, ni insecticide, le sol est labouré à la main, avec des chevaux, et de façon mécanique. Aujourd'hui, 100% du domaine est cultivé en agriculture biologique, certifié par Ecocert.

Une part de la renommée de Drappier est due au Général de Gaulle qui l'a choisi en 1965, pour sa consommation familiale à Colombey-les-deux-Eglises, non loin de là (un détour s'impose…). Son champagne favori était servi à la table de sa propriété privée proche d'Urville, il fut certainement le plus célèbre client de la Maison.

Principaux importateurs : Baeten Vinopolis (Maaseik), Carpe Uvam (Dworp), Godaert & Van Beneden (Bruxelles), La Cave Saint-Jacques (Tournai), Octopus Sparkling wines (Gand), Wijnen Jacobs (Lille), Wijnhandel De Kok (Lier)



omweg waard). Zijn favoriete champagne werd steevast geschonken op zijn landgoed, waarmee hij ongetwijfeld de beroemdste klant uit de geschiedenis van het huis werd.

Belangrijkste importeurs: Baeten Vinopolis (Maaseik), Carpe Uvam (Dworp), Godaert & Van Beneden (Brussel), La Cave Saint-Jacques (Doornik), Octopus Sparkling Wines (Gent), Wijnen Jacobs (Lille), Wijnhandel De Kok (Lier)

ETAPPE 2: LES RICEYS

We trekken verder naar Les Riceys, een unieke gemeente die bestaat uit drie dorpen: Ricey-Bas, Ricey-Haute-Rive en Ricey-Haut. Het toeristische seizoen lijkt er al voorbij; de straten liggen er opvallend rustig bij vergeleken met de zomermaanden. De faam van Les Riceys is echter niet uitsluitend aan champagne te danken. De streek is vooral bekend om haar Rosé des Riceys, een stille wijn die zich ergens tussen rosé en rood bevindt ('rouge garance' genoemd). Hij wordt gemaakt van druiven afkomstig van de beste hellingen van de 860 hectare lokale wijngaarden, die voor 90% met Pinot noir zijn beplant. Les Riceys is bovendien de enige gemeente in Frankrijk met drie gecontroleerde oorsprongsbenamingen (AOC) op haar grondgebied: Champagne, Coteaux Champenois en Rosé des Riceys.

Al vanaf 1680 droeg een historische figuur van formaat bij aan de bekendheid van deze beroemde stille wijn: Lodewijk XIV. Toch zou de appellatie pas in 1947 officieel worden erkend. Ook Pierre-Auguste Renoir, die zich begin twintigste eeuw in het nabijgelegen Essoyes vestigde, maakte van Rosé des Riceys zijn favoriete wijn.

De wijn wordt verkregen na een zeer korte gisting en alleen in goede jaren geproduceerd. Rosé des Riceys valt op door zijn frisheid en fraai evenwicht. De bijzonder fijne, subtiel kruidige neus maakt hem tot een uitstekende metgezel van gegrild gevogelte of zachte kazen zoals Chaource, die eveneens in de streek wordt gemaakt. ···→

ETAPE 2 : LES RICEYS

Direction à présent vers Les Riceys, commune regroupant les trois villages de Ricey-Bas, Ricey-Haute-Rive et Ricey-Haut, où la saison touristique semble déjà révolue, les rues étant beaucoup plus calmes que durant l'été. La renommée de ces villages n'est en réalité pas fondée sur le champagne, mais bien sur le fameux Rosé des Riceys, un vin tranquille entre le rosé et le rouge (on parle de 'rouge garance'), produit à partir des meilleurs coteaux des 860 hectares locaux, dont 90 % de Pinot noir. C'est la seule commune de France à posséder trois appellations d'origine contrôlée (AOC) sur son territoire : le Champagne, les Coteaux-Champenois et le Rosé des Riceys.

Un autre personnage historique, et non des moindres puisqu'il s'agit de Louis XIV, a contribué à populariser ce fameux vin tranquille dès 1680, dont l'appellation ne sera toutefois reconnue qu'en 1947. De même, au début du XX^{e} siècle, Pierre-Auguste Renoir établi dans le village voisin à Essoyes, en fait son vin de prédilection.



Obtenu à l'issue d'une fermentation très courte, le rosé des Riceys n'est produit que les bonnes années, mais se révèle d'une grande fraîcheur et d'un équilibre parfait. Son nez superbe, finement épicé, s'accordera parfaitement avec une volaille grillée ou des fromages à pâte molle, comme le Chaource, produit non loin de là.

Avec ou sans bulles, les vins sont très typés et étonneront vos convives par leur légèreté et leur finesse. A découvrir, surtout la cuvée Réserve qui a bénéficié d'une élevage de trois années sur lies.

Vente en ligne sur champagnemorel.com, livraison gratuite à partir de 12 bouteilles.



ETAPE 3 : CHAMPAGNE DEVAUX, LE LUXE DU TEMPS

Le champagne Devaux a été lancé par une famille originaire du Jura qui s'installe à Epernay avant de transférer ses activités sur la Côte des Bar en 1887. L'Union rassemble en son sein depuis 1967 onze coopératives et 100 vignerons. Devaux ne possède toutefois pas de vignobles en propre et récupère 15% de la récolte collective. Elle développe deux gammes qui bénéficient d'un travail très fin sur ···→

Met of zonder bubbels zijn de wijnen hier uitgesproken karaktervol. Hun elegantie en finesse zorgen gegarandeerd voor verrassingen aan tafel. Zeker het ontdekken waard is de cuvee Réserve, die drie jaar op de droesem heeft gerijpt.

Online te koop via champagnemorel.com – gratis levering vanaf 12 flessen.



ETAPPE 3: CHAMPAGNE DEVAUX, DE LUXE VAN TIJD

Champagne Devaux werd opgericht door een familie uit de Jura, die zich aanvankelijk in Épernay vestigde en haar activiteiten in 1887 naar de Côte des Bar verhuisde. Sinds 1967 verenigt de coöperatieve 'L'Union' 11 coöperaties en 100 wijnbouwers. Devaux bezit zelf geen wijngaarden, maar neemt 15% van de gezamenlijke oogst af. Het huis brengt twee assortimenten op de markt die het resultaat zijn van zeer nauwgezet werk op het gebied van snoei en rijping op vaten. Zoals te verwachten in de Côte des Bar speelt Pinot noir de hoofdrol in de assemblages. Het geeft de wijnen een mooie volheid en een uitstekende gastronomische inzetbaarheid, gecombineerd met een opmerkelijke prijs-kwaliteitverhouding. Het resultaat: precieze, karaktervolle champagnes waarmee je ook veeleisende liefhebbers kan verrassen.



la taille et la qualité des fûts. On retrouve bien sûr, une large proportion de Pinot noir dans les assemblages, ce qui apporte une belle ampleur et une luminosité parfaite à table. Tout avec un rapport qualité-prix remarquable. Des vins droits qui épateront vos clients les plus difficiles.

En vente en ligne sur champagne-devaux.fr
A épingler : Grande Réserve D, Cœur des Bar Blanc de Blancs ou encore Cœur de Nature.

Online te koop via champagne-devaux.fr – Aanraders: Grande Réserve D, Cœur des Bar Blanc de Blancs en Cœur de Nature.

ETAPPE 4: BONNET

Bruno Paillard stamt uit een familie van wijnbouwers die sinds 1704 in Les Riceys geworteld is. In de loop van de voorbije vier decennia heeft hij een indrukwekkend champagnehuis uitgebouwd. Zelf bezit hij zo'n 25 hectare aan wijngaarden verspreid over het wijngebied, die sinds 2018 worden beheerd door zijn dochter Alice. Maison Bonnet is een van zijn eigendommen; het produceert rosé- en witte champagnes, 'blancs de noirs', 'coteaux champenois', maar ook 'rosé de Riceys' en wijnen die de zeven champagnedruivenrassen combineren.

'De productiemethoden bij Alexandre Bonnet zijn al meer dan drie generaties ongewijzigd gebleven,' vertelt een vertegenwoordiger van het huis. 'Pinot noir vormt het hart van de assemblage en de champagne rijpt minstens drie jaar in de kelders. Zo ontstaat een fruitige, soepele champagne die typerend is voor het terroir van Les Riceys. De wijn heeft een mooie goudgele kleur en een overvloed aan fijne, aanhoudende bubbels, het teken van een geslaagde rijping.'

Importeur: Vins Pirard

ETAPE 4 : BONNET

Issu d'une famille de vignerons enracinée aux Riceys depuis 1704, Bruno Paillard a bâti un joli empire champenois durant les 40 ou 45 dernières années. Lui non plus ne possède pas de vignes (elles ont été cédées à d'autres), mis à part 25ha disséminés dans toute la région et gérés par sa fille Alice depuis 2018. La Maison Bonnet est l'une de ses propriétés, elle produit des champagnes rosés, blancs, des blancs de noirs, des coteaux champenois mais aussi des rosés de Riceys et des vins qui assemblent les sept cépages champenois.

"Les méthodes d'élaboration chez Alexandre Bonnet sont restées inchangées depuis plus de trois générations, explique un de ses représentants. Assemblage de Pinot noir, vieillissement en cave au minimum pendant trois années pour obtenir un champagne fruité, souple, typique du terroir des Riceys d'un bel aspect jaune doré, avec une abondance de fines bulles persistantes, signe d'un vieillissement accompli."

Importation : Vins Pirard







Château de Fesles, Bonnezeaux

Bonnezeaux, een juweel uit de Loirevallei, is een uitzonderlijk edelzoete wijn met een zeldzame complexiteit. De wijn wordt gemaakt van overrijpe Chenin-druiven. Zijn rijke karakter en harmonie maken het tot een grote bewaarwijn die zowel krachtig als elegant is, vermaard om zijn frisheid.

Joyau du Val de Loire, le Bonnezeaux est un vin liquoreux d'exception et d'une rare complexité. Issu de raisins de Chenin surmûris, sa richesse et son équilibre en font un grand vin de garde à la fois puissant, élégant et réputé pour son équilibre et sa fraîcheur.

CHÂTEAU DE FESLES

famille HELFRICH
Propriétaire · viticulteur

Commander / Bestellen :

gilles.descamps@lgcf.fr
Tel. 0492 72 19 37



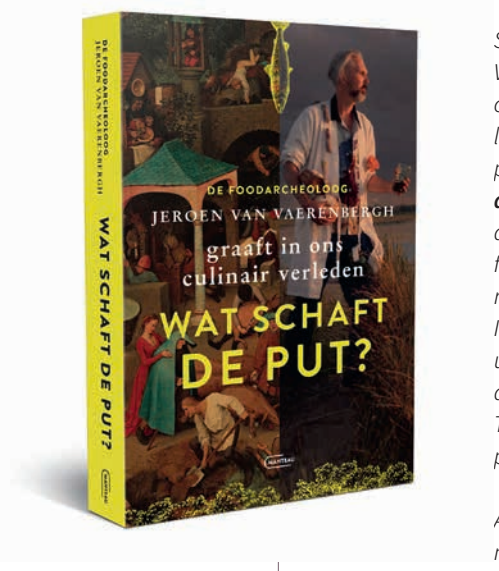
JEROEN VAN VAERENBERGH

FOODARCHEOLOOG / ARCHÉOLOGUE CULINAIRE

Er zijn archeologen, maar met Jeroen Van Vaerenbergh hebben we ook een… foodarcheoloog in onze rangen, iemand die letterlijk en figuurlijk graaft naar onze culinaire gewoontes van eeuwen geleden. Wat houdt deze 'back to the future' aanpak van dit niet-alledaags beroep in, en wat kunnen we hieruit leren? Een portret.

Il y a les archéologues, et puis il y a Jeroen Van Vaerenbergh, qui compte dans ses rangs une spécialité pour le moins singulière : celle « d'archéologue culinaire ». Quelqu'un qui fouille, au sens propre comme au figuré, dans nos habitudes alimentaires d'il y a plusieurs siècles. En quoi consiste cette approche « back to the future » d'un métier hors du commun, et quels enseignements pouvons-nous en tirer ? Portrait.

Als ***De Foodarcheoloog*** onderzoekt Jeroen Van Vaerenbergh onze culinaire gewoontes door de eeuwen heen, en dat levert interessante inzichten op die hij deelt in zijn boek **"Wat schaft de put?"**. In co-creatie met chefs, ambachtelijke producenten en lokale telers brengt hij, als experimenteel smaakmaker, historische smaaksensaties terug tot leven, inspireert hij hedendaagse gerechten met een verhaal over ons erfgoed, en ontwikkelt hij concepten van unieke erfgoedproducten. Verloren tradities, vervlogen geuren en in rook opgegane smaken komen daarmee terug tot leven.



Wetende dat storytelling een (zeer) belangrijk element is geworden in de beleving van food en horeca, zit hier wel degelijk toekomstmuziek in voor wie zich wil onderscheiden op de markt. Maar hoe is het concept van De Foodarcheoloog nu ontstaan, en wat kunnen we leren uit het verleden om ons eetpatroon van vandaag beter te begrijpen?

"Als archeoloog van opleiding aan de KUL Leuven was ik gedurende 20 jaar aan de slag bij de Archeologische Dienst Waasland in Sint-Niklaas, zo stelt hij. Anno 2026 ben ik weliswaar niet meer actief in klassieke opgravingen, maar heb ik mijn halftijdse activiteit als De Foodarcheoloog verder uitgebouwd. In tegenstelling tot een voedselhistoricus vertrek ik nooit van recepten die je in archieven kan vinden, maar wel van ingrediënten die onder de grond zitten. Deze aanpak leunt ook dichter aan bij de werkwijze van chefs: nooit met de bedoeling om gedateerde gerechten te reconstrueren, maar steeds met het doel om met oeroude smaken innovatieve gerechten te maken die de tand des tijds kunnen weerstaan".

Er wordt wel eens gezegd dat je geschiedenis moet leren om het heden beter te kunnen begrijpen. Geldt dat ook in de food branche?

"Het klopt dat we door de eeuwen heen wel wat voedselwijsheden verloren zijn, en dat de markt anno 2026 overspoeld wordt door een overvloed aan nieuwe producten, maar tegelijkertijd zijn er ook zaken die terugkomen. Niet iedereen houdt van de kooktechniek van het houtvuur bijvoorbeeld, maar vooral jonge chefs haken er opnieuw op in. Elke generatie van chefs laat innovaties toe, maar de laatste generatie is wel heel snel geëvolueerd. In een competitief landschap moet je er natuurlijk voor zorgen dat je uit de band springt".

Welke smaakevoluties zijn er verdwenen in vergelijking met 'vroeger'?

"We zijn het niet meer gewend om bitters te eten, al komt dat nu wel wat terug. Zo worden er opnieuw meer oude groenten- en fruitvariëteiten gebruikt in de keuken. Kornoelje, vuurrode olijfvormige bessen en kapucijnerbaard, een voorloper van het witloof, zou je kunnen bestempelen als nieuwe "vergeten groente en fruit". Een ander voorbeeld is kardoen, een grote, distelachtige vaste plank die nauw verwant is aan de artisjok. We moeten respect tonen voor ···→

*Sous le nom de **De Foodarcheoloog**, Jeroen Van Vaerenbergh étudie l'évolution de nos habitudes culinaires à travers les siècles. Ses recherches livrent des enseignements passionnants, qu'il partage notamment dans son livre **« Wat schaft de put? »**. En cocréation avec des chefs, des producteurs artisanaux et des cultivateurs locaux, il fait revivre, en véritable créateur de saveurs expérimentales, des sensations gustatives historiques. Il inspire des plats contemporains en leur donnant une histoire liée à notre patrimoine et développe des concepts de produits patrimoniaux uniques. Traditions oubliées, parfums disparus et saveurs parties en fumée reprennent ainsi vie.*

À l'heure où le storytelling est devenu un élément (très) important de l'expérience food et Horeca, cette démarche offre incontestablement des perspectives à ceux qui souhaitent se différencier sur le marché. Mais comment le concept de Foodarcheoloog a-t-il vu le jour et que pouvons-nous apprendre du passé pour mieux comprendre nos habitudes alimentaires actuelles ?

« Archéologue de formation à la KU Leuven, j'ai travaillé pendant vingt ans au Service archéologique du Pays de Waes à Saint-Nicolas, explique-t-il. En 2026, je ne suis certes plus actif dans les fouilles archéologiques classiques, mais j'ai développé davantage mon activité à mi-temps de Foodarcheoloog. Contrairement à un historien de l'alimentation, je ne pars jamais de recettes trouvées dans les archives, mais bien d'ingrédients découverts dans le sol. Cette approche est également plus proche de la manière de travailler des chefs : l'objectif n'est jamais de reconstituer des plats datés, mais bien d'utiliser des saveurs ancestrales pour créer des préparations innovantes capables de résister à l'épreuve du temps. »

On dit souvent qu'il faut connaître l'histoire pour mieux comprendre le présent. Cela vaut-il également pour le secteur food ?

« Il est vrai qu'au fil des siècles, nous avons perdu une partie de notre savoir alimentaire et qu'en 2026, le marché est submergé par une profusion de nouveaux produits. Mais, parallèlement, certaines choses reviennent. Tout le monde n'est pas amateur de la cuisson au feu de bois, par exemple, mais les jeunes chefs, en particulier, s'y intéressent à nouveau. Chaque génération de chefs apporte ···→





lokale telers die deze weg willen opgaan. Maar vergis u niet: de laatste eeuw zijn we wereldwijd 94% van de groentevariëteiten verloren. Beschermen wat we nog hebben, is dus van groot belang".

De vegetarische trend is toch een goede zaak, of...?

"Ik stel vast dat de eiwitshift, de omslag naar een meer plantaardig menu, wat aan het sputteren is. Het bewustzijn hierover blijft toenemen, maar neemt een minder hoge vlucht dan gedacht. Veel mensen kiezen bewust voor een stukje vlees op restaurant, terwijl ze thuis al wat meer plantaardig eten. In vergelijking met vroeger lijken er op dat vlak meer keuzemogelijkheden, maar ik durf te stellen dat we nu veel van hetzelfde eten. Destijds was er meer variatie in producten zoals graansoorten en vruchten. Het gepeupel van toen at ook vezelrijker en meer plantaardige eiwitten dan de elite, die zich tegoed deed aan ongezonde suikers en veel vetten. Dat wil niet zeggen dat gezond eten in onze natuur zit. Vandaag, in de Westerse wereld van overvloed, zien we dat onze primitieve drang om in oorsprong zeldzame suikers en vetten te zoeken in de wildernis, is ontaard in het graaien naar betaalbare fastfood in de supermarkt. Vandaag moeten we dan ook de moeite doen om gezond en duurzaam te eten".

Spelen de voedselgiganten hierin een dominante rol?

"De grootmachten uit de voedselketen dicteren de markt inderdaad. Daarom ook wil ik een lans breken voor landbouwers die experimenteren met teeltvariatie en voor chefs die met hun oogst aan de slag gaan, ook al is dat vaak duurder. Maar: ik bewonder hun streven om in te gaan tegen de smaakvervlakking die is ontstaan".

U zegt het zelf: nieuwe variëteiten zijn vaak duurder. Hoe ga je daar dan als chef mee om in het kader van het zo belangrijke foodcost gegeven?

"Ik werk samen met veel chefs, en zie de foodcost problemen inderdaad toenemen. Maar: er bestaan mogelijkheden om die foodcost beter te ondervangen, bv. door van het restaurantbezoek een memorabele ervaring te maken. Museumcatering, waar ik al 10 jaar gevraagd word als consulent, is daar een goed voorbeeld van. Het is niet de meest eenvoudige horeca-omgeving om te rentabiliseren, ···→

"Anno 2026 is de Belgische keuken vooral een eeuwenoude mix van internationale keukens waarin we onze eigen terroiraccenten leggen"

« En 2026, la cuisine belge est avant tout le résultat d'un mélange séculaire de cuisines internationales auxquelles nous apportons nos propres accents de terroir »



son lot d'innovations, mais la dernière génération a évolué extrêmement rapidement. Dans un environnement concurrentiel, il faut évidemment parvenir à sortir du lot. »

Quelles évolutions gustatives ont disparu ?

« Nous ne sommes plus habitués à manger des saveurs amères, même si celles-ci reviennent quelque peu aujourd'hui. On utilise ainsi à nouveau davantage d'anciennes variétés de fruits et de légumes en cuisine. La cornouille, une baie rouge vif de forme semblable à une olive, et la barbe-de-capucin, ancêtre du chicon, pourraient être considérées comme de nouveaux «fruits et légumes oubliés». Autre exemple : le cardon, une grande plante vivace ressemblant à un chardon et étroitement apparentée à l'artichaut. Nous devons témoigner du respect aux producteurs locaux qui souhaitent s'engager dans cette voie. Mais ne nous y trompons pas : au cours du siècle dernier, nous avons perdu 94 % des variétés de légumes à l'échelle mondiale. Protéger ce qu'il nous reste est donc essentiel. »

La tendance végétarienne est pourtant une bonne chose, non... ?

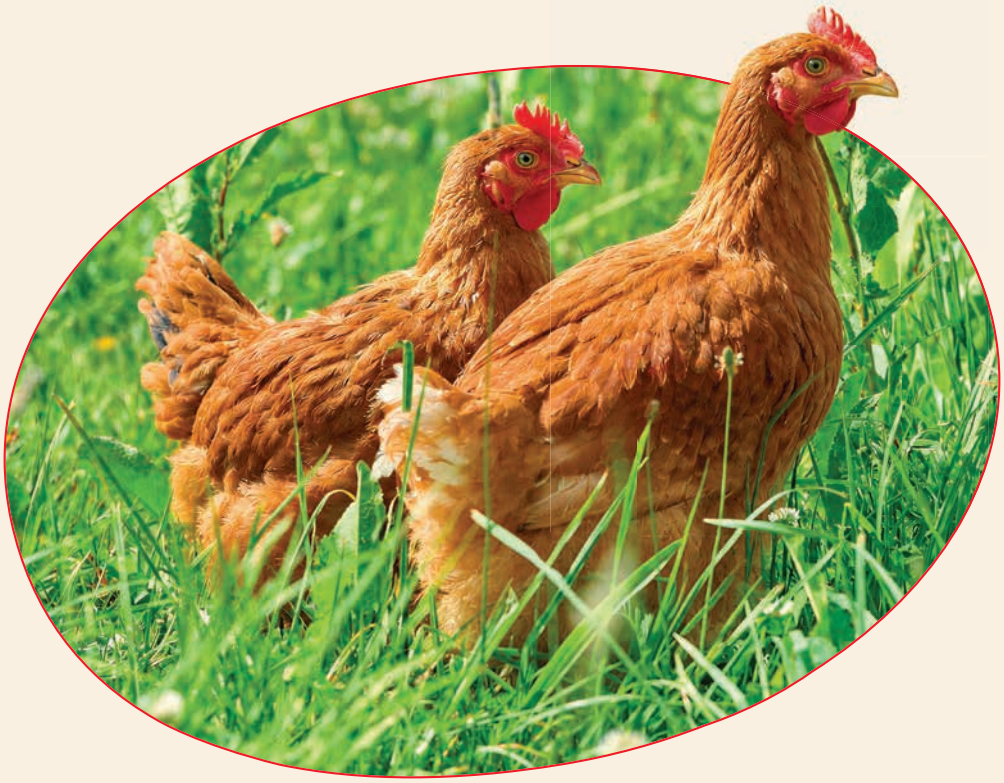
« Je constate que le «protein shift», la transition vers une alimentation davantage végétale, marque quelque peu le pas. La prise de conscience continue de progresser, mais moins rapidement qu'on ne l'avait imaginé. Beaucoup de gens choisissent délibérément un morceau de viande au restaurant, alors qu'ils mangent déjà davantage végétal à la maison.

Par rapport à autrefois, nous semblons disposer de beaucoup plus de choix, mais j'oserais affirmer qu'aujourd'hui, nous mangeons en réalité beaucoup de choses identiques. Autrefois, la diversité était plus grande, notamment en matière de céréales et de fruits. Les classes populaires consommaient également davantage de fibres et de protéines végétales que les élites, qui se régalaient de sucres peu sains et de grandes quantités de graisses. Cela ne signifie pas pour autant que manger sainement soit inscrit dans notre nature. Aujourd'hui, dans notre société occidentale d'abondance, nous constatons que notre instinct primitif, qui nous poussait autrefois à rechercher dans la nature des sucres et des graisses rares, s'est transformé en une propension à nous jeter sur une ···→

PROEF DE EUROPESE KWALITEIT

label Rouge gaat niets boven de kwaliteit en traceerbaarheid van het Label Rouge.





BUITENLANDBOUW

GARANT VOOR DIERENWELZIJN

Tot 300 g rood vlees per week. Beperk de consumptie van verwerkt vlees tot 30 g per week. Beperk de consumptie van rood vlees, met name verwerkt vlees. Rood vlees kan worden vervangen door bijvoorbeeld peulvruchten, vis, eieren of gevogelte. Vervang vleeswaren door vis-, peulvruchten - of groentevullingen in blik, fruit of verse kaas.

Medegefinancierd door de Europese Unie

GEFINANCIERD DOOR DE EUROPESE UNIE. DE HIER GEUITE IDEEËN EN MENINGEN KOMEN ECHTERUITSLUITEND VOOR REKENING VAN DE AUTEUR(S) EN GEVEN NIET NOODZAKELIJKERWIJS DE IDEEËN OF MENINGEN VAN DE EUROPESE UNIE OF FRANCEAGRIMER. NOCH DE EUROPESE UNIE, NOCH DE STEUNVERLENENDE AUTORITEIT KAN ERVOOR AANSPRAKELIJK WORDEN GESTELD.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

“Met een bijzondere beleving gooi je vandaag ook hoge ogen”

« Proposer une expérience particulière permet également de marquer des points »









Paté en croûte van Emiel Redant voor het Rubenshuis in Antwerpen.
Pâté en croûte d'Emiel Redant pour la Maison Rubens à Anvers.

maar de laatste tijd zie ik in Vlaanderen veelbelovende concepten ontstaan. De museale fine dining bij Madonna in het KMSKA is ondertussen een gevestigde waarde geworden. En het gloednieuwe duurzame selfservice concept van Bar BRUSK bedient meer dan enkel de museumganger. Het is een cliché, maar het is niet enkel met kwaliteit en creativiteit dat je scoort, met een bijzondere beleving gooi je vandaag ook hoge ogen”.

Tot hoever in de tijd graaf je terug in onze voedingsgewoonten?

“Ik start bij de eerste mens, zijnde de neanderthalers die 45.000 jaar en langer geleden in onze regio foerageerden. Dat jagen en verzamelen was duizenden jaren lang onze enige manier van overleven. “Pas” 7.000 jaar geleden brachten migranten uit het oosten een nieuwe manier van voedselvoorziening in de Lange Landen binnen. Wat me opvalt: anno 2026 zijn we nog altijd op zoek naar een evenwicht tussen natuur en landbouw, twee componenten die ik als één geheel beschouw; net zoals landbouw en horeca eveneens onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Onze toekomst hangt heel sterk af van hoe we die verbinding terug kunnen versterken”.

Hoe zijn onze Vlaamse klassiekers eigenlijk ontstaan?

“Dat hangt er een beetje van af over welke tijdsperiode je praat. Op het einde van de middeleeuwen waren Brugge en Antwerpen dé centra waar lokale producten vermengden met ingrediënten van over de hele wereld. Dat heeft een belangrijke rol gespeeld in onze bourgondische aard. Het toevoegen van peperkoek aan stoofvlees bv. dateert uit die tijd dat specerijen en zoetigheden hoogtij vierden. En door de intense contacten met zuiderse culturen is de voor ons “oer-Vlaamse” rijstpap, van origine een bereiding uit de moslim

alimentation industrielle bon marché dans les supermarchés. Aujourd’hui, manger sainement et durablement exige donc un véritable effort. »

Les géants de l’industrie alimentaire jouent-ils un rôle dominant dans cette évolution ?

« Les grandes puissances de la chaîne alimentaire dictent effectivement le marché. C’est aussi pour cette raison que je souhaite défendre les agriculteurs qui expérimentent avec une plus grande diversité de cultures, ainsi que les chefs qui travaillent avec leurs récoltes, même si cela coûte souvent plus cher. J’admire leur volonté de lutter contre l’uniformisation des goûts qui s’est installée. »

Vous le dites vous-même : les nouvelles variétés sont souvent plus chères. Comment un chef peut-il gérer cette réalité dans le contexte crucial du food cost ?

« Je travaille avec de nombreux chefs et je constate effectivement que les problèmes liés au food cost s’accentuent. Mais il existe des possibilités pour mieux les absorber, par exemple en transformant la visite au restaurant en une expérience mémorable. La restauration dans les musées, secteur dans lequel je suis sollicité comme consultant depuis dix ans déjà, en est un bon exemple. Ce n’est pas l’environnement Horeca le plus facile à rentabiliser, mais ces derniers temps, je vois émerger en Flandre des concepts prometteurs. Le fine dining muséal de Madonna au KMSKA est entre-temps devenu une valeur sûre. Et le tout nouveau concept durable de self-service du Bar BRUSK attire un public qui dépasse largement celui des seuls visiteurs du musée. C’est un cliché, mais aujourd’hui, la qualité et la créativité ne suffisent plus à faire la différence : proposer une expérience particulière permet également de marquer des points. »





Een co-creatie met private chef Kevin Bonanno uit Bilzen-Hoeselt

Une co-création avec le chef privé Kevin Bonanno de Bilzen-Hoeselt

keuken, in onze contreien terecht gekomen. Ook vol-au-vent is een verre nazaat van een middeleeuwse stoofpot van kip in een witte gebonden saus. Destijds werd het vaak met amandelmelk bereid, maar vanaf de 17de/18de eeuw was er de invloed van de Franse keuken, en schakelde men over op het gebruik van rijkelijke sauzen op basis van roux. Anno 2026 is de Belgische keuken vooral een eeuwenoude mix van internationale keukens waarin we onze eigen terroiraccenten leggen".

Voor een chef is de zoektocht naar de beste leveranciers primordiaal. Hoe zie jij dat?

"Ik heb van moeder natuur de goede smaakpapillen meegekregen om die smaaknuances te kunnen onderscheiden, waardoor ik vaak op dezelfde golflengte zit als een chef. Als ik bij een chef een gedeelde passie voor voedsel aanvoel, vinden we samen inspiratie bij hun voorgangers uit het verleden. Er komt heel veel maatwerk bij kijken, want elke chef is verschillend. Als ondernemers onder elkaar zorg ik er voor dat het haalbaar en rendabel blijft. Ik ga ook na welke lokale producenten we mee kunnen nemen in het verhaal. Zo ontdekken we samen kleine cidermakers, foerageren we in voedselbossen of spitten we "nieuwe" oude groenten uit de grond bij experimentele boeren".

Voor meer info, surf naar
www.defoodarcheoloog.be

Jusqu'où remontez-vous dans le temps lorsque vous explorez nos habitudes alimentaires ?

« Je commence avec les premiers humains, à savoir les Néandertaliens qui, il y a 45.000 ans et plus, pratiquaient la cueillette et la chasse dans nos régions. Pendant des milliers d'années, la chasse et la collecte ont constitué notre seul moyen de subsistance. Ce n'est qu'il y a 7.000 ans que des migrants venus de l'Est ont introduit une nouvelle manière de produire de la nourriture dans les anciens Pays-Bas. Ce qui me frappe, c'est qu'en 2026, nous sommes toujours à la recherche d'un équilibre entre nature et agriculture, deux composantes que je considère comme formant un tout, tout comme l'agriculture et l'Horeca sont indissociablement liés. Notre avenir dépendra en grande partie de notre capacité à renforcer à nouveau ces liens. »

Comment nos grands classiques flamands sont-ils apparus ?

« Cela dépend quelque peu de la période dont on parle. À la fin du Moyen Âge, Bruges et Anvers étaient les grands centres où les produits locaux se mêlaient à des ingrédients venus du monde entier. Cela a joué un rôle important dans le développement de notre tempérament bourguignon. L'ajout de pain d'épices à la carbonnade, par exemple, remonte à cette époque où les épices et les saveurs sucrées étaient particulièrement prisées. Et c'est grâce aux contacts intenses avec les cultures méridionales que notre riz au lait, que nous considérons comme typiquement flamand, est arrivé dans nos contrées, alors qu'il trouve son origine dans la cuisine musulmane. Le vol-au-vent est lui aussi un lointain descendant d'un ragoût médiéval de poulet servi dans une sauce blanche liée. À l'époque, celui-ci était souvent préparé avec du lait d'amande. Mais à partir des XVII^e^ et XVIII^e^ siècles, l'influence de la cuisine française s'est imposée et l'on est passé à l'utilisation de sauces riches à base de roux. En 2026, la cuisine belge est avant tout le résultat d'un mélange séculaire de cuisines internationales auxquelles nous apportons nos propres accents de terroir. »

Pour un chef, la recherche des meilleurs fournisseurs est primordiale. Comment envisagez-vous cet aspect ?

« Dame Nature m'a doté de bonnes papilles gustatives, qui me permettent de distinguer toutes ces nuances de goût. Cela fait que je suis souvent sur la même longueur d'onde qu'un chef. Lorsque je sens chez un chef une passion commune pour l'alimentation, nous allons chercher ensemble l'inspiration auprès de ses prédécesseurs du passé. Cela implique énormément de travail sur mesure, car chaque chef est différent. Entre entrepreneurs, je veille aussi à ce que les projets restent réalisables et rentables. J'examine également quels producteurs locaux peuvent être intégrés dans l'histoire. Nous découvrons ainsi ensemble de petits producteurs de cidre, partons en cueillette dans des forêts nourricières ou déterrons de «nouveaux» légumes anciens chez des agriculteurs expérimentaux. »

Pour plus d'informations, rendez-vous sur
www.defoodarcheoloog.be



SCHOON IS NIET GENOEG: WAAROM HET " VAATWAS" TEAM HET VERSCHIL MAAKT IN DE KEUKENS

PROPRE NE SUFFIT PAS : POURQUOI L'ÉQUIPE DE PLONGE FAIT TOUTE LA DIFFÉRENCE EN CUISINE !

In de dynamische wereld van grote cateringkeukens en ziekenhuisvoorzieningen richt de schijnwerper zich vrijwel altijd op de warme kant. We bewonderen de chef-koks die op bijzondere wijze tientallen diëten coördineren, de voedingsdeskundigen die macronutriënten balanceren en de logistieke medewerkers die zorgen dat elke maaltijd stipt op de afdeling belandt. Maar zodra de borden leeg terugkeren naar de centrale keuken, begint misschien wel de meest kritieke fase van de gehele cateringketen. Welkom in de spoelkeuken, het kloppende hart van de hygiëne, waar het vaatwasteam de regie overneemt.

Dans l'univers dynamique des grandes cuisines de collectivité et des établissements de soins, les projecteurs sont presque toujours braqués sur la partie « chaude » de la cuisine. Nous admirons les chefs qui parviennent à coordonner avec brio des dizaines de régimes alimentaires différents, les diététiciens qui veillent à l'équilibre des macronutriments et les collaborateurs logistiques qui s'assurent que chaque repas arrive ponctuellement dans le bon service. Mais dès que les assiettes vides reviennent vers la cuisine centrale commence peut-être la phase la plus critique de toute la chaîne de restauration. Bienvenue à la plonge, véritable cœur battant de l'hygiène, où l'équipe chargée de la vaisselle prend les commandes.

In de cure & care-sector - denk aan ziekenhuizen, revalidatiecentra en woonzorgcentra – is vaatwassen geen bijzaak of een sluitpost op de begroting. Het is een geavanceerd hygiënisch proces waarin geen enkele fout getolereerd kan worden. Eén verkeerde bacterie op een bord of een slecht gedesinfecteerd glas kan bij een immunogecompromitteerde patiënt ernstige gevolgen hebben. Het vaatwasteam is dan ook niet zomaar een ondersteunende afdeling; het is de eerstelijns defensielinie tegen infecties.

HET TEAM: DE FORMULE 1-PITCREW IN DE SPOELKEUKEN

Je kan de meest geavanceerde, geautomatiseerde korven- of bandtransportmachine in de spoelkeuken plaatsen, maar zonder een deskundig en gewaardeerd team blijft de machine een roestvrijstalen doos. Het vaatwasteam is als de pitcrew in de Formule 1: alles staat of valt met snelheid, nauwkeurigheid, ergonomie en een vlekkeloze onderlinge afstemming. Als één schakel hapering vertoont, valt de gehele logistieke keten van het ziekenhuis of zorgcentrum stil.

"Het vaatwasteam is als de pitcrew in de Formule 1: alles staat of valt met snelheid, nauwkeurigheid en een vlekkeloze afstemming"

« L'équipe de plonge est comparable au pit crew d'une Formule 1 : tout repose sur la rapidité, la précision et une coordination sans faille »

De menselijke factor is doorslaggevend voor twee cruciale facetten:

1. **Kwaliteitscontrole:** Als menselijke 'scanner' zorgt het team voor voorspoelen, afschrapen en correct inladen. Dit voorkomt 'schaduwplekken' waar water en chemie de vaat niet bereiken.

2. **Machinediscipline:** Door dagelijks filters te reinigen, sproeiarmen te controleren en storingen snel op te merken, voorkomt het team kostbare stilstand en verlengt het de levensduur van de machine.

Goede ergonomie, professionele erkenning en continue training zijn essentieel om dit team deze topprestaties te laten leveren. ···→

Dans le secteur des soins et de la santé – hôpitaux, centres de revalidation et maisons de repos et de soins –, la plonge n'est ni une activité secondaire ni un simple poste budgétaire. Il s'agit d'un processus d'hygiène sophistiqué qui ne tolère aucune erreur. Une seule bactérie indésirable sur une assiette ou un verre mal désinfecté peut avoir de graves conséquences pour un patient immunodéprimé. L'équipe de plonge n'est donc pas un simple service de soutien : elle constitue la première ligne de défense contre les infections.

L'ÉQUIPE : LE PIT CREW DE FORMULE 1 DE LA PLONGE

Vous pouvez installer la machine à paniers ou à convoyeur la plus avancée et la plus automatisée qui soit : sans une équipe compétente et valorisée, elle ne restera qu'une boîte en acier inoxydable. L'équipe de plonge est comparable au pit crew d'une Formule 1 : tout repose sur la rapidité, la précision, l'ergonomie et une coordination sans faille. Si un seul maillon de la chaîne faiblit, c'est toute la logistique de l'hôpital ou de l'établissement de soins qui risque d'être perturbée.

Le facteur humain est déterminant à deux niveaux essentiels :

1. ***Contrôle de la qualité :** véritable « scanner » humain, l'équipe assure le prélavage, le débarrassage des résidus et le chargement correct de la vaisselle. Elle évite ainsi les « zones d'ombre » que l'eau et les produits chimiques ne pourraient pas atteindre.*
2. ***Discipline d'entretien :** en nettoyant quotidiennement les filtres, en contrôlant les bras de lavage et en détectant rapidement les dysfonctionnements, l'équipe prévient les arrêts coûteux et contribue à prolonger la durée de vie de la machine.*

Une bonne ergonomie, une véritable reconnaissance professionnelle et une formation continue sont indispensables pour permettre à cette équipe d'atteindre un niveau de performance optimal. ···→

DE MAGIE VAN REINIGING: DE CIRKEL VAN SINNER ALS BIOLOGISCHE DANS

Om te begrijpen hoe een maaltijdbord transformeert van een bacterieel risico tot een hygiënisch onberispelijk product, moeten we kijken naar de fundamenten van de reinigingstechnologie. In de professionele vaatwas hanteren we het welbekende principe van de **Cirkel van Sinner**. Deze cirkel is te vergelijken met een harmonieus kwartet: als één muzikant zachter gaat spelen, moeten de andere drie compenseren om de melodie gelijk te houden.

De vier variabelen die altijd in balans moeten zijn:

- **Mechanische kracht:** De druk waarmee de sproeiarmen het water tegen het servies blazen om hardnekkig vuil los te pellen.
- **Chemie:** De kwaliteit en concentratie van het reinigings- en naglansmiddel om vetten en eiwitten af te breken.
- **Temperatuur:** De warmte van het was- en spoelwater die vuil oplost en kiemen doodt.
- **Tijd:** De contacttijd waarin de chemie en temperatuur op het vuil kunnen inwerken.

Als je één van deze factoren verkleint, bijvoorbeeld door sneller te willen wassen om de efficiëntie te verhogen (minder tijd) moet je dit compenseren door een van de andere factoren te vergroten, zoals een hogere temperatuur of agressievere chemie. In een grootkeuken zoeken we continu naar de optimale balans om maximale hygiëne te combineren met efficiëntie en duurzaamheid.

WATER: HET VLOEIBARE FUNDAMENT EN DE 'STILLE CHEMIE'

Een factor die vaak over het hoofd wordt gezien, maar van absoluut cruciaal belang is, is **de kwaliteit van het toevoerwater**. Water is niet zomaar de 'drager' van vuil; het is de brandstof van de vaatwasmachine. Je kunt de beste machine en de duurste detergenten kopen, maar als de waterkwaliteit ondermaats is, zal het eindresultaat altijd teleurstellen.

Belangrijke waterparameters in de grootkeuken zijn:

- **Waterhardheid (Calcium en Magnesium):** Hard water is de sluipmoordenaar van elke spoelkeuken. Het leidt tot kalkaanslag op de verwarmingselementen van de machine, wat het energieverbruik explosief doet stijgen (1 mm kalkaanslag kan al zorgen voor 10% meer energieverbruik). Bovendien bindt kalk zich aan de detergenten, waardoor je aanzienlijk meer chemie nodig hebt om hetzelfde reinigingsresultaat te behalen. Een professionele waterontharder is dan ook een absolute noodzaak.
- **Totale opgeloste droogresten (TDS) en Omgekeerde Osmose (RO):** Voor streeploos glaswerk en glanzend roestvrijstaal bestek is ontzilverd water via een Omgekeerde Osmose-installatie de gouden standaard. Het water wordt door een microscopisch membraan geperst dat alle mineralen, zouten en bacteriën filtert. Het resultaat? Servies en glazen drogen uit zichzelf vlekkeloos op, waardoor handmatig polijsten met een doek, een van de grootste bronnen van kruisbesmetting in de horeca en zorg– volledig overbodig wordt.

LA MAGIE DU NETTOYAGE : LE CERCLE DE SINNER COMME BALLET BIOLOGIQUE

*Pour comprendre comment une assiette ayant servi à un repas passe du statut de risque bactérien à celui de produit parfaitement hygiénique, il faut revenir aux principes fondamentaux de la technologie du nettoyage. Dans le lavage professionnel de la vaisselle, nous appliquons le principe bien connu du **cercle de Sinner**. Celui-ci peut être comparé à un quatuor harmonieux : si l'un des musiciens joue moins fort, les trois autres doivent compenser pour préserver l'équilibre de la mélodie.*

Les quatre variables qui doivent toujours rester en équilibre sont :

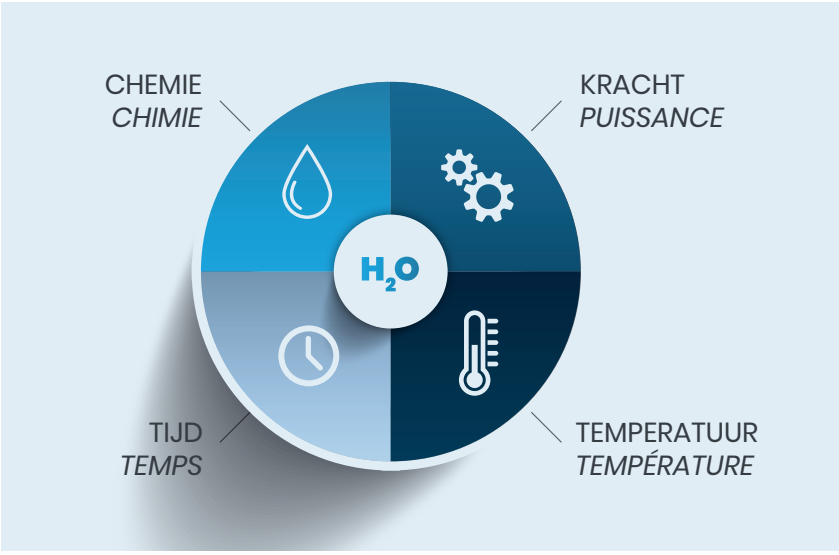
- ***Action mécanique :** la pression avec laquelle les bras de lavage projettent l'eau sur la vaisselle afin de détacher les salissures tenaces.*
- ***Chimie :** la qualité et la concentration du détergent et du produit de rinçage permettant de décomposer les graisses et les protéines.*
- ***Température :** la chaleur de l'eau de lavage et de rinçage, qui contribue à dissoudre les salissures et à éliminer les germes.*
- ***Temps :** la durée de contact pendant laquelle les produits chimiques et la température peuvent agir sur les salissures.*

Si l'un de ces facteurs est réduit – par exemple si l'on souhaite accélérer le lavage pour gagner en efficacité et que l'on diminue donc le temps –, il faut compenser en augmentant l'un des autres paramètres, par exemple la température ou l'action chimique. Dans une cuisine de collectivité, l'objectif est de rechercher en permanence l'équilibre optimal permettant de conjuguer hygiène maximale, efficacité et durabilité.

L'EAU : LE FONDEMENT LIQUIDE ET LA « CHIMIE SILENCIEUSE »

*Un facteur souvent négligé, mais absolument essentiel, est **la qualité de l'eau d'alimentation**. L'eau n'est pas simplement le « véhicule » des salissures : elle est le carburant du lave-vaisselle. Vous pouvez investir dans la meilleure machine et les détergents les plus coûteux, si la qualité de l'eau est insuffisante, le résultat final restera décevant.*

Parmi les principaux paramètres de l'eau à surveiller dans une cuisine de collectivité figurent :



ONTSMETTING IN CURE & CARE: THERMISCH VS. CHEMISCH

In de zorgsector volstaat 'optisch schoon' simpelweg niet. De vaat moet **microbiologisch schoon** zijn. Om dit te bereiken is een doorgedreven desinfectie vereist. Hierin onderscheiden we twee hoofdmethoden:

1. Thermische desinfectie – de gouden standaard

Thermische desinfectie is een betrouwbare en veelgebruikte manier om servies in de zorg veilig schoon te maken. Hierbij worden bacteriën, virussen en schimmels door hoge temperaturen en voldoende contacttijd sterk verminderd of uitgeschakeld.

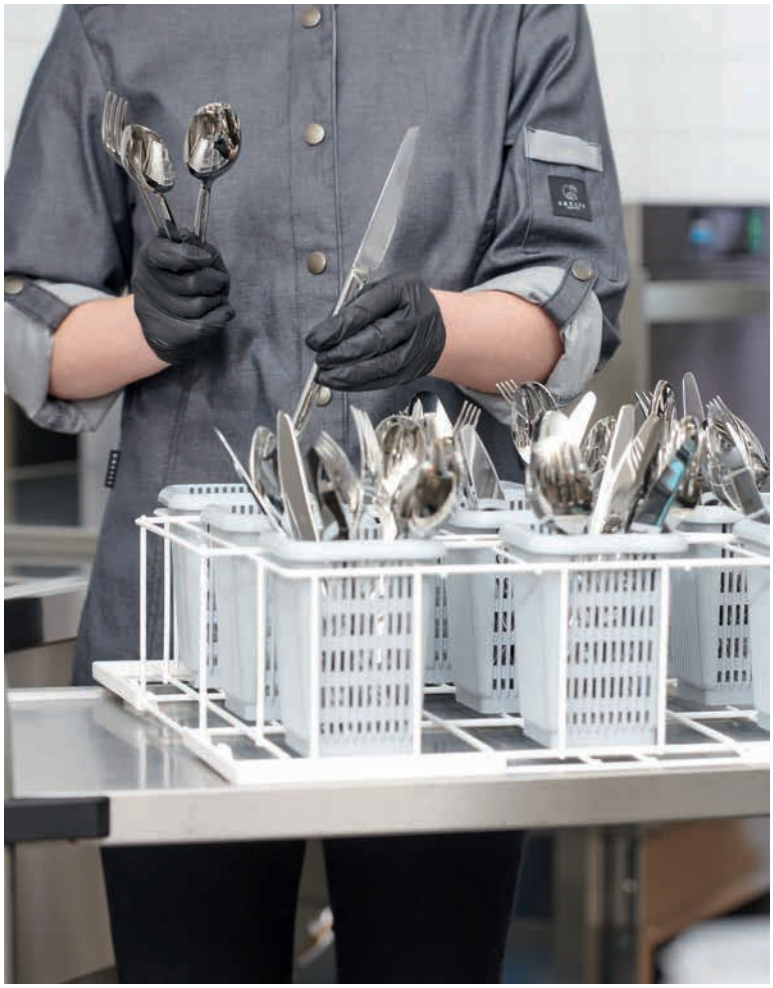
Het servies wordt eerst gewassen bij ongeveer 60°C tot 65°C. Tijdens de laatste spoeling, de naglansfase, loopt de temperatuur op tot minstens 82°C tot 85°C. Die hoge temperatuur zorgt ervoor dat schadelijke micro-organismen worden uitgeschakeld.

Niet alleen de temperatuur telt. Ook hoe lang het servies aan die temperatuur wordt blootgesteld is belangrijk. De combinatie van temperatuur en tijd bepaalt hoe effectief de desinfectie is.

De A-waarde is een maatstaf voor hoe goed micro-organismen worden afgedood. In de zorg wordt hiermee gecontroleerd of het desinfectieproces voldoende effectief is.

2. Chemische desinfectie

Hierbij realiseren specifieke componenten (zoals actieve chloor of perazijnzuur) kiemreductie bij lagere temperaturen. Dit is ideaal voor hittegevoelige kunststoffen of medische hulpmiddelen.



- ***Dureté de l'eau (calcium et magnésium) :*** *l'eau dure est l'ennemi silencieux de toute plonge professionnelle. Elle provoque des dépôts calcaires sur les éléments chauffants de la machine, ce qui peut faire fortement augmenter la consommation d'énergie (1 mm de tartre peut déjà entraîner une hausse de 10 % de la consommation énergétique). Le calcaire interagit également avec les détergents, ce qui oblige à utiliser sensiblement plus de produits chimiques pour obtenir le même résultat de lavage. Un adoucisseur d'eau professionnel est donc une nécessité absolue.*
- ***Total des solides dissous (TDS) et osmose inverse (OI) :*** *pour obtenir des verres sans traces et des couverts en acier inoxydable parfaitement brillants, l'eau déminéralisée obtenue par osmose inverse constitue la référence. L'eau est poussée à travers une membrane microscopique qui filtre les minéraux, les sels et les bactéries. Résultat ? La vaisselle et les verres sèchent naturellement sans laisser de traces, rendant totalement inutile le polissage manuel avec un chiffon – l'une des principales sources potentielles de contamination croisée dans l'Horeca et les établissements de soins.*

DÉSINFECTION DANS LE SECTEUR DES SOINS : THERMIQUE OU CHIMIQUE

Dans le secteur des soins, une vaisselle simplement « propre à l'œil » ne suffit pas. Elle doit être ***microbiologiquement propre****. Pour y parvenir, une désinfection rigoureuse est indispensable. On distingue principalement deux méthodes :*

1. Désinfection thermique – la référence

La désinfection thermique est une méthode fiable et largement utilisée pour garantir la sécurité hygiénique de la vaisselle dans les établissements de soins. Les températures élevées, combinées à une durée de contact suffisante, permettent de réduire fortement ou d'éliminer les bactéries, virus et champignons.

La vaisselle est d'abord lavée à une température d'environ 60°C à 65°C. Lors du rinçage final, la température monte à au moins 82°C à 85°C. Cette température élevée permet d'inactiver les micro-organismes nuisibles.

Mais la température n'est pas le seul paramètre déterminant. La durée pendant laquelle la vaisselle est exposée à cette température joue également un rôle essentiel. C'est la combinaison de la température et du temps qui détermine l'efficacité de la désinfection.

La valeur A est un indicateur permettant d'évaluer l'efficacité de l'inactivation des micro-organismes. Dans le secteur des soins, elle permet de vérifier si le processus de désinfection est suffisamment efficace.

2. Désinfection chimique

Cette méthode utilise des substances spécifiques, telles que le chlore actif ou l'acide peracétique, afin de réduire la charge microbienne à des températures plus basses. Elle convient particulièrement aux matières plastiques sensibles à la chaleur ou à certains dispositifs médicaux. La précision est ici essentielle : un dosage automatisé permet d'éviter aussi bien les risques infectieux liés à un sous-dosage que la présence de résidus chimiques sur la vaisselle due à un surdosage. La désinfection thermique reste néanmoins privilégiée dans le secteur des soins en raison de la sécurité qu'elle offre sans laisser de résidus chimiques. ···→

Precisie is essentieel: een geautomatiseerde dosering voorkomt zowel infectierisico's (onderdosering) als chemische residuen op het servies (overdosering). Toch blijft thermische desinfectie in de zorg de voorkeur genieten vanwege de gegarandeerde veiligheid zonder chemische sporen.

EFFICIËNTIE, DUURZAAMHEID EN KOSTENBEHEERSING

Modern vaatwassen balanceert tussen strenge hygiëne en duurzaamheid door slimme innovaties:

- **Warmteterugwinning:** Warmtewisselaars vangen stoom op om inkomend koud water voor te verwarmen. Dit bespaart fors op energiekosten en voorkomt dat de spoelkeuken verandert in een tropische sauna.
- **Gestuurde dosering:** Sensoren meten vervuiling en korfbezetting om het water- en chemieverbruik dynamisch aan te passen.
- **Gefilterd hergebruik:** Meervoudige filtratie hergebruikt het waswater meerdere keren efficiënt voordat het ververst wordt.

DE LOGISTIEKE KETEN SLUITEN: VAN VUIL NAAR SCHOON

Het proces stopt niet bij een schone vaat; herbesmetting ná het wassen is een groot risico. Een strikte fysieke scheiding tussen de vuile aanvoer en de schone uitloop is cruciaal, evenals handhygiëne bij het oversteken van die grens.

Daarnaast is snel drogen essentieel om bacteriegroei op vochtig servies te voorkomen. Dankzij de juiste spoeltemperatuur, naglansmiddel en osmosewater verdampt het vocht door de opgeslagen warmte binnen enkele seconden streeploos en droog.

WAARDERING VOOR HET HYGIËNISCHE FUNDAMENT

Als experts in de cure & care-catering weten we dat de maaltijdbeleving en de veiligheid van patiënten en bewoners beginnen bij de basis. Een prachtig bereid, voedzaam gerecht verliest al zijn waarde als het geserveerd wordt op een bord met een twijfelachtige hygiënestatus.

Het vaatwasteam is de onzichtbare held van de organisatie. Door te investeren in hun kennis, welzijn en werkomstandigheden, gecombineerd met geavanceerde vaatwastechnologie, een doordachte waterbehandeling en strakke parameters voor thermische desinfectie, creëren we een keukencultuur waarin veiligheid, efficiëntie en kwaliteit hand in hand gaan. Het is tijd dat we de spoelkeuken de eretitel geven die ze verdient: **het hygiënische schild van onze zorgcatering**.

"Het is tijd dat we de spoelkeuken de eretitel geven die ze verdient: het hygiënische schild van onze zorgcatering."

« Il est temps d'accorder à la plonge le titre honorifique qu'elle mérite : le bouclier hygiénique de la restauration dans le secteur des soins. »

EFFICACITÉ, DURABILITÉ ET MAÎTRISE DES COÛTS

Le lavage professionnel moderne de la vaisselle cherche à concilier des exigences d'hygiène strictes et les impératifs de durabilité grâce à des innovations intelligentes :

- ***Récupération de chaleur :** les échangeurs thermiques récupèrent la chaleur de la vapeur afin de préchauffer l'eau froide entrante. Cette technologie permet de réaliser d'importantes économies d'énergie tout en évitant que la plonge ne se transforme en sauna tropical.*
- ***Dosage contrôlé :** des capteurs mesurent le niveau de salissure et le remplissage des paniers afin d'adapter dynamiquement la consommation d'eau et de produits chimiques.*
- ***Réutilisation par filtration :** des systèmes de filtration à plusieurs niveaux permettent de réutiliser efficacement l'eau de lavage plusieurs fois avant son renouvellement.*

BOUCLER LA CHAÎNE LOGISTIQUE : DU SALE AU PROPRE

Le processus ne s'arrête pas à l'obtention d'une vaisselle propre : la recontamination après le lavage constitue un risque important. Une séparation physique stricte entre l'arrivée de la vaisselle sale et la sortie de la vaisselle propre est essentielle, tout comme une hygiène rigoureuse des mains lors du passage d'une zone à l'autre.

Un séchage rapide est également indispensable afin d'éviter le développement bactérien sur la vaisselle humide. Grâce à une température de rinçage adéquate, à l'utilisation d'un produit de rinçage adapté et à l'eau osmosée, l'humidité s'évapore sous l'effet de la chaleur accumulée, permettant d'obtenir en quelques secondes une vaisselle sèche et sans traces.

VALORISER LE SOCLE DE L'HYGIÈNE

En tant que professionnels de la restauration dans le secteur des soins, nous savons que l'expérience du repas et la sécurité des patients et des résidents commencent par les fondamentaux. Un plat magnifiquement préparé et équilibré sur le plan nutritionnel perd toute sa valeur s'il est servi dans une assiette dont l'hygiène peut être mise en doute.

*L'équipe de plonge est le héros invisible de l'organisation. En investissant dans ses connaissances, son bien-être et ses conditions de travail, tout en combinant ces efforts avec des technologies de lavage performantes, un traitement de l'eau bien pensé et des paramètres rigoureux de désinfection thermique, nous créons une culture de cuisine dans laquelle sécurité, efficacité et qualité vont de pair. Il est temps d'accorder à la plonge le titre honorifique qu'elle mérite : **le bouclier hygiénique de la restauration dans le secteur des soins**.*

Efficiëntie in de keuken én een scherp oog op kostenbesparing?



Bespaar tot wel 37 % op papier-verbruik

Met de **Tork Reflex™ Vel-voor-vel Centerfeed Dispenser** heb je alles binnen handbereik om slim om te gaan met tijd en middelen. **Nu ook verkrijgbaar in zwart!**

Dit slimme systeem zorgt voor **37 % minder papierverbruik** in vergelijking met traditionele dispensers. Dat betekent minder afval én lagere kosten.

Meer weten? Bezoek ons op de Horeca Expo in Gent, hal 1 – stand 1520 of check de website voor meer informatie **www.torkglobal.com/be/nl/**

Scan voor meer info

TORK®

Think ahead.

Tork, een merk van Essity

In het vorige nummer van Horeca Magazine overliepen we op welke manieren restaurants promotie kunnen voeren. Hoe pakken enkele restaurants dat concreet aan? Eén aanpak voor alle (soorten) restaurants bestaat niet. Maar misschien zijn er wel lessen te trekken uit de ervaring van collega's.

Dans le précédent numéro de Horeca Magazine, nous avons passé en revue les différentes manières dont les restaurants peuvent assurer leur promotion. Mais comment certains établissements s'y prennent-ils concrètement ? Il n'existe pas de recette unique adaptée à tous les (types de) restaurants. Les expériences de confrères peuvent néanmoins être riches d'enseignements.



KOMEN ETEN! *(2)*

Slimme marketing en gerichte samenwerkingen

À TABLE ! *(2)*

Marketing intelligent et collaborations ciblées

SOEP&ZOET

Soep&Zoet groeide de voorbije jaren uit tot een van de populairste ontbijt- en lunchrestaurants in het Waasland. **Eva Van Osselaer** begon in 2013 met een kleine zaak in een winkelstraat, in 2022 verhuisde ze naar het historische, beschermde Landhuis aan de Grote Markt van Sint-Niklaas. “Elke maand maak ik de rekensom van loonkosten, foodkosten en variabele kosten, zegt ze. En dan bekijk ik wat mogelijk is voor promotie en communicatie. Ik werk met vaste partners: we hebben professionele fotoshootings, we werken met een PR agency dat ook in het Landhuis gevestigd is en met wie we dit pand hebben gerenoveerd, en we schakelen een social media agency in. Als er geld overblijft, is drukwerk mogelijk, of extra materialen.”

Soep&Zoet is dus actief op social media met professionele foto’s, Facebook voor oudere klanten, Instagram voor de middengeneratie en TikTok voor jongeren: de drie zijn nodig, vindt Eva. “Maar zelf op alles reageren werd moeilijk. Daarom doen we een beroep op een social media agency, die de communicatie van ons overneemt.”

De zaak werkt met een boekingssysteem, en dat neemt veel praktisch werk weg. “Dat systeem heeft optionele functies, en als er budget is, sturen we via dat platform soms een bericht. Vaak kan je dat gratis testen om te zien wat de return is. In dit historische gebouw is de akoestiek niet altijd ideaal. Ik hou zelf wel van die levendigheid. Het vergaderzaaltje achter onze bar wordt nu een vast onderdeel van onze verbruikszaal; daar zitten mensen iets rustiger. Dat is nuttige informatie voor een bericht via het reserveringsplatform.”

Soep&Zoet is goed gelegen, fotogeniek én populair. “We bekijken welke influencers ons taggen en nodigen hen soms uit, maar betalen doen we niet, dat laat ons budget niet toe.”

AWARDS EN RECENSIES

Soep&Zoet werd al genomineerd voor een Trends Gazelle, al is Eva Van Osselaer niet met bekroningen bezig. “Ik ben niet zo’n netwerker, zegt ze. Ik heb de zaak en twee kinderen; mijn ···→

“We steken veel energie in onze communicatie”

« Nous consacrons beaucoup d’énergie à notre communication »


© Annick Vernimmen

SOEP&ZOET

*Ces dernières années, Soep&Zoet est devenu l’un des restaurants les plus populaires du Pays de Waes pour le petit-déjeuner et le lunch. **Eva Van Osselaer** a ouvert son premier petit établissement dans une rue commerçante en 2013. En 2022, elle a déménagé dans le Landhuis, un bâtiment historique classé situé sur la Grand-Place de Saint-Nicolas. « Chaque mois, je fais le calcul des coûts salariaux, des coûts alimentaires et des frais variables », explique-t-elle. « Ensuite, j’examine ce que nous pouvons consacrer à la promotion et à la communication. Je travaille avec des partenaires réguliers : nous organisons des shootings photo professionnels, nous collaborons avec une agence de relations publiques également installée dans le Landhuis, avec laquelle nous avons rénové le bâtiment, et nous faisons appel à une agence spécialisée dans les réseaux sociaux. S’il reste du budget, nous pouvons envisager des supports imprimés ou du matériel supplémentaire. »*

Soep&Zoet est donc actif sur les réseaux sociaux, avec des photos professionnelles. Facebook pour la clientèle plus âgée, Instagram pour les générations intermédiaires et TikTok pour les jeunes : Eva estime que les trois plateformes sont indispensables. « Mais il devenait difficile de répondre personnellement à toutes les interactions. Nous faisons donc appel à une agence spécialisée qui prend en charge notre communication sur les réseaux sociaux. »

L’établissement utilise un système de réservation qui lui épargne une bonne partie du travail administratif. « Ce système propose des fonctionnalités optionnelles et, lorsque le budget le permet, nous envoyons parfois des messages via cette plateforme. Il est souvent possible de tester gratuitement ces fonctionnalités afin d’en mesurer le retour sur investissement. Dans ce bâtiment historique, l’acoustique n’est pas toujours idéale. Personnellement, j’aime cette ambiance animée. La petite salle de réunion située derrière notre bar va désormais être intégrée de manière permanente à notre espace de restauration. Les clients pourront s’y installer dans un environnement un peu plus calme. C’est une information intéressante à communiquer via notre plateforme de réservation. »

Soep&Zoet bénéficie d’un emplacement privilégié, d’un cadre photogénique et d’une belle popularité. « Nous regardons quels influenceurs nous identifient dans leurs publications et nous les invitons parfois, mais nous ne les rémunérons pas. Notre budget ne nous le permet pas. »

PRIX ET CRITIQUES GASTRONOMIQUES

Soep&Zoet a déjà été nominé aux Trends Gazelles, même si Eva Van Osselaer ne court pas après les distinctions. « Je ne suis pas vraiment une adepte du réseautage », confie-t-elle. « Entre mon établissement et mes deux enfants, mes journées sont déjà bien remplies. Et j’ai l’impression que les établissements comme le nôtre passent souvent entre les mailles du filet lorsqu’il s’agit de nominations. L’attention se porte surtout sur les restaurants ouverts également le soir, ce qui n’est pas notre cas. Heureusement, nous bénéficions parfois d’une couverture médiatique. Jeroen Meus nous a mentionnés dans l’un de ses livres et, l’année dernière, nous avons figuré dans Sabato (le supplément du samedi du journal ···→







dagen zijn goed gevuld. En ik heb de indruk dat zaken zoals de onze tussen de mazen van het net vallen voor nominaties. Er gaat vooral aandacht naar restaurants die ook 's avonds open zijn, en dat zijn wij niet. Gelukkig worden we soms wel vermeld in media. Jeroen Meus vermeldde ons in een boek, en vorig jaar stonden we in Sabato (de zaterdagbijlage van De Tijd, red.). Wij zitten niet in Antwerpen, waar je met een concept zoals dat van ons sneller opvalt. Anderzijds zijn we hier 'het hipste van de stad'; we zijn een vaste waarde en dat bevalt me."

EVENTS EN SAMENWERKINGEN

Ook events en thema's zijn belangrijk. "Elk jaar zitten we met het vaste team samen om thema's, events en vaste 'goede dagen' te bespreken," zegt Eva. Daar zitten traditionele dingen bij, zoals Moederdag, maar ook sing-along-brunches. "Daarover communiceren we, en iedere dag zijn er klanten die hier voor het eerst zijn! We hebben een goede ligging, tussen Gent en Antwerpen en met een parkeergarage onder de markt. We steken veel energie in onze communicatie en komen ook zelf met creatieve concepten. Zoals onze Bridal Brunch, waarbij vrouwen opnieuw in hun trouwjurk konden komen brunchen. Die was in een mum van tijd uitverkocht, en kreeg veel aandacht in de pers."

Ook belangrijk zijn samenwerkingen. Door de cross-promotie geldt: 1 + 1 = 3. Voor Moederdag werkte Soep&Zoet samen met een pilatesstudio, een online-actie die rendeerde. Het kan ook live: Soep&Zoet verzorgde bijvoorbeeld een tijdelijke bar in modewinkel Pêche.

NOVA

Nova, een plek in Sint-Niklaas voor fine dining, kreeg dit jaar een Groene Michelinster. Een paar weken later maakte Michelin bekend te stoppen met die groene ster, om plaats te maken voor een nieuw initiatief rond duurzaamheid en de toekomst van de gastronomie. De plaat met de groene ster prijkt wel op de gevel van Nova, en daar zijn **Guy De Jonghe** (keuken) en **Tineke Maerevoet** (zaal) best trots op. In 2005 startte het koppel in de horeca, eerst met **Gibon's** en **Manoir** (en enkele zijprojecten), om in ···→

De Tijd, NDLR). Nous ne sommes pas à Anvers, où un concept comme le nôtre attirerait plus rapidement l'attention. En revanche, ici, nous sommes considérés comme l'adresse la plus branchée de la ville. Nous sommes devenus une valeur sûre, et cela me convient parfaitement. »

ÉVÉNEMENTS ET COLLABORATIONS

Les événements et les thématiques jouent également un rôle important. « Chaque année, nous réunissons notre équipe permanente pour discuter des thèmes, des événements et des temps forts récurrents », explique Eva. Parmi ceux-ci figurent des rendez-vous traditionnels, comme la fête des Mères, mais aussi des brunchs participatifs où les clients chantent ensemble. « Nous communiquons autour de ces événements et, chaque jour, nous accueillons des clients qui découvrent notre établissement pour la première fois ! Nous bénéficions d'une situation idéale, entre Gand et Anvers, avec un parking souterrain sous la Grand-Place. Nous consacrons beaucoup d'énergie à notre communication et imaginons également nos propres concepts créatifs. Comme notre Bridal Brunch, qui invitait les femmes à venir bruncher en portant à nouveau leur robe de mariée. L'événement a affiché complet en un rien de temps et a bénéficié d'une importante couverture médiatique. »

Les collaborations sont tout aussi essentielles. Grâce à la promotion croisée, 1 + 1 = 3. À l'occasion de la fête des Mères, Soep&Zoet s'est associé à un studio de Pilates pour une action en ligne qui a porté ses fruits. Ces collaborations peuvent aussi prendre forme sur le terrain : Soep&Zoet a notamment installé un bar éphémère dans la boutique de mode Pêche.

NOVA

*Nova, une adresse gastronomique de Saint-Nicolas, a décroché cette année une Étoile Verte Michelin. Quelques semaines plus tard, Michelin annonçait la suppression de cette distinction, appelée à céder la place à une nouvelle initiative consacrée à la durabilité et à l'avenir de la gastronomie. La plaque ornée de l'Étoile Verte trône néanmoins sur la façade de Nova, à la grande fierté de **Guy De Jonghe** (en cuisine) et de **Tineke Maerevoet** (en salle). Le couple s'est lancé dans l'Horeca en 2005, d'abord avec **Gibon's** et **Manoir** (ainsi que quelques projets ···→*

QUALITÉ

QUALITY

QUALITÄT

KWALITEIT



www.gerolsteiner.be

2014 te evolueren naar fine dining onder de naam Nova. Na de coronaperiode verhuisde de zaak van een pand op de Grote Markt naar de Collegestraat. Nova is beperkt open en dat is een bewuste zet. “Het vaste team, dat zijn wij twee,” zegt Tineke. Een kleiner team, met minder couverts, kan schokken (zoals corona) beter opvangen. “We zijn beter gewapend, al houdt dat groei misschien tegen,” zegt Guy. “Maar we bekijken het nu anders. Niet meer op dag- of maandbasis, maar op jaarbasis: zijn we op jaarbasis rendabel?”

SOCIAL FIRST

De marketing en communicatie van Nova evolueerde. Van de geschreven pers ging het naar sociale netwerken – Facebook en Instagram. “In het begin werkten we met een bureau, maar die hadden het soms lastig om de identiteit van onze zaak te begrijpen en weer te geven,” zegt Guy. “We doen dat nu zelf, met de hulp van een fotograaf. We gebruiken dezelfde inhoud op Facebook en Instagram, al weten we dat Facebook voor een iets ouder publiek is. En we hebben een reserveringsplatform dat we ook gebruiken voor mailings.”

Een vaste frequentie voor posts en nieuwsbrieven is er niet; veel hangt af van feestdagen, thema-avonden of events. “Als je het zelf doet, kan je er niet constant mee bezig zijn; enkele keren per week verschijnt er iets. De nieuwsbrief is er ongeveer één keer per maand.” Jaarlijks kost dat alles ongeveer 10.000 euro. “Wij adverteren soms op sociale media. De inhoud van je post moet goed zijn om gezien te worden; een duwtje in de rug doet het aantal views sneller groeien. Je moet opvallen in een tijd waar bekende mensen met financiële power alle aandacht voor nieuwe horecaprojecten naar zich toetrekken.” ···→

parallèles), avant de faire évoluer son activité vers la gastronomie en 2014, sous le nom de Nova. Après la pandémie, le restaurant a quitté la Grand-Place pour s’installer dans la Collegestraat. Nova propose des horaires d’ouverture limités, un choix parfaitement assumé. « L’équipe permanente, c’est nous deux », explique Tineke. Une structure plus légère, avec moins de couverts, permet de mieux absorber les crises, comme celle du coronavirus. « Nous sommes mieux armés, même si cela freine peut-être notre croissance », reconnaît Guy. « Mais nous envisageons désormais les choses différemment. Nous ne raisonnons plus à la journée ou au mois, mais à l’année : sommes-nous rentables sur l’ensemble de l’exercice ? »

PRIORITÉ AUX RÉSEAUX SOCIAUX

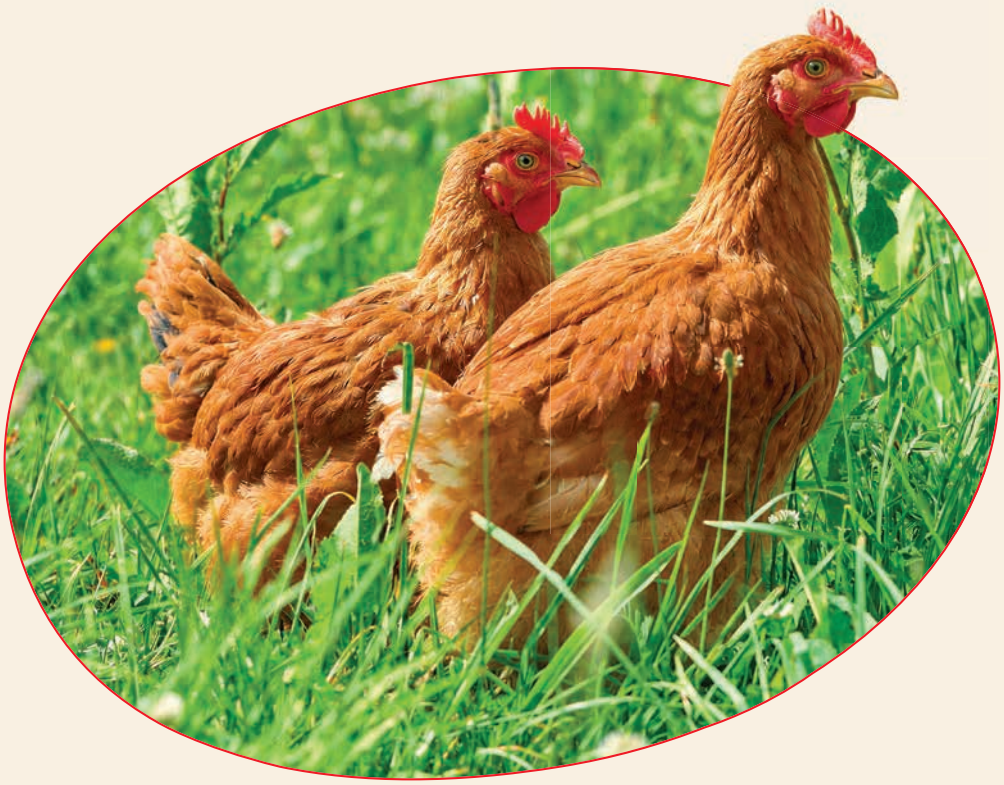
Le marketing et la communication de Nova ont évolué. La presse écrite a progressivement cédé la place aux réseaux sociaux, principalement Facebook et Instagram. « Au début, nous travaillions avec une agence, mais celle-ci avait parfois du mal à comprendre et à retranscrire l’identité de notre établissement », explique Guy. « Aujourd’hui, nous nous en chargeons nous-mêmes, avec l’aide d’un photographe. Nous utilisons les mêmes contenus sur Facebook et Instagram, même si nous savons que Facebook touche un public un peu plus âgé. Nous disposons également d’une plateforme de réservation que nous utilisons pour nos mailings. »

Il n’y a pas de fréquence fixe pour les publications et les newsletters. Tout dépend notamment des fêtes, des soirées à thème et des événements. « Quand on gère cela soi-même, on ne peut pas y consacrer tout son temps. Nous publions quelques fois par semaine et envoyons une newsletter environ une fois par mois. » L’ensemble représente un budget annuel d’environ 10.000 euros. « Nous faisons parfois de la publicité sur les réseaux sociaux. Le contenu ···→



GOÛTEZ À LA QUALITÉ EUROPÉENNE

Nos poulets ne manquent pas d'label Rouge mais ils sont bien élevés.



ÉLEVAGE FERMIER EN PLEIN AIR

GARANT DU BIEN-ÊTRE ANIMAL

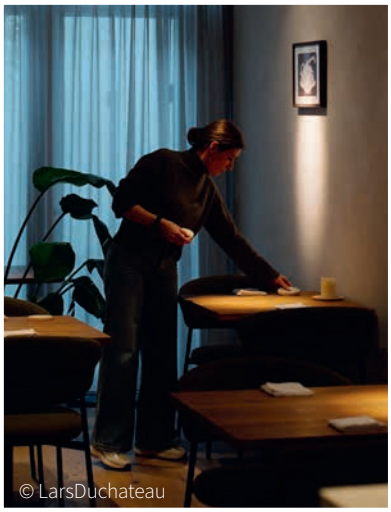
Jusqu'à 300 g de viande rouge par semaine. Limiter la consommation de viande transformée à 30 g par semaine.
Limiter la consommation de viande rouge, en particulier de viande transformée. La viande rouge peut être remplacée par des légumineuses, du poisson, des œufs ou de la volaille. Remplacer les charcuteries par des conserves de poisson, de légumineuses ou de légumes, des fruits ou du fromage frais.

Cofinancé par l'Union européenne

FINANCÉ PAR L'UNION EUROPÉENNE. CEPENDANT, LES POSITIONS ET OPINIONS EXPRIMÉES APPARTIENNENT AUX AUTEURS ET NE REFLÈTENT PAS NÉCESSAIREMENT CELLES DE L'UNION EUROPÉENNE OU DE FRANCEAGRIMER. NI L'UNION EUROPÉENNE NI L'AUTORITÉ CHARGÉE DE L'OCTROI NE SAURAIENT EN ÊTRE TENUES POUR RESPONSABLES.

ENJOY IT'S FROM EUROPE


© LarsDuchateau


© LarsDuchateau

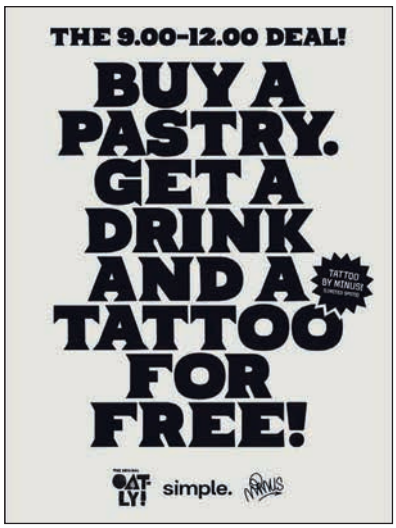
AWARDS EN EVENTS

Een gewone post haalt doorgaans tien- tot twintigduizend views, de post over de Groene Michelinster haalde 132.000 views. Nova is ook opgenomen bij Gault & Millau en 360° Eat Guide. “Awards en eetgidsen, dat is goedkope marketing. Een award is persoonlijk leuk om te krijgen, maar heeft vooral een marketingdoel. We hebben ook goede contacten met lokale journalisten.”

Nova wijkt geregeld af van het menuconcept: pizzaweek, à la carte-zomer, aangepast menu tijdens de Vredesfeesten: events die goed worden aangekondigd. Afgelopen zomer was er een korteketenevent op de Grote Markt voor 70 mensen. “Voor vaste én nieuwe klanten,” zegt Guy. “Wij pakten uit met onze korte keten, wij hebben een duurzame connectie met onze leveranciers.” En Guy en Tineke houden van goede samenwerking. Op hun site staan overnachtingsmogelijkheden (een B&B en twee hotels) en omgekeerd verwijzen die naar Nova als mogelijke eetplek. Een mooie win-win!

CROSS-PROMOTIE

Ook leveranciers zien voordelen in belevingsmarketing, atypische partnerships en community building. **Oatly** versterkt de coffee shop culture via pop-ups en partnerships. Een mooi voorbeeld was het event **The Minus Breakfast** bij **Simple** (Schaarbeek). Geen standaard sociale media-ads, wel de bundeling van een lokale koffie/bakkerijzaak (Simple), een lokale tattoo artist (Minus) én het merk Oatly. Bezoekers kregen bij aankoop van een pastry niet alleen een gratis vanilla iced cold foam latte, maar ook een unieke tattoo. Bezoekers deelden dit op hun socials, wat zorgde voor een enorme boost in online bereik. Het was ook een fysieke activatie die tot een rij voor de deur zorgde. Het toont aan hoe horeca-eigenaars niet alles alleen hoeven te doen of een gigantisch bureau-budget nodig hebben. Door slim samen te werken met merken en lokale creatievelingen ontstaat een win-win op het snijvlak van PR, events en merkbeleving.



d’une publication doit être de qualité pour être vu, mais un petit coup de pouce publicitaire permet d’augmenter plus rapidement le nombre de vues. Il faut parvenir à se démarquer à une époque où des personnalités connues, disposant d’importants moyens financiers, monopolisent l’attention autour de leurs nouveaux projets Horeca. »

DISTINCTIONS ET ÉVÉNEMENTS

Une publication classique génère généralement entre 10.000 et 20.000 vues. Celle consacrée à l’Étoile Verte Michelin en a atteint 132.000. Nova figure également dans les guides Gault&Millau et 360° Eat Guide. « Les distinctions et les guides gastronomiques constituent une forme de marketing peu coûteuse. Recevoir un prix est évidemment une satisfaction personnelle, mais cela répond surtout à un objectif marketing. Nous entretenons également de bonnes relations avec les journalistes locaux. »

Nova s’écarte régulièrement de son concept de menu habituel : semaine de la pizza, été à la carte, menu adapté pendant les Vredesfeesten (Fêtes de la Paix)… Autant d’événements qui font l’objet d’une communication soignée. L’été dernier, un événement consacré aux circuits courts a été organisé sur la Grand-Place pour 70 personnes. « Il s’adressait aussi bien à nos clients fidèles qu’à de nouveaux visiteurs », précise Guy. « Nous avons mis en avant notre engagement en faveur des circuits courts et les relations durables que nous entretenons avec nos fournisseurs. » Guy et Tineke accordent également beaucoup d’importance aux collaborations. Leur site internet présente plusieurs possibilités d’hébergement à proximité (un B&B et deux hôtels), tandis que ces établissements recommandent à leur tour Nova comme adresse gastronomique. Un bel exemple de partenariat gagnant-gagnant !

PROMOTION CROISÉE

*Les fournisseurs perçoivent eux aussi les avantages du marketing expérientiel, des partenariats atypiques et de la création de communautés. **Oatly** renforce ainsi la coffee shop culture à travers des pop-ups et des partenariats. L’événement **The Minus Breakfast**, organisé chez **Simple** à Schaerbeek, en est un bel exemple. Plutôt que de miser sur des publicités classiques sur les réseaux sociaux, l’initiative réunissait un établissement local spécialisé dans le café et la boulangerie-pâtisserie (Simple), un tatoueur local (Minus) et la marque Oatly. Pour l’achat d’une pâtisserie, les visiteurs recevaient non seulement un vanilla iced cold foam latte gratuit, mais aussi un tatouage unique. Les participants ont partagé leur expérience sur leurs réseaux sociaux, générant ainsi une formidable augmentation de la visibilité en ligne. L’opération a également rencontré un véritable succès sur le terrain, avec une file d’attente devant l’établissement. Cette initiative démontre que les exploitants Horeca ne doivent pas nécessairement tout faire eux-mêmes ni disposer d’un budget colossal pour faire appel à une agence. En collaborant intelligemment avec des marques et des créateurs locaux, ils peuvent créer des synergies gagnant-gagnant, à la croisée des relations publiques, de l’événementiel et de l’expérience de marque.*

nieuw: Lattiz®
haverschuim!



vraag een
gratis sample
aan.

de makkelijke manier om
haverschuim te serveren.

[Danny Verheyden — photos : ©COLOMAplus]



NorthSeaChefs leren leerlingen koken met bijvangst en duurzame Noordzeevis

Les NorthSeaChefs initient les élèves à la cuisine des prises accessoires et des poissons durables de la mer du Nord

Hotelschool "Huis van Gastronomie COLOMAplus" organiseerde onlangs een reeks workshops over het fileren en bereiden van vissen van bij ons, de zogeheten 'bijvangst', en dit in samenwerking met NorthSeaChefs en VLAM. Deze workshops zijn bedoeld om leerlingen van het 6de jaar Horeca, Restaurant en keuken, Grootkeuken en Catering en van het 7de jaar Kok kennis te laten maken met minder bekende vissoorten, hen verschillende bereidingstechnieken aan te leren en aan de slag te laten gaan in een wedstrijd met een culinaire mysterybox-uitdaging.

De workshop combineert productkennis, vaktechnieken en creativiteit. De leerlingen leren verschillende Noordzeevissoorten fileren en verwerken, maken kennis met innovatieve bereidingstechnieken en worden door ervaren North Sea Chefs begeleid bij het creëren van een eigen uniek visgerecht. De workshop wordt afgesloten met een kookwedstrijd waarbij de leerlingen in teams een gerecht creëren rond een toegewezen vissoort. Een vakjury beoordeelt de gerechten op smaak, presentatie, techniek en creativiteit.

L'école hôtelière « Huis van Gastronomie COLOMAplus » a récemment organisé, en collaboration avec les NorthSeaChefs et le VLAM, une série d'ateliers consacrés au filetage et à la préparation de poissons de chez nous, notamment les espèces issues des prises accessoires. Ces ateliers avaient pour objectif de faire découvrir aux élèves de 6e année des sections Horeca, Restaurant et Cuisine, Cuisine de collectivité et Catering, ainsi qu'aux élèves de 7e année Cuisine, des espèces de poissons moins connues, de leur enseigner différentes techniques de préparation et de les mettre au défi lors d'un concours culinaire autour d'une « mystery box ».

Ces ateliers allient connaissance des produits, techniques professionnelles et créativité. Les élèves apprennent à lever les filets de différentes espèces de poissons de la mer du Nord et à les travailler, découvrent des techniques de préparation innovantes et bénéficient de l'accompagnement de chefs expérimentés des NorthSeaChefs pour créer leur propre plat de poisson original. Chaque atelier se clôture par un concours culinaire au cours duquel les élèves, répartis en équipes, doivent imaginer un plat à partir d'une espèce de poisson qui leur est

Met dit initiatief willen **NorthSeaChefs** en **VLAM** jonge horecaprofessionals stimuleren om vaker te kiezen voor lokale en minder bekende vissoorten. Zo maken zij kennis met het brede aanbod van onze Noordzee en de mogelijkheden ervan in een hedendaagse keuken.

“Hoe maak je toekomstige chefs warm voor minder bekende vissoorten van bij ons? Door hen er zelf mee aan de slag te laten gaan”, aldus **Marc De Backer** van VLAM.

De organisatie zet samen met NorthSeaChefs in op het vertrouwd maken van toekomstige chefs met lokale Noordzeevis. De workshops zijn dan ook een mooie gelegenheid waar topchefs de chefs in spe van morgen inspireren met kook- en bereidingstechnieken voor rechtstreeks door onze vissers aangebrachte vis.

“De samenwerking met de NorthSeaChefs geeft jonge chefs een waardevolle kans om bij te leren over duurzame visvangst en de impact van hun culinaire keuzes op het milieu”, aldus nog Marc De Backer.

De NorthSeaChefs, geleid door **Filip Claeys** (De Jonkman**) en **Rudi Van Beylen** (Hof Ten Damme), is een vereniging van gepassioneerde chefs die zich inzetten voor de promotie en verduurzaming van de Belgische visserij. Hun focus ligt op het populairder maken van minder bekende of onbeminde vissen; daarbij stimuleren ze ook het gebruik van de bijvangst.

“Deze workshops sluiten perfect aan bij onze visie op eigentijds horecaonderwijs, aldus **An Wyckmans**, directeur **COLOMAplus**. De leerlingen leren niet alleen technieken, maar krijgen ook inzicht in duurzaamheid, productkennis en respect voor lokale ingrediënten. Dat zijn competenties die de horecasector vandaag én morgen nodig heeft”.

“Het grote voordeel van deze dag is dat onze leerlingen rechtstreeks leren van topchefs uit het werkveld, vult technisch directeur **Geoffry Fonteyn** aan. Ze zien nieuwe technieken, ontdekken onbekende producten en worden uitgedaagd om creatief te denken. Die combinatie van vakmanschap en innovatie maakt een blijvende indruk”.

Tijdens de workshop dienden alle leerlingen platvis en rondvis te fileren, alsook inktvis en hondshaai schoon te maken. Verschillende NorthSeachefs gaven ook duiding bij het bakken van vis in de pan, het konfijten en pocheren in boter, de ideale manier om coquilles klaar te maken, het bereiden van ceviche alsook bij de techniek van koud roken en marineren. Nadien volgde een ···→

attribuée. Un jury de professionnels évalue les réalisations sur la base du goût, de la présentation, de la maîtrise technique et de la créativité.

*À travers cette initiative, les **NorthSeaChefs** et le **VLAM** souhaitent encourager les futurs professionnels de l’Horeca à privilégier davantage les espèces de poissons locales et moins connues. Les jeunes découvrent ainsi toute la richesse des ressources halieutiques de notre mer du Nord et les possibilités qu’elles offrent dans une cuisine contemporaine.*

*« Comment susciter l’intérêt des futurs chefs pour les espèces de poissons moins connues de chez nous ? Tout simplement en leur donnant l’occasion de les travailler eux-mêmes », explique **Marc De Backer**, du VLAM.*

En collaboration avec les NorthSeaChefs, l’organisation entend familiariser les futurs chefs avec les poissons locaux de la mer du Nord. Ces ateliers constituent donc une belle occasion pour des chefs de renom d’inspirer les talents culinaires de demain en leur transmettant des techniques de cuisson et de préparation adaptées aux poissons directement débarqués par nos pêcheurs.

« La collaboration avec les NorthSeaChefs offre aux jeunes chefs une occasion précieuse d’en apprendre davantage sur la pêche durable et sur l’impact environnemental de leurs choix culinaires », ajoute Marc De Backer.

*Les NorthSeaChefs, emmenés par **Filip Claeys** (De Jonkman**) et **Rudi Van Beylen** (Hof Ten Damme), forment une association de chefs passionnés qui œuvrent à la promotion et à la durabilité de la pêche belge. Leur objectif est de valoriser les espèces de poissons moins connues ou peu appréciées, tout en encourageant l’utilisation des prises accessoires.*

*« Ces ateliers s’inscrivent parfaitement dans notre vision d’un enseignement hôtelier moderne », souligne **An Wyckmans**, directrice de **COLOMAplus**. « Les élèves n’y apprennent pas uniquement des techniques culinaires : ils développent également leur connaissance des produits, leur sensibilité à la durabilité et leur respect des ingrédients locaux. Autant de compétences dont le secteur de l’Horeca a besoin aujourd’hui et aura encore besoin demain. »*

*« Le grand avantage de cette journée est que nos élèves apprennent directement auprès de grands chefs issus du terrain », complète **Geoffry Fonteyn**, directeur technique. « Ils découvrent de nouvelles techniques, se familiarisent avec des produits méconnus et sont encouragés à faire preuve de créativité. Cette combinaison de savoir-faire et d’innovation laisse une impression durable. »*



Au cours de l’atelier, tous les élèves ont dû lever les filets de poissons plats et de poissons ronds, mais aussi nettoyer des calamars et des petites roussettes. Plusieurs NorthSeaChefs leur ont également expliqué les subtilités de la cuisson du poisson à la poêle, du confisage et du pochage au beurre, la manière idéale de préparer les noix de Saint-Jacques, la réalisation d’un ceviche ainsi que les techniques de fumage à froid et de marinade. Une compétition culinaire ludique par équipes a ensuite été organisée. Les participants disposaient d’une heure et demie pour préparer un plat de poisson destiné à six à huit personnes, avant de soumettre leur réalisation à un jury de dégustation. ···→

ludieke kookwedstrijd in teams, waarbij men een visgerecht voor 6 à 8 personen diende te bereiden op anderhalf uur tijd, waarna een beoordeling volgde vanuit een “proefjury”.

Filip Claeys, medeoprichter en voorzitter van de NorthSeaChefs en al 13 jaar bekroond met twee Michelinsterren voor zijn restaurant De Jonkman in Brugge, blikt alvast tevreden terug op het event bij COLOMAplus.

“Het is het derde jaar dat we dergelijke workshops organiseren, zo stelt hij. De eerste keer 10 jaar geleden in Hotelschool Ter Duinen in Koksijde, en ook al eens in de Hotelschool van Namen. Wij komen, op vrijwillige basis, met een deel van onze NorthSeaChefs (in Mechelen waren er dat deze keer 13, in totaal zijn er zo’n 120 leden) naar de hotelscholen om de leerlingen onder te dompelen in onze viswereld, en om ze bij te brengen hoe de visserij in mekaar zit.

’s Ochtends om 4 uur ben ik, in functie van de workshop bij COLOMAplus, een uitgebreide variatie van verse Noordzeevis gaan oppikken in de vismijn van Zeebrugge. In eerste instantie geven we de leerlingen een stukje theorie mee, gevolgd door een aantal praktische tools zoals het fileren en kuisen van vis. Daarna leren ze een tiental kooktechnieken aan via een doorschuifsysteem.

Ik ben er zeker van dat de leerlingen dit meenemen in hun latere carrière. Het beste voorbeeld is één van onze huidige leden, die 10 jaar geleden deelnam aan onze allereerste workshop, nadien een eigen restaurant is begonnen en nu zelf les komt geven. Tijdens de workshops komen er ook veel leraars vragen of ze kunnen toetreden tot onze vereniging; zo zie je maar”..

···→

Filip Claeys, cofondateur et président des NorthSeaChefs, dont le restaurant De Jonkman à Bruges arbore deux étoiles Michelin depuis 13 ans, dresse un bilan particulièrement positif de cet événement organisé à COLOMAplus.

« C’est la troisième année que nous organisons ce type d’ateliers », explique-t-il. « La première édition remonte à dix ans, à l’école hôtelière Ter Duinen de Coxyde, et nous avons également organisé une édition à l’école hôtelière de Namur. Nous nous rendons bénévolement dans les écoles hôtelières avec une partie de nos NorthSeaChefs — cette fois, nous étions 13 à Malines, sur un total d’environ 120 membres — afin de plonger les élèves dans l’univers du poisson et de leur expliquer le fonctionnement du secteur de la pêche.

Le matin de l’atelier organisé à COLOMAplus, je suis allé chercher, dès 4 heures, un large assortiment de poissons frais de la mer du Nord à la criée de Zeebruges. Nous commençons par transmettre aux élèves quelques notions théoriques, avant de passer à des exercices pratiques comme le filetage et le nettoyage des poissons. Ils découvrent ensuite une dizaine de techniques culinaires grâce à un système de rotation entre différents postes.

Je suis convaincu que les élèves garderont ces enseignements tout au long de leur carrière. Le meilleur exemple est celui de l’un de nos membres actuels, qui avait participé à notre tout premier atelier il y a dix ans. Depuis, il a ouvert son propre restaurant et revient aujourd’hui transmettre à son tour son savoir aux élèves. Pendant les ateliers, de nombreux enseignants viennent également nous demander comment rejoindre notre association. C’est dire l’intérêt que suscite notre démarche ! »

···→



Het winnende team (Kenzo De Keyser en Senne De Bondt, beiden van 7KOK) geflankeerd door Filip Claeys.

L’équipe gagnante (Kenzo De Keyser et Senne De Bondt, tous deux de 7KOK) aux côtés de Filip Claeys.



Het winnend gerecht is een sous-vide gegaarde pieterman, met crème van butternut, in hoeveboter gebakken oesterzwammen, gerookte paprika in salieolie en beurre blanc.

Le plat gagnant est une vive préparée sous vide, accompagnée d’une crème de potiron, de pleurotes sautés au beurre fermier, de poivrons fumés à l’huile de sauge et d’un beurre blanc.

SUBLIMEZ VOS CAFÉS
MAAK UW KOFFIE COMPLEET
AVEC / MET







PRODUCTS	UNITS PER BOX	WEIGHT PER PIECE	EAN CODE
Côte d'Or Mignonnette Milk 3 kg			
	300	10 g	7622201100025
Côte d'Or Mignonnette Noir de Noir 3 kg			
	300	10 g	7622201100018
Côte d'Or Horeca Mix 3 kg			
	300	10 g	7622202215445
Côte d'Or Mignonnette Milk 1,2 kg			
	120	10 g	7622200007806
Côte d'Or Mignonnette Noir de Noir 1,2 kg			
	120	10 g	7622200007790
Côte d'Or Mini Bouchée Milk 1 kg			
	106	± 9,5 g	7622210229502
Côte d'Or Chokotoff Classic 2,5 kg			
	255	10 g	5410081210154
Milka Favourites 1 kg			
	108	± 9 g	7622202046407
Milka Naps 1,7 kg			
	355	± 5 g	7622300334994
Tiny Toblerone 4 kg			
	500	8 g	7622210421852

Emballages spécifiques à l'horeca à un prix horeca. Renseignez-vous sur les promotions chez votre grossiste Horeca. / Speciale horecaverpakkingen aan een horecaprijs. Informeer naar de promoties bij uw horeca grossier.

E.R./V.U.: D. Van Dieren, Mondelez Belgium bv, Stationsstraat 100, 2800 Mechelen.

Hoe worden de leerlingen die willen deelnemen aan de workshops en de ludieke kookwedstrijd geselecteerd?

"De hotelscholen hebben hierin vrije keuze, maar we vragen wel dat de leerlingen al een kleine voorkennis hebben over bv. het fileren van vis. Het is immers een geavanceerde workshop. Doorgaans worden de zesde- en de zevendejaars samengevoegd".

Hoe evolueert de mentaliteit bij de leerlingen anno 2026?

"Leerlingen zijn, tegenover vroeger, beslist mondiger geworden, en blijven ook, in veel gevallen toch, leergierig. Het kunnen prikkelen van leerlingen geeft mij alvast de nodige voldoening en energie".

Jullie doen dit allemaal op vrijwillige basis?

"Het a-commerciële aspect van de NorthSeaChefs is onze sterkte en tegelijkertijd ook een uitdaging. Iedere chef gaat hier inderdaad vrijwillig mee aan de slag. Voor mijzelf is het ook steeds een nobel doel geweest, een soort uit de hand gelopen idealisme, eentje waarvoor ik wil vechten ook. Ik vind dat je als chef nu eenmaal verplicht bent om je kennis door te geven, ook al zit er geen verdienmodel achter. Ik snap niet dat andere chefs niet hetzelfde doen. Vergelijk het met de manier waarop Hendrik Dierendonck en Luc De Laet zich geprofileerd hebben als pioniers van het vlees. Ook in de horeca hebben we meer van dergelijke profielen nodig. We planten hier immers zaadjes voor later, en ik ben er zeker van dat we hier binnen de 10 jaar ook de vruchten van gaan plukken. We mogen alvast fier zijn op wat we reeds bereikt hebben".

Zit Noordzeevis terug in de lift?

"De consument begint alleszins te begrijpen dat onze Noordzee veel meer vissoorten bevat dan de traditionele vissoorten waar men decennialang op geteerd heeft, zoals tong, kabeljauw enz. In totaal zijn er immers een 50tal vissoorten in de Noordzee waarover we volgens het seizoen kunnen beschikken, maar als chef moet je er natuurlijk mee willen werken… Eigenlijk creëren wij, als NorthSeaChefs, een vraag, zodat er een mooier aanbod ontstaat".

Comment sont sélectionnés les élèves qui souhaitent participer aux ateliers et au concours culinaire ?

« Les écoles hôtelières sont libres de choisir leurs participants, mais nous demandons que les élèves possèdent déjà quelques connaissances de base, notamment en matière de filetage du poisson. Il s'agit en effet d'un atelier de niveau avancé. Généralement, les élèves de sixième et de septième année sont regroupés. »

Comment la mentalité des élèves a-t-elle évolué en 2026 ?

« Par rapport à autrefois, les élèves osent incontestablement davantage s'exprimer et, dans de nombreux cas, ils conservent une réelle soif d'apprendre. Réussir à éveiller leur curiosité et à stimuler leur intérêt me procure énormément de satisfaction et d'énergie. »

Vous réalisez tout ce travail bénévolement ?

« Le caractère non commercial des NorthSeaChefs constitue à la fois notre force et un défi. Chaque chef s'engage effectivement sur une base volontaire. Pour ma part, cela a toujours été une noble cause, une forme d'idéalisme qui a pris de l'ampleur et pour laquelle je suis prêt à me battre. Je considère qu'en tant que chef, nous avons le devoir de transmettre nos connaissances, même lorsqu'il n'existe aucun modèle économique derrière cette démarche. Je ne comprends d'ailleurs pas pourquoi davantage de chefs ne font pas de même.

On peut comparer notre démarche à la manière dont Hendrik Dierendonck et Luc De Laet se sont positionnés comme pionniers dans l'univers de la viande. Le secteur de l'Horeca a besoin de davantage de personnalités de ce type. Nous semons aujourd'hui des graines pour l'avenir et je suis convaincu que nous en récolterons les fruits d'ici dix ans. Nous pouvons déjà être fiers du chemin parcouru. »

Les poissons de la mer du Nord connaissent-ils un regain d'intérêt ?

« Les consommateurs commencent en tout cas à comprendre que notre mer du Nord abrite bien davantage d'espèces que les poissons traditionnels sur lesquels on s'est concentré pendant des décennies, comme la sole ou le cabillaud. On y trouve





Natuurlijk: er is het klimaatgegeven waar we niet langer aan voorbij kunnen gaan. We kenden een hete zomer, maar in het water was het nog veel “erger”. Door de opwarming van het klimaat trekken de koudwatervissen ook veel meer naar het noorden, terwijl vissoorten die je vooral in het zuiden van Europa vindt, thans naar onze contreien beginnen te “verhuizen”.

Hoe wil u de NorthSeaChefs verder zien evolueren?

“We betrekken Wallonië er meer bij, waar we al een tiental leden tellen en waar er nog veel potentieel aanwezig is. Zo wordt NorthSeaChefs een echt nationaal initiatief. Onze 8 workshops per jaar zijn en blijven onze voornaamste activiteit. Deze komen mede tot stand dankzij VLAM. Op 7 december houden we nog een laatste workshop van het jaar in COOVI in Anderlecht. In samenwerking met VLAM gaan we vanaf volgend jaar ook een charter oprichten. Noorzeevis moet het ganse jaar door op de radar blijven.”

Wie kennis wil maken met de NorthSeaChefs, kan tijdens Horeca Expo langslopen op de stand van Bossuyt Keukens, waar steeds een chef van de vereniging aanwezig is.

Voor meer info, surf naar **www.northseachefs.be**

en effet une cinquantaine d’espèces de poissons disponibles au fil des saisons. Encore faut-il que les chefs aient envie de les travailler… En réalité, notre rôle, en tant que NorthSeaChefs, consiste à stimuler la demande afin de favoriser le développement d’une offre plus diversifiée.

Bien entendu, nous ne pouvons plus ignorer la question climatique. Nous avons connu un été particulièrement chaud, mais la situation était encore plus préoccupante dans l’eau. Sous l’effet du réchauffement climatique, les poissons d’eaux froides migrent de plus en plus vers le nord, tandis que des espèces habituellement présentes dans le sud de l’Europe commencent à s’installer dans nos eaux. »

Comment souhaitez-vous voir évoluer les NorthSeaChefs à l’avenir ?

« Nous souhaitons impliquer davantage la Wallonie, où nous comptons déjà une dizaine de membres et où le potentiel de développement reste important. Les NorthSeaChefs deviendront ainsi une véritable initiative nationale. Nos huit ateliers annuels constituent et resteront notre activité principale. Ils sont notamment rendus possibles grâce au soutien du VLAM. Le 7 décembre, nous organiserons notre dernier atelier de l’année au COOVI, à Anderlecht. En collaboration avec le VLAM, nous allons également mettre en place une charte à partir de l’année prochaine. Les poissons de la mer du Nord doivent rester à l’honneur tout au long de l’année. »

Les professionnels souhaitant découvrir les NorthSeaChefs pourront rencontrer l’association lors d’Horeca Expo, sur le stand de Bossuyt Keukens, où l’un de ses chefs sera toujours présent.

Pour plus d’informations :
www.northseachefs.be



© Nadine Reulings



Soumia Chouaf

Het roer omgooien en gastvrijheid heruitvinden

Changer de vie, repenser l'hospitalité

Een comfortabele carrière achter zich laten om zich in de wereld van de topgastronomie te storten: het is de gedurfde keuze die Soumia Chouaf maakt wanneer ze besluit om samen te werken met tweesterrenchef Ralf Berendsen. Wat begint als een helpende hand, groeit uit tot een heus ondernemersavontuur. Vastberaden en met een uitgesproken menselijke visie op gastvrijheid baant ze zich een eigen weg. Enkele dagen na ons gesprek krijgt hun nieuwe restaurant SUIS, in Schin op Geul, meteen twee sterren in de Michelingids. Het inspirerende verhaal van een vrouw die haar intuïtie durfde te volgen.

Quitter une carrière confortable pour se lancer dans la haute gastronomie : c'est le pari audacieux de Soumia Chouaf lorsqu'elle décide de rejoindre le chef doublement étoilé Ralf Berendsen. D'un simple coup de main à une véritable aventure entrepreneuriale, elle trace son chemin avec détermination et une vision profondément humaine de l'hospitalité. Quelques jours après notre rencontre, leur nouveau restaurant SUIS, à Schin op Geul dans le Limbourg, décroche d'emblée deux étoiles au Guide Michelin. Retour sur le parcours inspirant d'une femme qui a osé suivre son intuition.

Voor de gastronomie was er eerst een andere professionele carrière. Hoe zag uw parcours eruit?

Ik heb management gestudeerd en altijd commerciële functies uitgeoefend. Ik begon als interne salesmedewerker en ging daarna de baan op. Vervolgens kwam ik terecht bij Hanos, een bekende Nederlandse groothandel die zich richt op de hogere horeca en de hotelsector. Aanvankelijk was ik verantwoordelijk voor de regio Brussel en binnen drie jaar groeide ik door tot commercieel directeur voor heel België, met een team van veertien medewerkers. Via die job heb ik trouwens Ralf leren kennen.

Maar de horeca maakte al deel uit van uw familiegeschiedenis...

Ja. Mijn vader was restauranthouder en ik kom uit een familie van horecaondernemers. Mijn ooms openden een van de eerste Marokkaanse restaurants in Elsene. Mijn vader werkte ook in het **Grand Café**, vlak bij de Beurs in Brussel.

Ik had zelf graag carrière gemaakt in de horeca, maar dertig jaar geleden werd dat voor een vrouw niet echt aangemoedigd. Een koksopleiding volgen of in de horeca werken, werd toen vaak gezien als een teken dat je niet had willen studeren. Daarom koos ik voor een andere richting, maar die passie is nooit verdwenen.

U leert Ralf Berendsen kennen via uw werk. Op een dag kampt zijn restaurant met een personeelstekort en besluit u een handje te helpen...

Ik had totaal onderschat wat dat zou betekenen! Ik dacht: 'Ik ga gewoon wat helpen, zoals ik dat vroeger in het weekend in het restaurant van mijn vader deed. Ik ken de horeca, dat komt wel goed.' Maar zo eenvoudig bleek het helemaal niet.

In de eerste week nam iedereen ontslag. Wat mij gered heeft, is mijn doorzettingsvermogen. Ik zei tegen mezelf: dit gaat me lukken. Iemand anders had het misschien opgegeven. ···→



Avant la gastronomie, vous avez eu une première vie professionnelle. Quel est votre parcours ?

J'ai étudié le management et j'ai toujours occupé des fonctions commerciales. J'ai commencé comme commerciale interne, puis externe. Ensuite, je suis entrée chez Hanos, une société néerlandaise très connue dans l'Horeca haut de gamme et les hôtels. J'étais d'abord responsable pour Bruxelles et, en trois ans, je suis devenue directrice commerciale pour toute la Belgique, avec quatorze personnes dans mon équipe. C'est d'ailleurs par ce travail que j'ai rencontré Ralf.

Mais l'Horeca faisait déjà partie de votre histoire familiale...

*Oui. Mon papa était restaurateur et je viens d'une famille de restaurateurs. Mes oncles avaient ouvert l'un des premiers restaurants marocains à Ixelles. Mon père a aussi travaillé au **Grand Café**, près de la Bourse, à Bruxelles.*

J'aurais aimé démarrer une carrière dans l'Horeca, mais il y a trente ans, ce n'était pas très bien vu pour une femme. Faire des études de cuisine ou travailler dans ce domaine, cela voulait un dire que l'on n'avait pas voulu faire d'études. J'ai donc fait autre chose, mais cette passion ne m'a jamais quittée.

Vous rencontrez Ralf Berendsen grâce à votre travail. Puis, un jour, son restaurant manque de personnel et vous décidez de venir l'aider...

J'ai complètement sous-estimé ce que cela voulait dire ! Je pensais : « Je vais juste aider comme je le faisais le week-end à l'époque dans le restaurant de mon père, je connais l'Horeca, ça va aller. » Mais en fait, non. La première semaine, tout le monde a démissionné. Ce qui m'a sauvée, c'est que je suis quelqu'un de tenace. Je me suis dit : je vais réussir. Sinon, quelqu'un d'autre aurait peut-être lâché.

D'autant que vous arrivez dans un restaurant doublement étoilé sans en connaître réellement les codes.

Je n'avais aucune expérience ! J'aimais manger, je connaissais les produits, mais les codes, ···→

Bovendien komt u terecht in een tweesterrenrestaurant zonder de codes ervan echt te kennen.

Ik had helemaal geen ervaring! Ik hield van lekker eten, kende de producten, maar de codes, de etiquette waren me onbekend. Ik wist ook totaal niet hoe een tweesterrenrestaurant functioneerde binnen een hotel met een bijzonder veeleisend en exclusief cliënteel. Nul ervaring. Bovendien sprak men in dat deel van Limburg een dialect dat ik, ondanks mijn tweetaligheid, niet begreep. Ik begon alles op te schrijven, te luisteren en te observeren om me te kunnen integreren. Vandaag beheers ik het.


© Jeroen Jorissen

Ralf gelooft vanaf het begin in u.

Hij was de enige die in mij geloofde. Er werd heel wat gezegd: 'Hij gaat zijn sterren verliezen', 'Hij heeft zijn vriendin aangenomen, dat gaat nooit werken'… Maar Ralf zei telkens: 'Nee hoor, het komt wel goed.' Hij heeft me ontzettend veel geleerd. Hij was ook heel streng voor mij, soms zelfs hard. Zodra we het restaurant binnenstapten, waren we collega's. Misschien had ik dat ook nodig. Maar bovenal bleef hij ervan overtuigd dat ik het zou redden.

Wanneer voelde u dat u uw eigen manier van werken had gevonden?

Ik had een heel persoonlijke aanpak ontwikkeld. Ik nam vóór hun bezoek contact op met de gasten: 'Goedendag, mijn naam is Soumia. U komt op die dag met die persoon bij ons dineren. Zijn er allergieën waarmee we rekening moeten houden?' De volgende dag kreeg ik dan WhatsApp-berichtjes: 'Soumia, het was fantastisch. Wat een avond!' Ralf had zoiets nog nooit meegemaakt. Hij besefte dat ik iets anders toevoegde. Misschien kende ik niet alle codes, maar mijn manier van omgaan met mensen maakte het verschil.

U hebt ook heel veel geobserveerd bij andere grote restaurants.

Ik voelde dat ik nog enorm veel ervaring miste. Dat zei ik ook tegen Ralf: 'Dit beheers ik nog niet.' Hij antwoordde: 'Dan gaan

l'étiquette, je ne les avais pas. Et je n'avais aucune expérience du fonctionnement d'un restaurant deux étoiles, dans un hôtel avec une clientèle très haut de gamme. Zéro. En plus, même si j'étais bilingue, dans cette partie du Limbourg, on parlait un dialecte que je ne comprenais pas. J'ai commencé à écrire, écouter, observer pour pouvoir m'intégrer. Aujourd'hui, je le maîtrise.

Ralf, lui, croit immédiatement en vous.

C'était la seule personne qui croyait en moi. On entendait beaucoup de choses : « Il va perdre ses étoiles », « Il a pris sa nana, ça ne va pas marcher »… Et Ralf me disait : « Mais non, ça va aller. ». Il m'a énormément appris. Il a été très dur avec moi aussi, très sévère. Quand on arrivait au restaurant, on était des collègues. Mais peut-être que j'avais besoin de ça. Et surtout, il croyait vraiment que j'allais y arriver.

À quel moment avez-vous senti que vous aviez trouvé votre propre manière de faire ?

J'avais mis en place un système très personnel. Je contactais les clients avant leur venue : « Bonjour, je m'appelle Soumia, vous venez tel jour avec telle personne. Est-ce qu'il y a des allergies dont nous devons tenir compte ? » Et le lendemain, je recevais des WhatsApp : « Soumia, c'était magnifique. Quelle soirée ! » Ralf n'avait jamais vécu cela auparavant. Il a compris que j'apportais quelque chose de


© Jeroen Jorissen


© Jeroen Jorissen

we alle sterrenrestaurants bezoeken. Kijk goed en observeer hoe zij het aanpakken.' We bezochten restaurants met één, twee en drie sterren… Als ik eraan terugdenk, hadden we met al dat geld evengoed een appartement kunnen kopen! (lacht) Ik heb ontzettend veel geobserveerd. Ik wilde vooral dat de gasten bij ons hetzelfde gevoel zouden krijgen als wanneer ze thuis bij iemand worden uitgenodigd. Als je vrienden ontvangt, denk je na over het menu, doe je boodschappen, zet je mooie bloemen en kaarsen op tafel… Ik vroeg me af: hoe wil ik die gasten ontvangen alsof ze bij mij thuis op bezoek komen? Die nabijheid is uiteindelijk een van de kenmerken van ons onthaal in het restaurant geworden.

U ging zelfs stage lopen bij De Librije in Nederland.

Ja, en daar hebben ze me de moed gegeven om door te zetten. Ik was in augustus bij Ralf begonnen, leerde hen in februari kennen en liep in april een week stage bij hen. Hun manier van werken, de voorbereiding van de service, de aandacht voor elk detail…. heeft me enorm geïnspireerd.

Net wanneer u uw plaats hebt gevonden bij La Butte aux Bois, spoort u Ralf aan om alles achter zich te laten en samen een eigen restaurant te openen. Waarom?

Op een dag zei ik tegen hem: 'Luister Ralf, misschien klinkt het gek, maar er zijn twee mogelijkheden. Ofwel vertrekken we samen en openen we ons eigen restaurant, ofwel blijf jij hier en vertrek ik.' Ik had niet die hele weg afgelegd om uiteindelijk in loondienst te blijven zonder nog verder te kunnen groeien. Voor hem was dat veel moeilijker. Hij werkte er al vijftien jaar. Hij had eerst één ster gekregen en daarna twee. Hij had carte blanche en een stabiele situatie. Maar hij was bijna vijftig. Ik denk dat hij bij zichzelf dacht: 'Als ik het ooit wil doen, dan is het nu.'

Nochtans was hij nooit eerder eigenaar van een eigen restaurant geweest.

Nee, nooit. Ik denk dat hem dat wat angst inboezemde en dat hij iemand nodig had die alle aspecten op zich zou nemen waarmee hij zelf minder bezig is. We vullen elkaar bijzonder goed aan. Ralf is verantwoordelijk voor alles wat met de keuken te maken heeft. De organisatie en het zakelijke beheer van de onderneming zijn echt mijn domein. Hij voelt zich veel beter bij de producten en bij wat hij het beste kan: koken. Ik kan nu eenmaal niet koken zoals hij! ···→

"Ik vroeg me af: hoe wil ik die gasten ontvangen alsof ze bij mij thuis op bezoek komen?"

« Je me suis demandé : Comment est-ce que je veux recevoir ces gens ? Comme je les recevrais chez moi ! »



© Nadine Reulings

différent. Peut-être que je ne maîtrisais pas tous les codes, mais ma manière de côtoyer les gens changeait la donne.

Vous avez aussi énormément observé les autres grandes maisons.

Je sentais que je manquais énormément d'expérience. Je le disais à Ralf : « Ça, je ne maîtrise pas. » Il m'a répondu : « On va faire tous les restaurants étoilés. Regarde et observe comment ils font. » On a fait des une, deux, trois étoiles… On aurait pu acheter un appartement avec tout cet argent quand j'y pense ! (rires) J'ai énormément observé. Moi, je voulais que les gens aient le sentiment de venir chez nous comme lorsqu'on reçoit quelqu'un à la maison. Quand vous invitez des amis, vous pensez au menu, vous faites les courses, vous mettez de jolies fleurs, des bougies… Je me suis demandé : Comment est-ce que je veux recevoir ces gens ? Comme je les recevrais chez moi ! Cette proximité est devenue une des signatures de notre accueil au restaurant.

Vous êtes même partie faire un stage chez DE LIBRIJE, aux Pays-Bas.

Oui, et ils m'ont donné le courage de continuer. J'avais commencé avec Ralf en Août, je les ai rencontrés en février et, en avril, j'ai passé une semaine chez eux. Leur manière de fonctionner, de préparer le service, de penser chaque détail… Ils m'ont énormément inspirée.

Alors que vous avez trouvé votre place à La Butte aux Bois, vous poussez Ralf à tout quitter pour créer votre propre maison. Pourquoi ?

Un jour, je lui ai dit : « Écoute Ralf, c'est peut-être fou, mais il y a deux options. Soit on part et on ouvre notre restaurant à deux, soit toi tu restes et moi je pars. » Je n'avais pas fait tout ce chemin pour rester salariée sans pouvoir encore évoluer. Pour lui, c'était beaucoup plus difficile. Il était là depuis quinze ans. Il a reçu 1 étoile, puis 2. Il avait carte blanche et une situation stable. Mais il avait presque 50 ans. Je pense qu'il s'est dit : « Si je veux le faire, c'est maintenant. »

Il n'avait pourtant jamais été propriétaire de son restaurant.

Non, jamais. Je pense que cela lui faisait peur et qu'il avait besoin de quelqu'un qui prenne en charge toute la partie où il est moins présent. On se complète énormément. Ralf est responsable de tout ce qui concerne la cuisine. L'organisation de l'entreprise, c'est vraiment moi. Lui est beaucoup plus confortable avec les produits, dans ce qu'il sait faire de mieux : cuisiner. Moi, je ne sais pas cuisiner comme lui ! ···→


© Jeroen Jorissen


© Jeroen Jorissen

Met de opening van SUIS ontdekt u echter een heel nieuwe realiteit: die van het ondernemerschap.

Het was bijzonder moeilijk. We dachten: 'We hebben ervaring, we weten hoe het werkt, dat komt wel goed.' Maar nu is het anders: wij zijn zelf de ondernemers. Het geld komt uit onze eigen zak, dus het móét lukken! Bij La Butte aux Bois maakten we deel uit van een hotel. Veel gasten overnachtten er en kwamen vervolgens in het restaurant eten. Hier moeten we zelf mensen aantrekken, samenwerkingen opzetten en alles van nul opbouwen. Ralf heeft nooit tegen me gezegd: 'We hadden dit niet moeten doen.' Maar hij heeft me wel eens plagend gevraagd: 'Zie je nu waar je ons met je enthousiasme naartoe hebt gebracht?' (lacht) Toch ben ik er altijd van overtuigd geweest dat dit het beste was wat we konden doen. Elke dag brengt een nieuwe uitdaging. Ik denk dat ik zonder uitdagingen niet kan bestaan.

Bent u nog altijd de eerste 'proever' van Ralf?

Ja! Telkens wanneer hij iets nieuws creëert of een gerecht aanpast, roept hij me erbij om mijn mening te vragen. En als die negatief is, hoort hij dat niet zo graag! Maar de volgende dag heeft hij toch iets veranderd en roept hij me opnieuw: 'Ik heb dit aangepast, proef eens wat je ervan vindt.'

Als u één les uit uw parcours zou moeten meegeven, welke zou dat dan zijn?

Dat je moet geloven in wat je doet. Je gevoel volgen en niet altijd louter de regels volgen omdat 'het altijd zo geweest is'. Dat is wat mij vooruit heeft geholpen.

L'ouverture de SUIS vous fait cependant découvrir une nouvelle réalité : celle de l'entrepreneuriat.

C'était très difficile. On pensait : « On a de l'expérience, on sait comment ça marche, ça va aller. » Mais là, c'est différent : c'est nous qui entreprenons. L'argent vient de notre poche, donc ça doit marcher ! À La Butte aux Bois, nous dépendions d'un hôtel : beaucoup de clients dormaient sur place et venaient manger. Ici, il faut attirer les gens, créer des collaborations, tout construire. Ralf ne m'a jamais dit : « Je n'aurais pas dû », mais il m'a quand même lancé : « Avec ton enthousiasme, tu as vu où tu nous as amenés ? » (rires) Mais j'ai toujours pensé que c'était la meilleure chose que nous pouvions faire. Tous les jours, il y a un nouveau défi. Je pense que sans défi, je n'existe pas.

Etes-vous toujours la première « goûteuse » de Ralf ?

Oui ! Maintenant, chaque fois qu'il crée ou change quelque chose, il m'appelle pour me demander mon avis. Et quand mon avis est négatif, il n'aime pas trop l'entendre !» Mais le lendemain, il change quand même quelque chose et il me rappelle : « J'ai changé ça, regarde ce que tu en penses. »

S'il fallait retenir une chose de votre parcours ?

Qu'il faut croire en ce qu'on fait. Suivre ce que l'on ressent et ne pas toujours suivre les codes simplement parce que « ça a toujours été comme ça ». C'est ce qui m'a fait avancer.



RENDEZ VISITE À SLIGRO À HORECA EXPO !

Hal 8 - **Stand 8225**



Une expertise qui vous aide immédiatement

Nos experts réfléchissent avec vous : du choix des produits à leur utilisation dans votre cuisine.

Promotions hebdomadaires sur les produits frais

Restez informé des promotions hebdomadaires sur les produits frais grâce à notre newsletter.

Proche de chez vous : 12 succursales & livraison

Venez chercher votre commande ou faites-la livrer : vous choisissez ce qui vous convient le mieux.

Tout pour les professionnels de l'horeca

Grâce à une large gamme horeca, vous trouvez tout ce dont vous avez besoin pour votre établissement.

Sligro Partner in food

Let's get social! @sligro_be / sligro.be

publireportage

SANPELLEGRINO®

Bringing Italian Taste to Every Sip

Sanpellegrino Italian Sparkling Drinks brengt creativiteit, kwaliteit en innovatie samen in een verhaal dat meer dan 90 jaar geleden begon: een karakteristieke wereld van mediterrane smaken, fijne bubbels en Italiaanse creativiteit die het assortiment tot op vandaag blijft inspireren.

Sanpellegrino Italian Sparkling Drinks réunit créativité, qualité et innovation dans une histoire qui a débuté il y a plus de 90 ans : un univers caractéristique de saveurs méditerranéennes, de fines bulles et de créativité italienne qui continue aujourd'hui encore à inspirer la gamme.

ÉÉN MERK, TWEE ONDERSCHEIDENDE GAMMA'S

Vandaag biedt Sanpellegrino een compleet premiumassortiment in glazen flesjes van 20 cl, opgebouwd rond twee complementaire gamma's. De Italiaanse **softdrinks** bieden sprankelende, premium alcoholvrije alternatieven, terwijl de **mixers** evenwichtige en onderscheidende smaken bieden die zowel puur als in cocktails en mocktails tot hun recht komen.

Zes onderscheidende varianten. Eén onmiskenbare Italiaanse signatuur.

Het softdrinkgamma omvat drie iconische fruitsmaken: **Aranciata**, met zijn uitgesproken sinaasappelkarakter; **Aranciata Rossa**, met de rijke intensiteit van bloedsinaasappel; en **Limonata**, met zijn frisse, pittige citroenprofiel.

Daarnaast bestaat het mixergamma uit **Tonica**, een verfijnde en evenwichtige tonic; **Tonica Citrus**, met een lichter profiel waarin citrus centraal staat; en **Ginger Beer**, dat de krachtige smaak van gember combineert met frisse citrustoetsen.

Puur gedronken of gebruikt als basis voor cocktails en mocktails vormen deze zes varianten één coherent gamma, verenigd door premiumkwaliteit, veelzijdigheid en Italiaans vakmanschap.

UNE MARQUE, DEUX GAMMES DISTINCTIVES

Aujourd'hui, Sanpellegrino propose une gamme premium complète en bouteilles en verre de 20 cl, articulée autour de deux offres complémentaires. Les **soft drinks** italiens offrent des alternatives sans alcool pétillantes et premium, tandis que les **mixers** proposent des saveurs équilibrées et distinctives, à déguster telles quelles ou à utiliser dans des cocktails et mocktails.

Six expressions distinctives. Une signature italienne incomparable.

La gamme de soft drinks réunit trois saveurs fruitées emblématiques : **Aranciata**, au caractère intense d'orange ; **Aranciata Rossa**, à la richesse généreuse de l'orange sanguine ; et **Limonata**, au profil vif et acidulé de citron.

À leurs côtés, la gamme de mixers se compose de **Tonica**, un tonic raffiné et équilibré ; **Tonica Citrus**, au profil plus léger dominé par les agrumes ; et **Ginger Beer**, qui associe le caractère affirmé du gingembre à de fraîches notes d'agrumes.

Dégustées telles quelles ou utilisées comme base pour des cocktails et mocktails, ces six références composent une gamme cohérente, unie par une qualité premium, une grande polyvalence et le savoir-faire italien.









Een premium assortiment voor elk moment

Van lunch tot een gezellig terras, van aperitief tot diner: het Sanpellegrino assortiment biedt een samenhangend aanbod dat geschikt is voor diverse gelegenheden.

De Italiaanse frisdranken kunnen puur worden gedronken als premium alcoholvrije alternatieven, terwijl de mixers puur kunnen worden geserveerd of gebruikt in cocktails en mocktails. Het resultaat: een veelzijdig assortiment dat op natuurlijke wijze verschillende momenten van de dag aanvult, met behoud van de unieke Sanpellegrino signatuur.

Une gamme premium, pour chaque moment

Du déjeuner aux moments en terrasse, de l'aperitivo aux consommations en soirée, la gamme Sanpellegrino offre un assortiment cohérent adapté à de multiples moments de consommation.

Les soft drinks italiens se dégustent tels quels comme alternatives premium sans alcool, tandis que les mixers peuvent être servis purs ou utilisés dans des cocktails et mocktails. Le résultat : une gamme polyvalente qui accompagne naturellement les différents moments de la journée, tout en conservant la signature unique de Sanpellegrino.

VOOR JOUW KLANT

- Authentieke Italiaanse smaken
- Een premium drinkervaring
- Voor lunch, terras en aperitief
- Alcoholische en alcoholvrije opties

VOOR UW ZAAK

- Een aantrekkelijker premium drankenkaart
- Sterke visuele impact aan tafel
- Frisdranken en mixers in één assortiment
- Een erkend internationaal premium merk

POUR VOTRE CLIENT

- Des saveurs italiennes authentiques
- Une expérience de dégustation premium
- Pour le déjeuner, la terrasse et l'aperitivo
- Des possibilités avec ou sans alcool

POUR VOTRE ÉTABLISSEMENT

- Une carte de boissons premium plus attractive
- Un fort impact visuel à table
- Soft drinks et mixers réunis dans une seule gamme
- Une marque premium internationalement reconnue

HET VOORDEEL VAN HET 20 CL FORMAAT

Het individuele glazen formaat van 20 cl maakt de ervaring compleet. Ideaal voor de horecasector en direct klaar voor gebruik, zowel voor cocktails als voor andere gelegenheden. Het flesje zorgt voor een stijlvolle presentatie bij elke service. De opvallende fles trekt de aandacht aan tafel en versterkt de beleving van de drankenkaart.

L'AVANTAGE DU FORMAT 20 CL

Le format individuel en verre de 20 cl complète l'expérience. Pratique pour le service Horeca et prêt à être dégusté ou utilisé en mixologie, il confère à chaque service une présentation soignée et maîtrisée. La bouteille distinctive assure une forte présence visuelle à table et contribue à valoriser la perception de la carte des boissons.

Zes smaken. Talloze manieren om ze te serveren.

Geïnspireerd door de Italiaanse aperitivocultuur ontwikkelde Sanpellegrino voor het volledige assortiment signature cocktails en mocktails die de karakteristieke smaken van elk recept versterken. De **Italian Mule** onthult de krachtige frisheid van Ginger Beer, terwijl de **Lady Rossa Spritz** de kleur en het karakter van bloedsinaasappel van Aranciata Rossa in de kijker zet.

De **Citrus Fizz** benadrukt het lichte citrusprofiel van Tonica Citrus, terwijl de **Botanical Garden** Tonica een frisse, botanische toets geeft. De Aranciata **Garibaldi** zet het levendige sinaasappelkarakter van Aranciata centraal en de **Limonata Collins** geeft Limonata een pittige, verfrissende twist.

Samen vormen deze recepten een bron van inspiratie voor signature cocktails en alcoholvrije creaties, en dragen ze bij aan een drankenkaart die onderscheidender, rijker en eigentijdser aanvoelt.

Six goûts. Une multitude de façons de les servir.

Inspirée de l'art de vivre italien et de la culture de l'aperitivo, Sanpellegrino a imaginé pour l'ensemble de sa gamme des cocktails et mocktails signature qui révèlent toute la richesse aromatique de chaque référence. L'**Italian Mule** révèle toute la fraîcheur intense de Ginger Beer, tandis que le **Lady Rossa Spritz** célèbre la couleur et le caractère de l'orange sanguine d'Aranciata Rossa.

Le **Citrus Fizz** met en valeur le profil léger et citronné de Tonica Citrus, tandis que le **Botanical Garden** apporte une expression fraîche et botanique à Tonica. L'Aranciata **Garibaldi** souligne le caractère vibrant de l'orange d'Aranciata, et le **Limonata Collins** apporte une touche acidulée et rafraîchissante à Limonata.

Ensemble, ces recettes sont une source d'inspiration pour créer des cocktails signature et des alternatives sans alcool, contribuant ainsi à rendre les cartes de boissons plus distinctives, généreuses et contemporaines.













BEZOEK SLIGRO OP HORECA EXPO

Hal 8 - **Stand 8225**



Vakkennis die je direct helpt

Onze experten denken mee: van productkeuze tot toepassing in je keuken.

Wekelijks vers in promo

Blijf op de hoogte van onze wekelijkse verspromo's via onze nieuwsbrief.

Dichtbij: 12 vestigingen & delivery

Snel halen of laten leveren: jij kiest wat het beste werkt.

Alles voor foodprofessionals

Met een ruim horeca-assortiment vind je alles wat je nodig hebt voor je zaak.

Sligro Partner in food

Let's get social! @sligro_be / sligro.be

OPTIC.Cooking

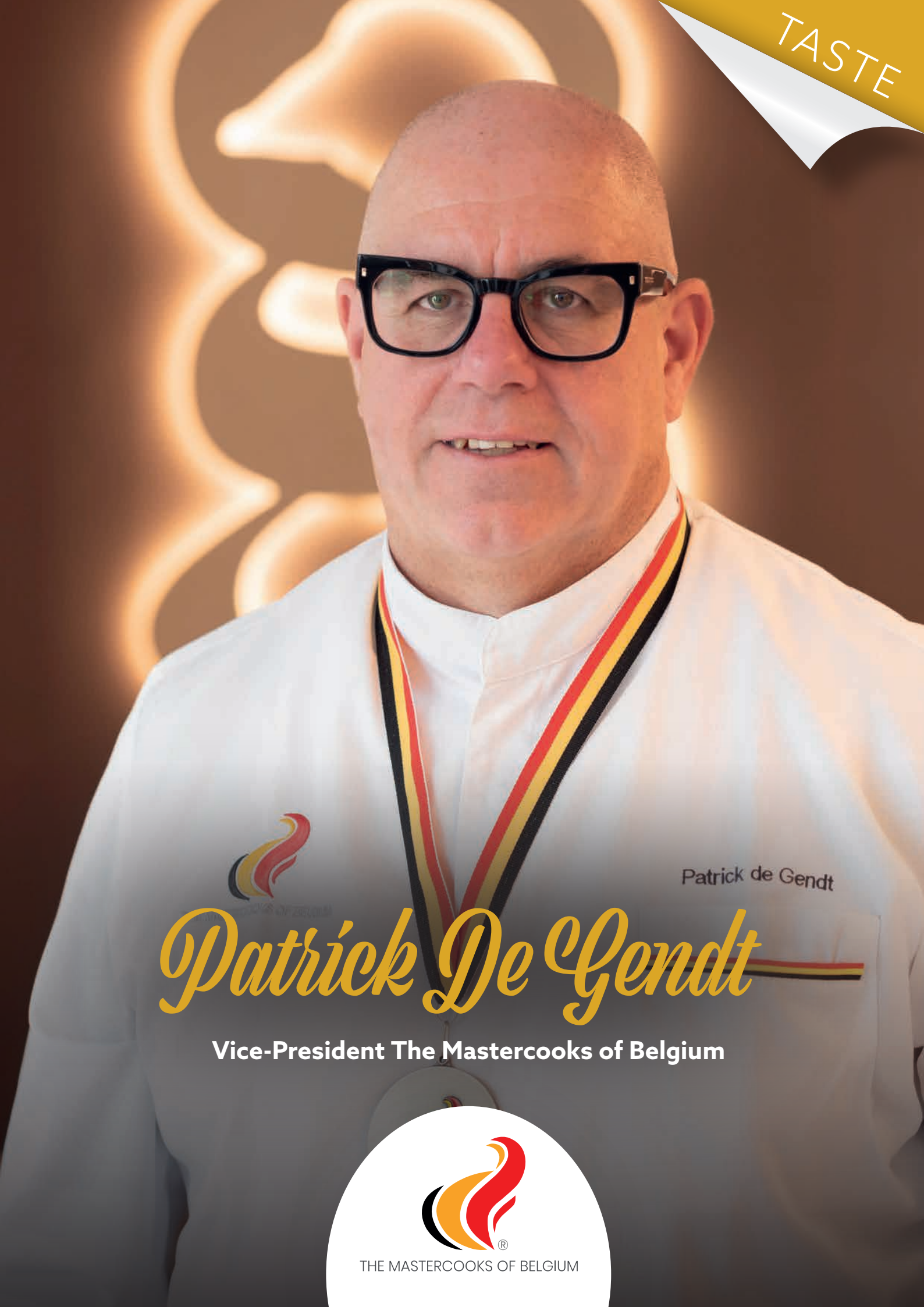
Cuisson *intelligente*. **Résultats** *parfaits*.

Les fours mixtes CHEFTOP-X™ et BAKERTOP-X™ font passer la productivité à un niveau supérieur. Grâce à l'OPTIC.Cooking, le four reconnaît automatiquement le produit, sélectionne le programme idéal et ajuste les paramètres pour garantir une qualité constante, à tout moment de la journée.
Une précision maximale, moins d'erreurs opérateur et une efficacité renforcée pour chaque cuisine professionnelle.



Découvrez le CHEFTOP-X™ et l'OPTIC.Cooking

UNOX®



Patrick De Gendt

Vice-President The Mastercooks of Belgium

THE MASTERCOOKS OF BELGIUM

Chef, Mastercook, ondernemer, culinair adviseur, productontwikkelaar, jurylid, mentor… Patrick De Gendt is het allemaal. Hij bouwde een carrière van meer dan 40 jaar uit in de gastronomie en de voedingswereld, steeds gebaseerd op passie en Belgisch vakmanschap. "Vuur is, net als grillen, mijn passie", zo stelt hij. Een portret.

Na zijn opleiding aan de hotelschool **COOVI-PIVIT** (het huidige Elishout) in Anderlecht en aan de avondschool bakkerij en patisserie ging Patrick De Gendt in het weekend aan de slag in verschillende restaurants en gerenommeerde Brusselse hotels, waaronder het toenmalige **Brussels Hilton** en het **Sheraton** aan het Rogierplein.

Daarna mocht hij, tijdens zijn legerdienst, aan de slag in de keuken van de **Club Prins Albert**, een prestigieuze omgeving waar hoge officieren en ook leden van het koningshuis regelmatig te gast waren. Hij deed veel ervaring op in de koude keuken en werkte ook met **Pierre Marcolini**, die later internationaal bekend zou worden als Belgische topchocolatier.

In 2000 startte hij samen met zijn echtgenote het culinaire restaurant **Den Artiest** in Roosdaal, waar kwalitatieve streekproducten centraal stonden. Daarnaast bouwde hij een uitgebreide cateringactiviteit uit voor grote groepen, bedrijven en evenementen, met opdrachten op bijzondere locaties zoals het **Vlaams Parlement** en **Casino Knokke**.



Chef, Mastercook, entrepreneur, conseiller culinaire, développeur de produits, membre de jury, mentor… Patrick De Gendt est tout cela à la fois. Il a construit une carrière de plus de 40 ans dans la gastronomie et le secteur alimentaire, toujours portée par la passion et le savoir-faire belge. « Le feu, tout comme la cuisson au gril, est ma passion », affirme-t-il. Portrait.

*Après sa formation à l'école hôtelière **COOVI-PIVIT** (l'actuel Elishout) à Anderlecht et des cours du soir en boulangerie-pâtisserie, Patrick De Gendt a travaillé le week-end dans différents restaurants et hôtels bruxellois renommés, parmi lesquels le **Brussels Hilton** de l'époque et le **Sheraton** de la place Rogier.*

*Il a ensuite rejoint, pendant son service militaire, les cuisines du **Club Prince Albert**, un cadre prestigieux fréquenté régulièrement par de hauts gradés ainsi que par des membres de la famille royale. Il y a acquis une solide expérience en cuisine froide et a également travaillé avec **Pierre Marcolini**, qui allait par la suite acquérir une renommée internationale en tant que grand chocolatier belge.*

*En 2000, il a ouvert avec son épouse le restaurant gastronomique **Den Artiest** à Roosdaal, où les produits régionaux de qualité occupaient une place centrale. Parallèlement, il a développé une importante activité de catering pour de grands groupes, des entreprises et des événements, avec des missions dans des lieux particuliers tels que le **Parlement flamand** et le **Casino de Knokke**.*

*Il a ensuite lancé **De Popelier** à Pajottegem, un restaurant exclusif consacré à la viande et au vin. L'association de races bovines particulières, de différentes préparations de viande au gril et de vins soigneusement sélectionnés par le conseiller **Yanick Dehandschutter** (aujourd'hui sommelier chez **Sir Kwinten**) a permis au concept de se distinguer dans le paysage gastronomique belge.*

*Depuis le début de sa carrière, son nom est également associé à différents concours culinaires, qui lui ont valu plusieurs distinctions. Il a notamment été sacré **Meilleur Cuisinier de Gibier de Belgique et des Pays-Bas**, a remporté le **Premier Prix Art et Gastronomie de Flandre** et a reçu un award culinaire en 1992. Cette expérience des concours s'est également prolongée dans ses activités de juré et de président de jury, notamment comme membre du jury final de la formation de **Maître Fromager** de **Syntra** et comme juré des **Belgian Cheese Awards**.*

*Au sein de **The Mastercooks of Belgium**, dont il est vice-président pour la Flandre, il œuvre en faveur de la qualité et du savoir-faire ainsi que de la protection et de la promotion des produits belges issus de notre terroir.*

« Je trouve également important de transmettre mon expérience à une nouvelle génération de chefs, explique-t-il. La formation, l'accompagnement et le partage des connaissances sur les produits et le métier constituent donc une part importante de mes activités. »

*Depuis 2023, il intervient également comme conseiller culinaire et expert produit auprès d'entreprises du secteur alimentaire, notamment pour le groupe alimentaire **Dirk Pauwels**. Il a par ailleurs créé, sous son propre nom, une entreprise proposant des spécialités et des repas culinaires exclusifs, développés pour un public plus large et distribués dans différentes villes, notamment par l'intermédiaire*



“Vuur is, net als grillen, mijn passie”

« Le feu, tout comme la cuisson au gril, est ma passion »





Nadien lanceerde hij het exclusieve vlees- en wijnrestaurant **De Popelier** in Pajottegem. De combinatie van bijzondere runderrassen, verschillende vleesbereidingen op de grill en zorgvuldig door adviseur **Yanick Dehandschutter** (thans sommelier bij **Sir Kwinten**) geselecteerde wijnen maakte het concept onderscheidend binnen de Belgische gastronomie.

Sinds het begin van zijn carrière is zijn naam ook verbonden aan verschillende kookwedstrijden, die hem ook diverse onderscheidingen opleverden. Zo werd hij o.a. uitgeroepen tot **Beste Wildkok van België en Nederland**, behaalde hij de **Eerste Prijs Kunst en Gastronomie van Vlaanderen** en ontving hij in 1992 een culinaire award. Deze wedstrijdervaring trok hij ook door in zijn activiteiten als jurylid en juryvoorzitter, o.a. als lid van de eindjury voor de opleiding **Kaasmeester** van **Syntra**, en als jurylid van de **Belgian Cheese Awards**.

Binnen **The Mastercooks of Belgium**, waarin hij optreedt als vicevoorzitter voor Vlaanderen, zet hij zich in voor kwaliteit, vakmanschap en het beschermen en promoten van Belgische producten van eigen bodem.

“Daarnaast vind ik het ook belangrijk om mijn ervaring door te geven aan een nieuwe generatie chefs, zo stelt hij. Opleiding, begeleiding en het delen van product- en vakkennis vormen dan ook een belangrijk onderdeel van mijn activiteiten”. ···→

de plusieurs entreprises de retail. Ses spécialités couvrent la création de recettes et le développement de produits, la restauration collective et la production industrielle, l’optimisation des saveurs, les techniques de préparation, la présentation, la traçabilité et l’HACCP.

« L’objectif est toujours de créer un pont entre la finesse de la gastronomie et les exigences pratiques et techniques de la production alimentaire professionnelle et industrielle. »

La cuisine au feu constitue un élément essentiel de l’identité culinaire de Patrick. Tout au long de sa carrière, il s’est spécialisé dans le BBQ, les grillades et les cuissons à feu ouvert.

« Le feu n’est pas seulement un mode de cuisson, mais aussi une technique qui permet de mettre encore davantage en valeur la saveur, la texture et le caractère d’un produit de qualité. »

*Pour ce reportage, il a travaillé avec des produits carnés de **Geyskens Delikatessen**.*

« Leur approche correspond parfaitement à la charte de The Mastercooks of Belgium, où le service et la qualité occupent une place essentielle. Au quotidien, Geyskens Delikatessen travaille des produits de qualité, et c’est précisément ce que nous voulons également promouvoir chez The Mastercooks. Nos philosophies sont donc parfaitement alignées. » ···→

In 2023 treedt hij ook op als culinair adviseur en productexpert voor bedrijven in de voedingssector, zoals voor de foodgroep **Dirk Pauwels**. Hij richtte onder zijn eigen naam ook een bedrijf op met specialiteiten en exclusieve culinaire maaltijden, ontwikkeld voor een breder publiek en verspreid in verschillende steden, onder meer via diverse retailbedrijven. Zijn specialiteiten zijn recepturen en productontwikkeling, grootkeuken en industriële productie, smaakoptimalisatie, bereidingstechnieken, presentatie, traceerbaarheid en HACCP.

"In deze is het steeds de bedoeling om een brug te slaan tussen de finesse van de gastronomie en de praktische en technische eisen van professionele en industriële voedselproductie".



Een belangrijk onderdeel van Patricks culinaire identiteit is koken met vuur. Doorheen zijn carrière specialiseerde hij zich in BBQ, grillen en bereidingen op open vuur.

"Vuur is niet alleen een bereidingswijze, maar ook een techniek waarmee smaak, structuur en karakter van een kwaliteitsproduct extra benadrukt kunnen worden".

Voor deze reportage werkte hij met vleesproducten van **Geyskens Delikatessen**.

"Hun aanpak past volledig in het charter van The Mastercooks of Belgium, waar service en kwaliteit hoog in het vaandel staan. In de dagelijkse praktijk verwerkt Geyskens Delikatessen kwalitatieve producten, en dat is precies wat ook wij bij The Mastercooks willen realiseren. Onze filosofie is dus gelijklopend".

Je pleit ook voor vernieuwend grillen. Wat houdt dat precies in?

"Daarbij kijk ik vooral naar Japan, waar 'alle' keukens werken met een grill en waar ze ook 30 tot 40 jaar voorsprong hebben tegenover ons inzake grilltechnieken. Daarom ook kunnen wij hierin nog sterk groeien. Vele Belgische restaurants startten al met een Japanse grill, en dat resulteert vooral bij 'à la minute' bereidingen in een heel smakelijk resultaat; langoustines zijn een mooi voorbeeld. Grillen in de grond doen Japanse chefs ook; de grond is voor hen eigenlijk de pot om in te koken, en daarmee is het grillen destijds eigenlijk ook begonnen.

Ik trek de Japanse lijn ook door met de producten van **PUURgroenten**, een Noord-Hollands bedrijf dat gespecialiseerd is in de teelt van bijzondere mini- en microgroenten, kruiden en eetbare bloemen. Zij werken ook met een eigen plantage van alle mogelijke Japanse kruiden".

Vous plaidez également pour une approche innovante des grillades. Qu'entendez-vous exactement par là ?

« Je regarde surtout du côté du Japon, où "toutes" les cuisines travaillent avec un gril et où ils ont également 30 à 40 ans d'avance sur nous en matière de techniques de grillade. Nous disposons donc encore d'un énorme potentiel de progression dans ce domaine. De nombreux restaurants belges ont déjà adopté le gril japonais, avec des résultats particulièrement savoureux pour les préparations "à la minute" ; les langoustines en sont un bel exemple. Les chefs japonais pratiquent également la cuisson dans le sol : pour eux, la terre constitue en quelque sorte le récipient de cuisson. C'est d'ailleurs ainsi que les premières formes de grillade ont vu le jour.

*Je poursuis également cette inspiration japonaise avec les produits de **PUURgroenten**, une entreprise de Hollande-Septentrionale spécialisée dans la culture de mini- et micro-légumes particuliers, d'herbes aromatiques et de fleurs comestibles. L'entreprise possède également sa propre plantation où elle cultive toutes sortes d'herbes japonaises. »*

*Qui dit feu dit aussi fumée et fumage. Pour sa préparation de saumon, Patrick De Gendt a collaboré avec **Smoked by Smolders**, à Tirlemont.*

*« Le chef **Bram Smolders** a développé un concept de fumage unique en Europe. Les saumons sont suspendus dans une cheminée, la queue vers le haut, alors que la plupart des saumons sont habituellement disposés horizontalement. Ils sont en outre saumurés, ce qui apporte encore davantage de finesse gustative lors du fumage. »*





Wie vuur zegt, denkt ook aan rook en roken. Voor zijn zalmbereiding werkte Patrick De Gendt samen met **Smoked by Smolders** uit Tienen.

"Chef **Bram Smolders** heeft een voor Europa uniek rookconcept ontwikkeld. De zalmen worden met de staart in de lucht in een schouw gehangen, terwijl de meeste zalmen horizontaal gelegd worden. Bovendien worden de zalmen ingepekeld, wat een nog iets fijnere smaakbeleving oplevert tijdens het roken".

Patrick De Gendt combineerde deze mooie zalm met gerookte paling van het huis **Spakenburg Paling**, opgericht door de broers **Peter** en **Axel Koelewijn** en wereldwijd gegeerd door topchefs.

Maar: het verhaal stopt niet aan de landsgrenzen, want ook internationaal deelt Patrick De Gendt zijn ervaring tijdens culinaire en BBQ-wedstrijden, onder meer als jurylid en juryvoorzitter in landen zoals Japan en China.

De zoektocht naar authentieke kwaliteitsproducten leidde eveneens naar Portugal, waar hij zijn eigen exclusieve blend van olijfolie ontwikkelde.

"In deze staat het **Farm to Table**-principe centraal: weten waar een product vandaan komt, respect hebben voor producent en grondstof en streven naar een zuiver product dat ook gastronomisch een duidelijke meerwaarde biedt".

Aan ambitie ontbreekt het hem alvast niet, want in Vlaams-Brabant wil Patrick De Gendt binnen het jaar een nieuwe, grote faciliteit in gebruik nemen die gespecialiseerd zal zijn in langzame gaar- en pasteurisatie-technieken. To be continued.

Voor meer info, mail naar
patrick.de.gendt@telenet.be ···→

*Patrick De Gendt a associé ce superbe saumon à de l'anguille fumée de la maison **Spakenburg Paling**, fondée par les frères **Peter** et **Axel Koelewijn** et dont les produits sont prisés par de grands chefs dans le monde entier.*

Mais l'histoire ne s'arrête pas aux frontières nationales. Patrick De Gendt partage également son expérience à l'international lors de concours culinaires et de BBQ, notamment en tant que juré et président de jury dans des pays comme le Japon et la Chine.

*Sa quête de produits authentiques de qualité l'a également conduit au Portugal, où il a développé son propre assemblage exclusif d'huile d'olive. « Ici, le principe **Farm to Table** occupe une place centrale : savoir d'où vient un produit, respecter le producteur et la matière première, et rechercher un produit pur qui apporte également une réelle valeur ajoutée sur le plan gastronomique. »*

L'ambition ne lui manque assurément pas : en Brabant flamand, Patrick De Gendt souhaite mettre en service, dans le courant de l'année prochaine, une nouvelle infrastructure de grande envergure spécialisée dans les techniques de cuisson lente et de pasteurisation. To be continued.

*Pour plus d'informations, contactez Patrick De Gendt à l'adresse **patrick.de.gendt@telenet.be*** ···→



THE MASTERCOOKS OF BELGIUM



TASTE

ZALMHAASJE

Gebakken & Gerookt Zalmhaasje - Gerookte paling
Royal Belgian Caviar - Schiftsaus van tuinkruiden

FILET DE SAUMON

Filet de saumon poêlé & fumé - Anguille fumée
Belgian Caviar - Sauce tranchée aux herbes du jardin

Kruidenolie

Ingrediënten: 150 g verse bieslook, 20 g daslook, 150 g bladpeterselie en 350 cl druivenpitolie.

Draai de verse kruiden samen met de druivenpitolie fijn in de blender. Verwarm rustig tot 50°C, giet de warme kruidenolie door een neteldoek en koel onmiddellijk terug in de koelkast.

Schiftsaus van tuinkruiden

Meng 180 ml room van 35% met 150 ml karnemelk en kruid af naar smaak. Voeg vervolgens de gewenste hoeveelheid kruidenolie toe en meng tot een mooie, frisse schiftsaus.

Zalmhaasje & gerookte paling

Gebruik Belgische gerookte zalmhaasjes van het huis Smolders uit Tienen. Snijd de zalmhaasjes in rechte, rechthoekige staafjes en grill ze kort op open vuur op de BBQ voor een mooie grillsmaak.

Snijd de gerookte paling van Huispaling NL (ESF-label) in staafjes van dezelfde maat als de zalm. Zuurdesemtoast met gerookte smout.

Zuurdesemtoast met gerookt spek

Snijd het zuurdesembrood in dezelfde maat als de zalm- en palingstaafjes. Bak de broodstaafjes in gerookte smout tot ze mooi goudbruin en krokant zijn.

Afwerking & dresseren

Bouw het gerecht strak op in staafjes: zuurdesemtoast, gerookte paling en gegrild zalmhaasje. Werk af met Royal Belgian Caviar Platinum en een selectie fijne kruidensla van PUURGroenten NL. Lepel de schiftsaus van tuinkruiden harmonieus rond en/of over het gerecht.

Huile aux herbes

Ingrédients : 150 g de ciboulette fraîche, 20 g d'ail des ours, 150 g de persil plat et 350 cl d'huile de pépins de raisin.

Mixez finement les herbes fraîches avec l'huile de pépins de raisin au blender. Chauffez doucement jusqu'à 50 °C, filtrez l'huile aux herbes encore chaude à travers une étamine et refroidissez immédiatement au réfrigérateur.

Sauce tranchée aux herbes du jardin

Mélangez 180 ml de crème à 35 % avec 150 ml de babeurre et assaisonnez selon le goût. Ajoutez ensuite la quantité souhaitée d'huile aux herbes et mélangez jusqu'à obtention d'une belle sauce tranchée, fraîche et aromatique.

Filet de saumon & anguille fumée

Utilisez des filets de saumon fumé belges de la maison Smolders à Tirlemont. Taillez les filets de saumon en bâtonnets droits et rectangulaires, puis grillez-les brièvement à feu ouvert sur le BBQ afin de leur apporter une belle saveur grillée.

Taillez l'anguille fumée de Huispaling NL (label ESF) en bâtonnets de même taille que le saumon.

Toast au levain au saindoux fumé

Taillez le pain au levain aux mêmes dimensions que les bâtonnets de saumon et d'anguille. Faites dorer les bâtonnets de pain dans le saindoux fumé jusqu'à ce qu'ils soient bien dorés et croustillants.

Finition & dressage

Construisez le plat de manière précise en superposant les différents bâtonnets : toast au levain, anguille fumée et filet de saumon grillé. Terminez avec du Royal Belgian Caviar Platinum et une sélection de jeunes herbes et pousses de PUURGroenten NL. Répartissez harmonieusement la sauce tranchée aux herbes du jardin autour et/ou sur le plat.


EXCLUSIVE
- BLEND -
BY MASTERCOOK
Patrick
De Gendt

TASTE

LEKKER VAN BIJ ONS | BIEN DE CHEZ NOUS

VARKENSLENDE

Varkenslende - Wortelstructuren - Kastanjechampignons
Pickles - Gerookte bloemkool - Polderaardappel

LONGE DE PORC

Longe de porc - Déclinaisons de carotte - Champignons châtaignes
Pickles - Chou-fleur fumé - Pomme de terre des polders

Varkenslende

Versnijd de varkenslende in gelijke stukken. Vacumeer met gerookte smout en gaar gedurende 2 uur op 65°C. Laat afkoelen, grill vervolgens op open vuur en lak af met teriyaki-lak.

Crème van kastanjechampignons

Maak een grove brunoise van de kastanjechampignons en gaar deze in hoeveboter met fijngesneden sjalot en look. Kruid met peper en zout. Laat goudbruin kleuren, voeg volle room toe en laat inkoken tot een gebonden saus. Mix daarna in de Thermomix tot een gladde massa.

Picklesaus

Kook 200 ml bruine vleesjus in. Stoof fijngesneden sjalot goudbruin, voeg de pickles toe en daarna de vleesjus. Voeg 200 ml volle room toe en laat inkoken tot een gladde saus. Werk af met een klontje hoeveboter.

Gerookte bloemkool

Bereid de bloemkool zoals voorzien en geef ze een verfijnde rooksmaak als aanvulling op de varkenslende.

Polderaardappel met gerookte smout

Bereid de polderaardappel en werk af met gerookte smout, zodat de aardse smaak van de aardappel mooi aansluit bij het op open vuur gegrilde varkensvlees en de gerookte bloemkool.

Wortelstructuren

Werk met verschillende structuren van wortel voor contrast in smaak, beet en presentatie.

Afwerking & dresseren

Dresseer de verschillende componenten harmonieus op het bord. Werk af met een selectie fijne kruiden van PUURGroenten NL.

Longe de porc

Découpez la longe de porc en morceaux de taille égale. Mettez sous vide avec du saindoux fumé et faites cuire pendant 2 heures à 65 °C. Laissez refroidir, puis grillez à feu ouvert et laquez avec un glaçage teriyaki.

Crème de champignons bruns

Taillez grossièrement les champignons bruns en brunoise et faites-les cuire dans du beurre fermier avec l'échalote et l'ail finement émincés. Assaisonnez de sel et de poivre. Laissez colorer jusqu'à obtenir une belle teinte dorée, ajoutez la crème entière et faites réduire jusqu'à obtention d'une sauce liée. Mixez ensuite au Thermomix jusqu'à obtenir une texture parfaitement lisse.

Sauce aux pickles

Faites réduire 200 ml de jus de viande brun. Faire revenir l'échalote finement émincée jusqu'à coloration dorée, ajoutez les pickles, puis le jus de viande. Incorporez 200 ml de crème entière et faites réduire jusqu'à obtention d'une sauce lisse. Terminez avec une noix de beurre fermier.

Chou-fleur fumé

Préparez le chou-fleur comme prévu et apportez-lui une délicate saveur fumée afin de compléter harmonieusement la longe de porc.

Pomme de terre des polders au saindoux fumé

Préparez la pomme de terre des polders et terminez avec du saindoux fumé, afin que ses notes terreuses s'accordent harmonieusement avec le porc grillé à feu ouvert et le chou-fleur fumé.

Déclinaisons de carotte

Travaillez la carotte sous différentes textures afin de créer des contrastes de saveurs, de texture en bouche et de présentation.

Finition & dressage

Dressez harmonieusement les différents éléments sur l'assiette. Terminez avec une sélection de fines herbes de PUURGroenten NL.


THE MASTERCOOKS OF BELGIUM

TASTE

XAVORIA

Xavoria gerijpt & dooraderd rundvlees - Paksoi - Truffelaardappeltaartje
Gerookte picanha - Aubergine - Gelakte raapjes

XAVORIA

Bœuf Xavoria maturé & persillé - Pak-choï - Tartelette de pommes de terre à la truffe
Picanha fumée - Aubergine - Navets laqués

Auberginetartaar

Snijd de aubergines in twee en maak met een mes een ruitpatroon in het vruchtvlees. Besprenkel met olijfolie en kruid met rozemarijn, oregano en look. Gaar in een voorverwarmde oven op 180 °C tot het vruchtvlees beetgaar en mooi geroosterd is. Haal uit de oven, verwijder het vruchtvlees en versnijd fijn tot een tartaar. Breng op smaak met zeezout, versgemalen peper en een fijne toets olijfolie.

Truffelaardappeltaartje

Schil de polderaardappelen en versnijd ze in fijne, gelijkmatige schijfjes. Boter individuele vormpjes zorgvuldig in. Bouw het taartje laag per laag op met de aardappelschijfjes en verdeel tussen de lagen telkens een fijne hoeveelheid truffelpasta. Dek af met boterpapier en laat langzaam garen in een voorverwarmde oven op 160 °C, tot de aardappelen volledig gaar zijn en het taartje mooi gebonden is. Laat kort rusten alvorens te ontvormen.

Gelakte raapjes

Reinig en versnijd de raapjes gelijkmatig. Doe ze samen met hoeveboter, tijm, honing en groentebouillon in een vacuümzak en trek vacuüm. Gaar tot de raapjes mooi beetgaar zijn. Haal uit de vacuümzak en bak of grill ze kort voor het dresseren, zodat ze een mooie glans en lichte karamellisatie krijgen.

Xavoria gerijpt & dooraderd rundvlees

Vlees geselecteerd door huis Geyskens Delikatessen

Haal het gerijpte rundvlees tijdig uit de koeling en laat het rustig op kamertemperatuur komen. Grill het vlees op open vuur tot de gewenste cuisson. Laat het na het grillen voldoende rusten, zodat de vleessappen zich opnieuw mooi kunnen verdelen. Versnijd in mooie plakken en werk af met fijne zoutbloempjes.

Afwerking

Dresseer het Xavoria gerijpte rundvlees met de auberginetartaar, het truffelaardappeltaartje, de gelakte raapjes en paksoi. Werk het gerecht af met een krachtige rundvleesjus en een fijne crumble van gerookte picanha.

Tartare d'aubergine

Coupez les aubergines en deux et quadrillez la chair à l'aide d'un couteau. Arrosez d'huile d'olive et assaisonnez de romarin, d'origan et d'ail. Faites cuire dans un four préchauffé à 180 °C jusqu'à ce que la chair soit tendre et joliment rôtie. Retirez du four, prélevez la chair et hachez-la finement pour obtenir un tartare. Assaisonnez de fleur de sel, de poivre fraîchement moulu et d'un filet d'huile d'olive.

Tartelette de pommes de terre à la truffe

Épluchez les pommes de terre des polders et coupez-les en fines rondelles régulières. Beurrez soigneusement des moules individuels. Montez la tartelette couche par couche avec les rondelles de pommes de terre, en répartissant une fine quantité de pâte de truffe entre chaque couche. Couvrez de papier cuisson et faites cuire lentement dans un four préchauffé à 160 °C, jusqu'à ce que les pommes de terre soient parfaitement cuites et que la tartelette se tienne bien. Laissez reposer quelques instants avant de démouler.

Navets laqués

Nettoyez et taillez les navets de manière régulière. Placez-les dans un sac sous vide avec du beurre fermier, du thym, du miel et du bouillon de légumes, puis mettez sous vide. Faites cuire jusqu'à ce que les navets soient tendres tout en restant légèrement croquants. Retirez-les du sac et poêlez-les ou grillez-les brièvement avant le dressage afin d'obtenir une belle brillance et une légère caramélisation.

Bœuf Xavoria maturé & persillé

Viande sélectionnée par la maison Geyskens Delikatessen

Sortez le bœuf maturé du réfrigérateur suffisamment à l'avance et laissez-le venir progressivement à température ambiante. Grillez la viande à feu ouvert jusqu'à la cuisson souhaitée. Après la cuisson, laissez reposer suffisamment afin que les jus se répartissent à nouveau uniformément dans la viande. Découpez en belles tranches et terminez avec quelques cristaux de fleur de sel.

Finition

Dressez le bœuf Xavoria maturé avec le tartare d'aubergine, la tartelette de pommes de terre à la truffe, les navets laqués et le pak-choï. Terminez le plat avec un jus de bœuf corsé et un crumble délicat de picanha fumée.



CHÂTEAU MONT ROYAL

Het kasteelleven zonder het protocol

La vie de château sans le protocole

Op vijfenveertig minuten van Parijs, midden in het bos van Chantilly, heeft een voormalig jachtverblijf, ooit bedacht door een componist, een nieuw leven gekregen als vijfsterrenhotel. Met zijn muzieksalon, eeuwenoude houtbetimmeringen en de belofte van totale ontspanning kiest het InterContinental Chantilly Château Mont Royal voor een vorm van luxe die niet probeert te imponeren, maar waar de tijd lijkt stil te staan. Een heel eigen invulling van het kasteelleven.

À quarante-cinq minutes de Paris, au milieu de la forêt de Chantilly, un ancien relais de chasse imaginé par un compositeur s'est réinventé en hôtel cinq étoiles. Entre salon de musique, boiseries centenaires et promesses de déconnexion, l'InterContinental Chantilly Château Mont Royal fait place à un luxe qui ne cherche pas à impressionner, où le temps semble suspendu. Une certaine idée de la vie de château.

© Charles Thiéfaine

HET BOS ALS HORIZON

Je moet Parijs achter je laten, met zijn claxons en overvolle terrassen, richting Chantilly rijden en vervolgens steeds dieper het bos intrekken. De bomen komen dichter bij elkaar, het geluid verstomt. En plots, aan het einde van een oprijlaan, verschijnt het kasteel. Een imposant gebouw in lichte natuursteen, bekroond met leien daken, alsof het geduldig heeft gewacht tot iemand het opnieuw zou komen bezoeken.

Je zou denken dat het om een aristocratische residentie uit het ancien régime gaat. Niets is minder waar. Château Mont Royal is een fantasierijke creatie uit het begin van de twintigste eeuw, gebouwd voor een man die evenveel van muziek hield als van de uitgestrekte natuur. Vandaag biedt het InterContinental Chantilly Château Mont Royal achter deze sprookjesachtige gevel 91 kamers en 18 suites, een spa, restaurants en terrassen met uitzicht op de boomtoppen aan.

Terwijl de hotelsector steeds meer ervaringen en concepten ontwikkelt, zet Mont Royal in op een bijna ouderwets genoegen: helemaal niets hoeven te doen. Of beter gezegd: zelf kunnen kiezen wat je doet.

EEN KASTEEL UIT LIEFDE VOOR MUZIEK

Het verhaal begint in 1906. Fernand Halphen, een Franse componist uit een welgestelde familie, geeft architect Guillaume Tronchet de opdracht om een jachtverblijf te bouwen op een heuvel boven het bos. De werken worden in 1911 voltooid.
Het gebouw wordt opgedragen aan zijn echtgenote Alice, mecenas en filantrope.

Maar Fernand Halphen droomt niet alleen van jachtpartijen en mondaine ontvangsten. Hij wil ook een huis waar muziek centraal staat.

In het hart van het gebouw laat hij een echte concertzaal inrichten, geïnspireerd op de Opéra-Comique in Parijs. Een intiem theater, met een zorgvuldig bestudeerde akoestiek, waar hij privéconcerten organiseert. Meer dan een eeuw later heeft de ruimte een andere functie gekregen, maar de oorspronkelijke geest is niet helemaal verdwenen: het voormalige muzieksalon huisvest vandaag L'Opéra, het hoofdrestaurant van het hotel.

In plaats van het verleden uit te wissen om de codes van een hedendaags luxehotel op te leggen, bouwt Mont Royal verder op zijn eigen geschiedenis. De voormalige bibliotheek en de bijbehorende rookkamer werden omgevormd tot de bar Le Stradivarius. De betimmeringen in eiken- en kersenhout bleven behouden. Jachtmotieven herinneren aan de oorspronkelijke bestemming van het landgoed. Zelfs de meest merkwaardige details maken deel uit van het verhaal: ooit beschikte het kasteel over een lift die voortdurend in beweging was en waarin je al lopend moest in- en uitstappen. Volgens de overlevering deed die ook dienst als brievenbus voor verliefde personeelsleden.

Er schuilt iets heerlijk romantisch in die tijd waarin men kastelen bouwde om naar muziek te luisteren, en liften liefdesbriefjes vervoerden. ···→

LA FORÊT POUR HORIZON

Il faut quitter Paris, ses klaxons et ses terrasses bondées. Prendre la direction de Chantilly, puis s'enfoncer dans la forêt. Les arbres se resserrent, le bruit s'efface. Et soudain, au détour d'une allée, le château apparaît. Une imposante demeure de pierre claire, coiffée de toitures d'ardoise, qui semble avoir attendu patiemment qu'on vienne lui rendre visite.

On pourrait croire à une résidence aristocratique héritée de l'Ancien Régime. Détrompez-vous. Le Château Mont Royal est une fantaisie du début du XXe siècle, construite pour un homme qui aimait autant la musique que les grands espaces. Aujourd'hui, derrière cette façade aux allures de conte de fée, l'InterContinental Chantilly Château Mont Royal déploie ses 91 chambres et 18 suites, son spa, ses restaurants et ses terrasses ouvertes sur la cime des arbres.

Alors que l'hôtellerie multiplie les expériences et les concepts, le Mont Royal mise sur un plaisir presque désuet : celui de ne rien avoir à faire. Ou plutôt, en avoir le choix.

UN CHÂTEAU POUR L'AMOUR DE LA MUSIQUE

L'histoire commence en 1906. Fernand Halphen, compositeur français issu d'une famille aisée, confie à l'architecte Guillaume Tronchet la construction d'un relais de chasse sur une colline dominant la forêt. Les travaux s'achèvent en 1911. L'édifice est dédié à son épouse Alice, mécène et philanthrope.



© Charles Thiéfaine

Mais Fernand Halphen ne rêve pas seulement de chasse et de réceptions mondaines, il souhaite aussi une maison pour la musique.

Au cœur du bâtiment, il fait aménager une véritable salle de spectacle inspirée de l'Opéra-Comique de Paris. Un théâtre intime, à l'acoustique étudiée, où il organise des concerts privés. Plus d'un siècle plus tard, la scène a changé de fonction, mais pas complètement d'esprit : l'ancien salon de musique abrite désormais L'Opéra, le restaurant principal de l'hôtel.

Plutôt que d'effacer les usages anciens pour imposer les codes d'un palace contemporain, le Mont Royal s'appuie sur sa propre histoire. L'ancienne bibliothèque et son fumoir sont devenus le bar ···→


© Charles Thiéfaine

LUXE OP EEN ANDER RITME

De kamers versterken het gevoel van een huis waarin echt geleefd wordt. Sierlijsten, balkons met balustrades, royale ruimtes en natuurlijk licht gaan er samen met een meer eigentijdse inrichting. De Suite Royale, met haar belle-époquerotonde, marmeren open haard en vrijstaand bad op pootjes, trekt volop de kaart van de Franse romantiek.

Maar het belangrijkste bevindt zich elders, achter de ramen. Het bos van Chantilly bepaalt hier immers het ritme. ‘s Ochtends kun je tussen de bomen wandelen, op de fiets stappen, midden in het bos tennissen of kennismaken met de paardensporttraditie van de streek.

‘s Namiddags kun je evengoed besluiten om helemaal niets te doen. Een duik nemen in het binnenzwembad, genieten van de sauna met uitzicht op de bomen of jezelf bij mooi weer trakteren op een massage in de buitenlucht. Nietsdoen betekent ook even ontsnappen aan de voortdurende drang om productief te zijn. In een sector die geobsedeerd lijkt door een steeds uitgebreider dienstenaanbod, verfijning en het etaleren van rijkdom, verschuift het zwaartepunt van hedendaagse luxe. Tijd, stilte, ruimte en de

Stradivarius. Les boiseries en chêne et en merisier ont été conservées. Les motifs de chasse rappellent la vocation originelle de la demeure. Jusqu’aux détails les plus incongrus : le château possédait autrefois un ascenseur fonctionnant en continu, dans lequel il fallait monter et descendre en marche. On raconte qu’il servait aussi de boîte aux lettres au personnel amoureux.

Il y a quelque chose de délicieusement romanesque dans cette époque où l’on construisait des châteaux pour écouter de la musique et où les ascenseurs transportaient des billets doux.

LE LUXE A CHANGÉ DE RYTHME

Les chambres prolongent cette impression de maison habitée. Moulures, balcons à balustrade, volumes généreux et lumière naturelle dialoguent avec un aménagement plus contemporain. La Suite Royale, avec sa rotonde Belle Époque, sa cheminée en marbre et sa baignoire sur pieds, joue franchement la carte du romantisme à la française.

Mais l’essentiel se trouve ailleurs, derrière les fenêtres, parce que la forêt de Chantilly impose son rythme. Le matin, on peut partir marcher entre les arbres, enfourcher un vélo, jouer au tennis en pleine forêt ou découvrir la tradition équestre de la région.

L’après-midi, on peut aussi décider de ne rien faire. Rejoindre la piscine intérieure, profiter du sauna avec vue sur les arbres ou s’offrir, aux beaux jours, un massage en extérieur. Ne rien faire, c’est aussi échapper un instant au culte de la productivité. Dans une industrie obsédée par l’accumulation de services, la sophistication et la démonstration de richesse, le luxe contemporain semble déplacer son centre de gravité. Le temps, le silence, l’espace et la possibilité de se soustraire au quotidien deviennent des privilèges à part entière.

Reste que la déconnexion cinq étoiles demeure une expérience réservée à ceux qui peuvent se l’offrir. C’est aussi tout le paradoxe de cette nouvelle économie du bien-être : vendre, parfois très cher, ce dont nos modes de vie contemporains nous privent progressivement.


© Charles Thiéfaine


© Charles Thiéfaine


© Charles Thiéfaine


© Charles Thiéfaine

mogelijkheid om even afstand te nemen van het dagelijkse leven worden privileges op zich.

Toch blijft deze vijfsterrenontsnapping aan de dagelijkse drukte voorbehouden aan wie ze zich kan veroorloven. Precies daarin schuilt de paradox van de nieuwe wellnesseconomie: soms tegen een bijzonder hoge prijs verkopen wat onze hedendaagse levensstijl ons geleidelijk ontneemt.

AAN TAFEL LEEFT DE GESCHIEDENIS VERDER

In het voormalig muzieksalon brengt L'Opéra vandaag een meer gastronomische compositie. Onder de hoge plafonds en kroonluchters staat een keuken centraal die aansluit bij de traditie van de Franse brasserie, met bijzondere aandacht voor lokale producenten.

Op zondag bestaat de brunch uit een royale selectie van zeevruchten, vis, regionale kazen en desserts. Bij het ontbijt wordt onder andere honing geserveerd die door het hotel zelf wordt geproduceerd.

Le Stradivarius, ondergebracht in de voormalige bibliotheek, biedt een heel andere sfeer: intiem, discreet en behaaglijk. Je komt er voor een kopje thee in de namiddag, voor een cocktail 's avonds of voor gerechten om te delen. Wanneer het weer het toelaat, vormt het terras met uitzicht op het bos een aangenaam verlengstuk van die ervaring.

Maar wie Chantilly zegt, kan op gastronomisch vlak onmogelijk voorbijgaan aan de beroemdste specialiteit van de streek. Daarom staken we zelf de handen uit de mouwen, of beter gezegd: we namen de garde ter hand tijdens een workshop rond crème Chantilly in het hotel. Onze begeleidster Romane wijdde ons in de geheimen van deze bereiding in. Room, suiker, wat spierkracht en vooral de juiste techniek. Onder haar begeleiding kloppen we, observeren we de textuur en leren we het precieze moment herkennen waarop de room die luchtige consistentie krijgt waaraan hij zijn reputatie te danken heeft. Een even vrolijk als smakelijk moment dat eraan herinnert dat de meest memorabele ervaringen niet noodzakelijk de meest spectaculaire hoeven te zijn. ···→

À TABLE, L'HISTOIRE CONTINUE

Dans l'ancien salon de musique, L'Opéra joue aujourd'hui une partition plus gourmande. Sous les hauts plafonds et les lustres, la cuisine revendique l'esprit d'une brasserie française, avec une attention portée aux producteurs locaux.

Le dimanche, le brunch rassemble fruits de mer, poissons, fromages régionaux et desserts dans une mise en scène généreuse. Au petit déjeuner, on retrouve notamment le miel produit par l'hôtel.

Le Stradivarius, installé dans l'ancienne bibliothèque, offre une autre atmosphère. Feutrée et confidentielle. On y vient pour un thé l'après-midi, un cocktail en soirée, quelques assiettes à partager. Lorsque le temps le permet, la terrasse prolonge le plaisir face à la forêt.

Mais à Chantilly, impossible de parler de gastronomie sans évoquer sa plus célèbre spécialité. Nous avons donc mis la main à la pâte, ou plutôt au fouet, lors d'un atelier de crème Chantilly organisé à l'hôtel. Aux commandes, Romane, qui nous initie aux secrets de cette préparation. De la crème, du sucre, un peu d'huile de coude et surtout le bon geste. Sous ses conseils, on fouette, on observe la texture, on apprend à reconnaître le moment où la crème prend cette consistance aérienne qui a fait sa réputation ! Un moment aussi joyeux que gourmand, qui rappelle que les expériences les plus mémorables ne sont pas nécessairement les plus spectaculaires.

CHANTILLY, TOUT UN MONDE À EXPLORER.

La vie de château ne s'arrête pas aux grilles du Mont Royal. Il y a les Grandes Écuries, l'hippodrome, les balades à cheval, le polo et les vastes forêts alentour. Sans oublier les rallyes automobiles et les escapades sur les routes de la région, particulièrement appréciés de la clientèle belge. S'il est une visite à ne pas manquer, c'est bien celle du château de Chantilly, à quelques kilomètres de là.

Notre visite se fait en compagnie d'une guide qui semble tout droit sortie d'un épisode de Secrets d'Histoire, avec Stéphane Bern. Passionnée, théâtrale juste ce qu'il faut, elle fait revivre les personnages comme s'ils avaient quitté les salons la veille. On aurait volontiers prolongé la visite de deux heures. ···→


© Charles Thiéfaine

CHANTILLY, EEN WERELD OM TE ONTDEKKEN

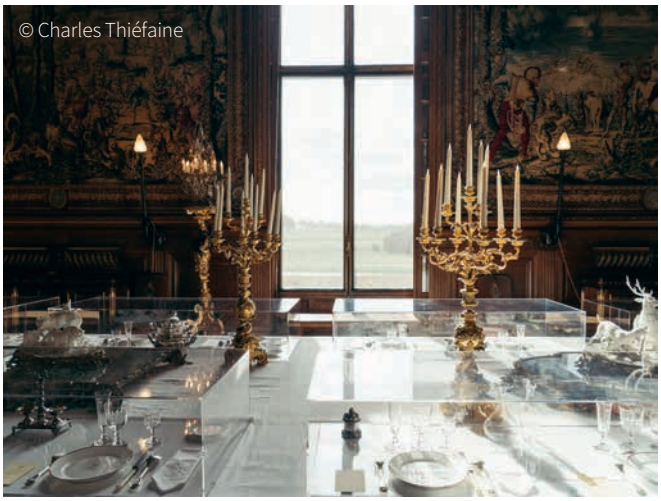
Het kasteelleven houdt echter niet op aan de toegangspoorten van Mont Royal. Er zijn de Grandes Écuries, de paardenrenbaan, de paardrijtochten, het polo en de uitgestrekte omliggende bossen. En niet te vergeten: de autorally's en ontdekkingstochten langs de wegen van de streek, die bijzonder in de smaak vallen bij het Belgische cliënteel. Als er één bezoek is dat je absoluut niet mag missen, dan is het wel dat aan het Château de Chantilly, enkele kilometers verderop.

We verkennen het kasteel in het gezelschap van een gids die zo uit een aflevering van Secrets d'Histoire met Stéphane Bern lijkt te zijn gestapt. Gepassioneerd en net theatraal genoeg brengt ze de historische personages opnieuw tot leven alsof ze de salons pas gisteren hebben verlaten. We hadden de rondleiding met plezier nog twee uur langer laten duren.

Ze vertelt ons over Henri d'Orléans, hertog van Aumale, die het domein erfde toen hij amper acht jaar oud was. Over de vernielingen tijdens de Franse Revolutie, de wederopbouw en de beroemde bezoekers, onder wie keizerin Sissi. Elke zaal onthult een nieuw verhaal. Achter elk portret schuilt een intrige.

Deze uitstap naar Chantilly geeft het verblijf een extra dimensie. Je komt hier niet langer alleen om in een kasteel midden in het bos te overnachten, maar ook om een streek te ontdekken die gevormd werd door eeuwen geschiedenis, cultuur, landschappen en paardensporttradities.

Daarin schuilt een van de boeiendste uitdagingen voor de luxehotellerie: het hotel niet langer beschouwen als een op zichzelf staande bestemming, maar als een toegangspoort tot de streek waarin het verankerd is.


© Charles Thiéfaine

Elle nous raconte Henri d'Orléans, duc d'Aumale, héritier du domaine alors qu'il n'a que huit ans. Les destructions de la Révolution, les reconstructions, les visiteurs illustres, dont l'impératrice Sissi. À chaque salle, une nouvelle histoire. À chaque portrait, une intrigue.

Ce détour par Chantilly donne au séjour une autre épaisseur. On ne vient plus seulement dormir dans un château au milieu des bois, mais traverser un territoire façonné par des siècles d'histoire, de culture, de paysages et de traditions équestres.

Il s'agit de l'un des enjeux les plus intéressants pour l'hôtellerie haut de gamme : ne plus considérer l'établissement comme une destination autosuffisante, mais comme une porte d'entrée vers son territoire.



PMD sorteren hoort op het menu van elke zaak.

Serveer én sorteer jij volgens de regels van de kunst?
Bestel gratis de PMD-sorteeraffiche voor horeca op desorteerwinkel.be

Samen goed sorteren, beter recycleren

Fostplus



Le Saint-Guidon *by Sir Kwinten*

of hoe Anderlecht ook culinair scoort

ou comment Anderlecht marque aussi des points sur le terrain culinaire

Op 27 augustus ll., de dag van de returnwedstrijd tegen Kairat Almaty in de laatste voorronde van de Europa League, heropende het restaurant Saint-Guidon van RSCA Anderlecht zijn deuren na renovatie. Het restaurant staat voortaan, en dit voor 3 jaar, onder leiding van Glenn Verhasselt en Yanick Dehandschutter, respectievelijk chef en sommelier van de tweesterrenzaak Sir Kwinten op de Markt in Lennik, ook goed voor 17,5 op 20 punten bij Gault&Millau.

Le 27 août dernier, jour du match retour contre Kairat Almaty lors du dernier tour préliminaire de l'Europa League, le restaurant Saint-Guidon du RSCA Anderlecht a rouvert ses portes après rénovation. Pour les trois prochaines années, le restaurant sera placé sous la direction de Glenn Verhasselt et Yanick Dehandschutter, respectivement chef et sommelier du restaurant doublement étoilé Sir Kwinten, situé sur le Markt à Lennik et également crédité d'une note de 17,5/20 chez Gault&Millau.

Beide partijen waren voor mekaar geen onbekende, want in mei 2025 verzorgde **Glenn Verhasselt** al eens een exclusief diner voor de partners van paars-wit in het Atomium, in aanloop van de verloren bekerfinale tegen Club Brugge, en ook 3 jaar geleden was er als eens een samenwerking.

"Eigenlijk hadden we al twee geslaagde 'testmatchen' achter de rug, en het is dan ook leuk om in Saint-Guidon onze Sir Kwinten visie te kunnen brengen, aldus de fiere chef, die ooit zelf doelman was maar van zijn sportieve ambities diende af te zien toen hij naar de hotelschool Ter Duinen in Koksijde trok; de combinatie was te zwaar. Yanick en mezelf zijn overigens ook al vele jaren supporters. Ik hoop dat de spelers alvast een goed seizoen zullen spelen".

In het restaurant, dat in een vorig leven een Michelin ster behaalde en ook 3 jaar gerund werd door chef Yves Mattagne, is er plaats voor maximaal 120 personen. Het is enkel geopend ter gelegenheid van de thuiswedstrijden van Anderlecht. Door de kwalificatie voor de League Phase in de Europa League zijn er alvast 4 bijkomende Europese avonden tot januari. Je moet geen clubabonnement hebben om te reserveren.

Gasten die bekend zijn met Sir Kwinten vinden in restaurant Saint-Guidon dezelfde culinaire visie terug, en dat bleek ook meteen uit het menu tijdens de openingsavond.

"We werkten een viergangenmenu uit waarin we onze eigen stijl herkenbaar hebben gemaakt, aldus de chef. In eerste instantie brengen wij, als koud voorgerecht, onze "andere" versie van een klassieke vitello tonnato, met Balfego Bluefin tonijn. Als warme bereiding is er een langoustine, een signature dish van het huis, gevolgd door een volledig ontbeend kwarteltje uit de Dombes, met spitskool en een verfijnde saus. We sluiten af met een dessert van Pajotse aardbei met Griekse yoghurt". ···→

"Je moet jezelf elke dag opnieuw bewijzen, net zoals een voetbalkeeper die geen goal mag binnenlaten"

« Il faut faire ses preuves chaque jour, comme un gardien de but qui ne peut pas encaisser de goal »

Les deux parties ne sont pas des inconnues l'une pour l'autre. En mai 2025, ***Glenn Verhasselt*** *avait déjà signé un dîner exclusif destiné aux partenaires des Mauves et Blancs à l'Atomium, à l'approche de la finale de Coupe perdue contre le Club Bruges. Une première collaboration avait par ailleurs déjà eu lieu trois ans auparavant.*

« En réalité, nous avions déjà disputé deux "matches tests" concluants. C'est donc très agréable de pouvoir apporter au Saint-Guidon la vision de Sir Kwinten », explique le chef avec fierté. « J'ai moi-même été gardien de but, mais j'ai dû renoncer à mes ambitions sportives lorsque je suis entré à l'école hôtelière Ter Duinen à Coxyde : combiner les deux était devenu trop difficile. Yanick et moi sommes d'ailleurs supporters du club depuis de nombreuses années. J'espère en tout cas que les joueurs réaliseront une belle saison. »

Le restaurant, qui a décroché une étoile Michelin dans une vie antérieure et qui a également été dirigé pendant trois ans par le chef Yves Mattagne, peut accueillir jusqu'à 120 personnes. Il ouvre uniquement à l'occasion des matches à domicile d'Anderlecht. Grâce à la qualification pour la League Phase de l'Europa League, quatre soirées européennes supplémentaires viendront déjà s'ajouter au calendrier jusqu'en janvier. Il n'est pas nécessaire de disposer d'un abonnement au club pour réserver.

Les habitués de Sir Kwinten retrouveront au restaurant Saint-Guidon la même vision culinaire. Le menu proposé lors de la soirée d'ouverture en a immédiatement apporté la preuve.

« Nous avons élaboré un menu quatre services dans lequel notre style est clairement reconnaissable », explique le chef. « Nous proposons tout d'abord, en entrée froide, notre version 'différente' du classique vitello tonnato, avec du thon rouge Balfegó Bluefin. Vient ensuite une langoustine en préparation chaude, l'un des plats signature de la maison, suivie d'une caille des Dombes entièrement désossée, accompagnée de chou pointu et d'une sauce raffinée. Nous terminons avec un dessert autour de la fraise du Pajottenland et du yaourt grec. » ···→







Sommelier **Yanick Dehandschutter** opteerde voor een champagne van het huis Taittinger als aperitief, en vervolgens voor een Vacqueras Blanc 2024 van het door Gentenaar Erwin Devriendt geleide wijndomein Clos des Frères. Als rode werd een 2019 wijn van het huis Perinet Merit uit de Priorat regio genomen. Opnieuw een bewijs dat de chef en de sommelier zeer goed op mekaar zijn ingespeeld; een culinaire tandem zeg maar.

De CEO van Anderlecht **Kenneth Bornauw** stak zijn tevredenheid over de samenwerking overigens niet onder stoelen of banken.

"Om het in scouting voetbaltermen te verwoorden: de data van de chef waren heel goed, en ik ben dan ook heel trots om naast Glenn en Yanick te kunnen staan. Glenn is een topkok, en Yanick is al Sommelier of the Year (in 2019) geweest. We zochten naar een profiel dat kon voldoen aan de verwachting van onze zakelijke klanten, en dat hebben we bij hen gevonden. Hospitality is voor ons, als club, zeer belangrijk, en we staan hierin aan de top, in België maar ook daarbuiten".





Glenn Verhasselt, sinds 2 jaar lid van **The Mastercooks of Belgium**, kreeg volledige "carte blanche" bij de uitwerking van het concept.

"We hebben het decor van het restaurant volgens onze eigen smaak kunnen inrichten. Gasten van Sir Kwinten zullen bv. de nappen in gebroken wit (onze huisstijl), het servies en de glazen herkennen in restaurant Saint-Guidon. En in de keuken vinden we alles wat we nodig hebben. Net zoals in Sir Kwinten zullen we ook hier altijd met seizoensgebonden producten werken. We schenken ook veel aandacht aan de bediening. Alles moet gewoonweg kloppen".

Wat is het geheim van uw succes?

"Vrij eenvoudig eigenlijk. Je moet jezelf elke dag opnieuw bewijzen, net zoals een voetbalkeeper die geen goal mag binnenlaten. Ik apprecieer het alvast enorm om de legendarische Saint-Guidon verder te kunnen zetten. We gaan het beslist een nieuwe schwung geven".

Sir Kwinten zelf verhuist begin volgend jaar van Lennik naar een imposante vierkantshoeve in het nabijgelegen Gooik.

*Pour l'apéritif, le sommelier **Yanick Dehandschutter** a opté pour un champagne de la maison Taittinger, suivi d'un Vacqueyras Blanc 2024 du domaine Clos des Frères, dirigé par le Gantois Erwin Devriendt. Pour le vin rouge, le choix s'est porté sur un millésime 2019 de Perinet Merit, dans la région du Priorat. Une nouvelle preuve de la parfaite complicité entre le chef et le sommelier : un véritable tandem culinaire.*

***Kenneth Bornauw**, CEO d'Anderlecht, ne cachait pas non plus sa satisfaction concernant cette collaboration.*

« Pour reprendre le jargon des recruteurs: les données du chef étaient excellentes et je suis donc très fier de pouvoir me tenir aux côtés de Glenn et Yanick. Glenn est un grand chef et Yanick a déjà été élu Sommelier of the Year, en 2019. Nous recherchions un profil capable de répondre aux attentes de notre clientèle d'affaires, et nous l'avons trouvé avec eux. L'hospitalité est extrêmement importante pour nous en tant que club, et dans ce domaine, nous nous situons au sommet, en Belgique mais aussi au-delà de nos frontières. »

*Glenn Verhasselt, membre de **The Mastercooks of Belgium** depuis deux ans, a bénéficié d'une totale « carte blanche » pour développer le concept.*

« Nous avons pu aménager le décor du restaurant selon nos propres goûts. Les clients de Sir Kwinten reconnaîtront par exemple les nappes blanc cassé, caractéristiques de notre identité, mais aussi la vaisselle et les verres au restaurant Saint-Guidon. En cuisine, nous disposons de tout ce dont nous avons besoin. Comme chez Sir Kwinten, nous travaillerons toujours ici avec des produits de saison. Nous accordons également énormément d'attention au service. Tout doit tout simplement être juste. »


De voltallige keukenploeg / *L'équipe de cuisine au complet*

Quel est le secret de votre succès ?

« C'est assez simple, en réalité. Il faut faire ses preuves chaque jour, comme un gardien de but qui ne peut pas encaisser de goal. J'apprécie énormément de pouvoir poursuivre l'histoire du légendaire Saint-Guidon. Nous allons assurément lui insuffler un nouvel élan. »

Sir Kwinten lui-même quittera Lennik au début de l'année prochaine pour s'installer dans une imposante ferme en carré située à Gooik, toute proche.

« À cinq petites minutes en voiture du centre de Lennik, nous voulons proposer avec ce nouveau restaurant, qui sera au moins deux fois



Samen met CEO Kenneth Bornauw /
En compagnie du PDG Kenneth Bornauw



En met eigenaar Marc Coucke / *Et avec le propriétaire Marc Coucke*

"5 minuutjes autorijden van het centrum van Lennik verwijderd willen we met het nieuwe restaurant, dat minstens twee keer groter zal zijn dan het huidige, een "andere" beleving aanbrengen, inclusief enkele gastenkamers", aldus nog Glenn Verhasselt.

Saint-Guidon by Sir Kwinten eens uitproberen? In de aan de gang zijnde heenronde van de Jupiler Pro League speelt Anderlecht dit jaar nog thuismatchen tegen KVC Westerlo (30 oktober), OH Leuven (21 november), Sporting Charleroi (12 december) en Sint-Truiden (26 december).

Daarnaast zijn er nog drie Europese thuiswedstrijden in het kader van de UEFA Europa League: op 5 november tegen FC Salzburg, op 10 december tegen Hoffenheim en op 21 januari 2027 tegen Sunderland. Gaat het Europese avontuur nadien nog door, dan komen er uiteraard nog wedstrijden bij.

Saint-Guidon is ongetwijfeld 'het' culinaire naamkaartje van de club, maar daarnaast zijn er nog 5 andere concepten. In eerste instantie is dat **Table de Chef**, een concept waarbij elke beleving wordt aangepast aan de chef of het restaurant die deze plek overneemt. Vervolgens is er **Grand Place**, waar een klassiek driegangen menu geserveerd wordt, en waarbij er verschillende momenten gecreëerd worden waarin de wedstrijd of het sportieve verleden aan bod komen, zoals bv. club legends of het bespreken van de wedstrijdopstelling. **Mi-Temps** is dan weer een burger restaurant waar men zonder reservatie een signatuur hamburger kan ontdekken in 3 vormen (kip, vis of vlees). **Le Ket** is het enige restaurant op reservatie met een vast menu, bestaande uit garnaalkroket, een steak met sides en een dame blanche, geserveerd in een Brusselse brasserie omgeving. **Jardin des Saveurs** tenslotte is een buffet concept waarbij de cateraar elke wedstrijd seizoensgebonden producten aanbiedt (voorgerecht, hoofdgerecht en dessert). Voor de loges, Table de Chef en Grand Place wordt er samengewerkt met cateraar **J&M**, voor Mi-Temps, Le Ket et Jardin des Saveurs is dat met **Traiteur Paulus**.

Alle concepten samengevoegd worden er per wedstrijd minstens 1000 maaltijden geserveerd; bij topmatchen loopt dit nog verder op met een 20%. In het stadion kunnen er ook los van de wedstrijden evenementen plaatsvinden met een catering aanbod.

plus grand que l'établissement actuel, une expérience "différente", avec notamment plusieurs chambres d'hôtes », précise encore Glenn Verhasselt.

Envie de tester Saint-Guidon by Sir Kwinten ? Lors de la phase aller de la Jupiler Pro League actuellement en cours, Anderlecht disputera encore cette année des rencontres à domicile contre KVC Westerlo (30 octobre), OH Leuven (21 novembre), Sporting Charleroi (12 décembre) et Saint-Trond (26 décembre).

Trois autres rencontres européennes à domicile sont également programmées dans le cadre de l'UEFA Europa League : le 5 novembre contre le FC Salzbourg, le 10 décembre contre Hoffenheim et le 21 janvier 2027 contre Sunderland. Si l'aventure européenne se poursuit ensuite, d'autres rencontres viendront évidemment s'ajouter au calendrier.

*Saint-Guidon est sans aucun doute « la » carte de visite gastronomique du club, mais cinq autres concepts complètent l'offre. Il y a tout d'abord **Table de Chef**, un concept dans lequel chaque expérience est adaptée au chef ou au restaurant qui investit temporairement les lieux. Vient ensuite **Grand Place**, où est servi un menu classique en trois services, ponctué de différents moments mettant à l'honneur le match ou le passé sportif du club, avec par exemple la présence de légendes du club ou l'analyse de la composition de l'équipe. **Mi-Temps** est quant à lui un restaurant de burgers accessible sans réservation, où l'on peut découvrir un hamburger signature décliné en trois versions : poulet, poisson ou viande. **Le Ket** est le seul restaurant sur réservation proposant un menu fixe composé d'une croquette aux crevettes, d'un steak avec accompagnements et d'une dame blanche, le tout servi dans une ambiance de brasserie bruxelloise. Enfin, **Jardin des Saveurs** est un concept de buffet dans lequel le traiteur propose, à chaque match, des produits de saison déclinés en entrée, plat principal et dessert. Pour les loges, Table de Chef et Grand Place, le club collabore avec le traiteur **J&M**. Mi-Temps, Le Ket et Jardin des Saveurs sont quant à eux exploités en collaboration avec **Traiteur Paulus**.*

Tous concepts confondus, au moins 1000 repas sont servis à chaque rencontre. Lors des matches au sommet, ce chiffre augmente encore d'environ 20 %. En dehors des jours de match, le stade peut également accueillir des événements assortis d'une offre de catering.

www.rsca.be



Millésime BIO 2027

Wijn om met vrienden van te genieten
Le vin des copains

Authentiek, gezellig en dicht bij de natuur: biowijnen zijn bij uitstek wijnen om met vrienden van te genieten. Ze zijn afkomstig van een wijnbouw die het milieu respecteert en staan symbool voor samen genieten, eenvoud en ongecompliceerd plezier. Achter deze wijnen staan gepassioneerde wijnbouwers die elk hun eigen verhaal vertellen: dat van een terroir en een uniek vakmanschap. Eerlijke, pure wijnen om samen met vrienden te ontkurken aan een gezellige tafel, waar niet het etiket telt, maar vooral het plezier van het samenzijn.

Authentiques, conviviaux et proches de la nature, les vins bio sont des vins de copain. Issus d'une viticulture respectueuse de l'environnement, ils incarnent une idée certaine du partage, de la simplicité et du plaisir sans prétention. Portés par des vignerons passionnés, ils racontent une histoire : celle d'un terroir et d'un savoir-faire. Des vins vrais, à ouvrir entre amis, autour d'une bonne table, où l'essentiel n'est pas l'étiquette, mais le plaisir d'être ensemble.

DE SELECTIE VAN ERIC BOSCHMAN

Eric Boschman is de perfecte belichaming van die goede vriend met wie je graag lacht en het glas heft. Hij deelt met ons zijn voorselectie uit de wijnen die in 2027 op de beurs zullen worden voorgesteld.

Als iconische sommelier binnen de Belgische gastronomische wereld, columnist en gepassioneerd levensgenieter, werd Eric Boschman lang geleden uitgeroepen tot beste sommelier van België. Hij noemt zichzelf graag 'Winaurus Rex' en beheerst al bijna veertig jaar de kunst om met humor en gezelligheid over wijn te vertellen. Als bekende mediapersoonlijkheid in Franstalig België deelt hij al decennialang zijn passie voor wijn en gastronomie via de geschreven pers, radio, televisie en voorstellingen waarin humor en wijnkennis hand in hand gaan.

LA SÉLECTION D'ERIC BOSCHMAN

Incarnation parfaite du copain avec qui on aime rire et trinquer, Eric Boschman nous fait part de sa présélection parmi les cuvées qui seront exposées au salon en 2027.

Sommelier emblématique de la scène gastronomique belge, chroniqueur et épicurien passionné, meilleur sommelier de Belgique il y a longtemps, « Winaurus Rex » comme il se définit lui-même, Eric Boschman cultive depuis près de quarante ans l'art de parler du vin avec humour et convivialité. Personnalité médiatique bien connue en Belgique francophone, il partage depuis plusieurs décennies sa passion pour le vin et la gastronomie à travers la presse, la radio, la télévision et des spectacles mêlant humour et œnologie.



Grain de folie 2025

Carignan, Cinsault, Grenache noir, Syrah — Sans IG (Vin de France)

Een assemblage waarin Cinsault duidelijk de hoofdrol speelt. De wijn heeft een zeer lichte, heldere kleur. In de neus ontdekken we kersen en klein rood fruit, met toetsen van aardbei en rode bes. Het geheel is bijzonder vrolijk en nodigt uit om er meteen in te bijten. In de mond is de smaak rond, zonder tannines. Het is een wijn die je gerust licht gekoeld kunt serveren. Hij drinkt heerlijk soepel weg: het soort fles dat leeg is voordat je het goed en wel beseft. Ik ben er echt bijzonder enthousiast over. Dit is precies het soort wijn waarvan ik denk dat hij nieuwe, jonge consumenten kan aantrekken die wat huiverig staan tegenover wijn en niet echt weten wat het is.

Un assemblage majoritairement Cinsault. On a une robe qui est très légère, lumineuse. Au nez, on est sur de la cerise, des petits fruits rouges, il y a un peu de fraise, de la groseille. C'est très joyeux, ça donne envie de croquer dedans. En bouche, on est dans la rondeur sans tannins. C'est un vin qui peut se boire un peu frais. Parfait, ça glisse tout seul, le genre de bouteille que l'on termine avant de s'en rendre compte. Vraiment, j'aime beaucoup beaucoup. Cela fait partie du genre de vins que je pense être des vins qui permettent de ramener des jeunes consommateurs qui ont peur du vin et qui ne savent pas ce que c'est.



Château Lancyre, Lancyre en liberté

Cinsault, Marselan, Merlot — Saint-Guilhem-le-Désert IGP

Een assemblage met Cinsault, ditmaal aangevuld met Merlot en Marselan, eveneens een bijzonder interessant druivenras. De wijn heeft een diepe robijnrode kleur, met aan de randen een lichte evolutie, helder en doorzichtig. In de neus barst het aroma werkelijk los. We ruiken viooltjes en muurbloemen, naast rood fruit. Vooral zwarte bes komt duidelijk naar voren, gevolgd door een peperige toets die zich ontwikkelt bij het beluchten. Mooi complex. In de mond is de smaak bijzonder rond en soepel, met lichte tannines in de afdronk. De wijn heeft voldoende structuur, zonder dat hij zwaar wordt. De aanzet is bijna zacht, waarna de wijn verfijnder wordt wanneer de zuren en tannines zich laten gelden. Een mooie rode wijn om de maaltijd mee te beginnen.

Assemblage de Cinsault, mais avec du Merlot et du Marselan, un cépage fort intéressant aussi. La robe est rubis foncé avec un côté un peu évoluant sur les bords, brillante, tout à fait limpide. Au nez, ça éclate, vraiment. Il y a de la violette, de la giroflée, évidemment des fruits rouges. Du cassis vient derrière assez nettement et puis le côté poivre qui apparaît à l'oxygénation. C'est joliment complexe. La bouche est très ronde, souple avec des tannins légers sur la fin. Il y a de la mâche, mais pas de lourdeur, il y a un côté presque doux en début de bouche qui s'affine avec l'acidité qui apparaît avec les tannins. C'est un joli rouge de début de repas.



Le Cèdre, Extra libre 2025

Malbec — Cahors AOP

Deze wijn zit echt goed in elkaar en heeft het karakter van een moderne Cahors. Hij barst van de aroma's, met viooltjes en een toets van rubber. Echt lekker. Dit is een schoolvoorbeeld van de vernieuwing binnen de appellation: wijnen die lichter en verfijnder zijn, maar tegelijk hun wortels behouden. Een knappe prestatie.

Lui, il est vraiment bien, c'est typé Cahors moderne. Aromatique en plein, de la violette, le côté caoutchouc. C'est vraiment bon. C'est très symptomatique du renouveau de l'appellation. Des vins qui sont plus légers, plus en finesse mais qui gardent leurs racines. C'est un joli coup de Maître.



Domaine Gayrard, Duras

Duras — AOP Gaillac

Duras als druivenras: dat kom je niet vaak tegen. Ik ben er erg enthousiast over. Hij heeft echt alles wat je van een karaktervolle rode natuurwijn mag verwachten: frisheid, een levendige zuurgraad en een zuivere smaak, met mooie toetsen van rode bes. Vervolgens komen er aangename, uitgesproken kruidige aroma's naar voren. Bovendien is hij bijzonder lichtvoetig. Een van de grote ontdekkingen van deze selectie. Verrassend, en wel in de meest positieve zin van het woord. Alles klopt: een mooi evenwicht, met net dat beetje extra karakter dat deze wijn zo aantrekkelijk maakt.

Duras comme cépage, c'est pas courant. J'aime beaucoup, c'est vraiment très typé des rouges "nature". On a cette fraîcheur, cette trame acidulée, sans défaut, avec une jolie bouche, de la groseille. Puis un côté très épicé, très chouette qui apparaît. C'est hyper léger. Une des révélations de cette sélection. Étonnant, de manière positive. Tout y est, c'est équilibré avec un poil de caractère qui le rend attirant.



Jehan le Pelletier de Woillemont, Wine to be alive

Mourvèdre — Sans IG (Vin de France)

Deze wijn komt uit de Aude en draait helemaal om fruit. Ik ben erg te spreken over jonge Mourvèdre, vooral om die grenadinesmaak die je in de mond terugvindt. In de neus krijgen we rijp rood fruit en een bijzonder mooi evenwicht. Ook de ontwikkeling van het aroma bij het beluchten spreekt me aan: dan komt er steeds meer aardbei naar voren. Ik hou van de eigentijdse stijl van deze fles. Het is het soort wijn waarvan je meteen twee flessen bestelt, zodat je niet zonder valt wanneer de eerste leeg raakt.

Il vient de l'Aude. C'est sur le fruit. Des jeunes Mourvèdres, j'aime beaucoup le côté grenadine en bouche. Au nez, il y a un côté fruit rouge bien mûr, c'est hyper équilibré. J'aime bien l'évolution du nez aussi à l'oxygénation. Il y a de la fraise qui apparaît. Le style contemporain de cette bouteille me plait beaucoup. Le genre de quille que l'on commande directement par deux, pour ne pas être en manque lorsque la première vient à se terminer.



Château Mourgues du Grès, Les Voyageurs

Montepulciano, Nielluccio, Sciaccarello — Sans IG (Vin de France)

Corsicaanse druivenrassen, maar wel van Mourgues du Grès, dus helemaal niet uit Corsica. De wijnbouwer heeft Sciaccarello en Nielluccio aangeplant, naast Montepulciano uit de Abruzzen. Volgens mij is dit een slimme zet met het oog op de klimaatverandering --- en bijzonder goed bedacht ook. Aanvankelijk is er wat reductie, maar dat hoort bij de wijn en is geen ramp. Zodra je hem wat lucht geeft, is de neus bijzonder interessant: peperige toetsen, zwart fruit en tegelijk ook frisheid. In de mond is de smaak erg aangenaam. Dit is echt een lekkere, intelligente en vernieuwende wijn. Een absolute favoriet!

Des cépages corses, mais c'est les Mourgues du Grès. Donc on est pas du tout en Corse. Il a planté du Sciaccarello et du Nielluccio. Le Montepulciano des Abruzzes. C'est de l'anticipation climatique à mon avis et c'est rudement bien joué. C'est un peu réduit au départ. La réduction fait partie du vin, c'est pas super grave. Une fois que tu l'as oxygéné, c'est vachement intéressant comme nez ; poivré, fruits noirs, mais fraîcheur aussi. La bouche est très sympa. C'est vraiment bon, intelligent et novateur. On va mettre un coup de cœur là-dessus.









Domaine Alain Chabanon, Cinq Saut

Cinsault — IGP Saint-Guilhem-le-Désert

Wat een heerlijk druivenras. Fruit en kruiden gaan hier hand in hand met lichtheid en finesse. De wijn is sappig, levendig en luchtig, met een uitgesproken fruitige smaak die bijna knapperig aanvoelt. Serveer hem vooral niet te koel, want dan doe je afbreuk aan zijn zijdezachte textuur en fruitige karakter. De zuren en tannines zouden sterker naar voren komen, waardoor de wijn uit balans raakt. Kortom, een heerlijke rode doordrinkwijn, die je het best serveert op keldertemperatuur.

C'est un vrai chouette cépage. Tu as à la fois du fruit et des épices, de la légèreté, de la finesse. C'est bon, c'est croquant, c'est aérien. Clairement juteux en bouche. Ne pas le servir frais au risque de flinguer le côté soyeux et fruité, de faire ressortir l'acidité et les tannins et de le déséquilibrer. Bref, c'est un chouette rouge de soif, à servir à température de cave.



Château Sainte Eulalie, La Cantilène

Carignan, Grenache, Syrah — Minervois-La Livinière AOP

In eerste instantie is de wijn wat terughoudend en gesloten. Je moet hem een beetje wakker schudden. Met wat beluchting verschijnt eerst een licht melkzuurachtig aroma, waarna het viooltjeskarakter van Syrah helemaal openbloeit, gevolgd door kruidige toetsen. Het is duidelijk een Syrah die hier het woord voert, terwijl de finesse van Carignan daarna het kruidige en lichte karakter verder accentueert. Ik ben bijzonder gecharmeerd van de mond: heerlijk rond en soepel, met volop fruit. Het soort wijn dat lekker wegdrinkt, maar dat toch voldoende body heeft. Eén slok volstaat om te weten dat je in het zuiden zit.

C'est timide au départ, un petit peu fermé, il faut légèrement le brusquer. A l'oxygénation, on part sur un petit côté lactique, puis on a tout le côté violette de la Syrah qui explose avec les épices qui viennent derrière. C'est vraiment la Syrah qui cause et il y a la finesse du Carignan qui vient derrière accentuer le côté épicé et léger. J'aime beaucoup la bouche hyper ronde, souple, très fruit. Le genre de vin qui se boit facilement, mais avec un peu de matière quand même. Clairement, tu sais que t'es dans le Sud.



Mas Seren, Etincelle nomade

Rolle, Ugni blanc — Cévennes AOP

Aanvankelijk heeft de neus iets technisch, maar daarna evolueert hij richting citrus. Ook witte bloemen komen naar voren. Vervolgens is hij vrij mineraal. Ik hou van de toetsen van limoen, citroen en pompelmoes, gevolgd door mandarijn. Citrus voert duidelijk de boventoon. Daarachter zit een klein gistachtig accent. Bijzonder lekker: levendig, fris en uitgesproken zuur. In de mond zorgt een mooie bitterheid voor een fijne afdronk. De wijn blijft bijzonder levendig en citrusgedreven. Serveer hem niet te koud, anders verlies je de aromatische complexiteit in de neus en de finesse in de mond. Opmerking: Voor drie wijnen wordt hetzelfde achteretiket gebruikt. Dat is economisch en efficiënt. De wijnmaker denkt duidelijk aan de toekomst van de planeet – slim aangepakt.

C'est plutôt technique au départ du nez, puis on évolue vers les agrumes. Aussi très fleur blanche, assez minéral ensuite. J'aime bien ces citrons verts, jaunes, pamplemousse. Il y a de la mandarine ensuite. C'est très agrume bouche. Avec un petit côté levuré derrière, c'est vachement bon, bien acidulé, vif. En bouche on a une jolie amertume sur la fin, c'est très vif, agrume clairement. Il ne faut pas le boire trop frais, sinon on perdra la complexité aromatique du nez et la finesse de la bouche. Remarque : c'est la même contre-étiquette pour trois vins, c'est économique. Le vigneron fait attention à l'avenir de la planète, c'est pas mal joué.



Bio-Weingut Hoffmann, Riesling Kabinett

Riesling — Middle Mosel

Een uitgesproken typische Riesling. Het doet denken aan vuurwerk dat langzaam in de lucht vervliegt, aan zwart buskruit en een knaller. Voor mij is dát mineraliteit. Het alcoholpercentage bedraagt slechts 9%. In de Kabinett-stijl blijft er wat restsuiker aanwezig om de zuren in evenwicht te brengen. Dit is precies het soort wijn waarvan je het water in de mond krijgt. Klassiek, correct gemaakt en helemaal geslaagd.

Hyper typé. Il y a le côté feu d'artifice qui se dissipe dans l'air, la poudre noire, un pétard. Pour moi, c'est ça la minéralité. Ça ne fait que 9% vol. alc. Il y a un peu de sucre résiduel dans le modèle Kabinett, pour équilibrer l'acidité. Ça c'est le genre de vin qui fait saliver. C'est bien classique, bien fait.



Domaine Jessiaume, Bourgogne Aligoté

Aligoté — Bourgogne Aligoté AOP

Met Aligoté krijg je iets wat je elders niet vindt. Dankzij de klimaatopwarming rijpt deze druif bovendien veel beter dan vroeger. De wijn heeft een witgouden kleur met een lichte groene schittering. De klassieke neus van Aligoté is onmiskenbaar. Aanvankelijk is de wijn uitgesproken mineraal, waarna hij wat doet denken aan een oud boek. Een aangename geur. In de mond is de wijn strak en rechtlijnig, met precies daar waar nodig een beetje rondheid. Ik ben er echt bijzonder enthousiast over.

Avec l'Aligoté, on a quelque chose qui n'existe pas ailleurs, et qui, par la grâce du réchauffement climatique, devient vachement plus mûr qu'avant. La robe est or blanc avec un petit reflet vert. Le nez tradi de l'aligoté, c'est inloupable. Minéral en plein pour débuter, puis on va un peu vers le vieux livre. Une odeur positive. La bouche est toute droite, avec un peu de rondeurs là où il le faut ; j'aime vraiment beaucoup.



Domaine Benoit Badoz, Cuvée Edouard

Savagnin blanc — Côte du Jura AOP

Kijk, dit is een Savagnin die niet geel is. Hij heeft niet dat oxidatieve karakter en ruikt ook niet naar paddenstoelen. Heerlijk! De wijn rijpte trouwens vijftien maanden op vaten van eikenhout uit de Jura. Aromatisch is hij complex, met indrukken die schommelen tussen verse amandelen en boter. Opnieuw is er ook die frisheid. Daarnaast zit er een licht plantaardig accent in. Ik zou het geen munt noemen, maar iets in die richting. Het zit bijzonder goed in elkaar. Daar hou ik van.

Voilà un Savagnin qui n'est pas jaune. Il n'a pas le côté oxydatif, il ne sent pas le champignon, c'est bon ça. Un vin qui est élevé en barriques pendant 15 mois aussi, d'ailleurs sur du chêne jurassien. C'est complexe, au niveau aromatique on navigue entre les amandes fraîches, le beurre. On a de nouveau de la fraîcheur. Il y a même un côté un peu végétal, tu vois, je ne dirais pas de la menthe, mais un truc dans ce style-là, c'est assez bien fichu. J'aime bien ça.



Domaine Aspras, A Lisa

Rolle, Ugni blanc — Var IGP

Deze cuvee is een eerbetoon aan Lisa Latz, die de wijngaard in 1961 samen met haar man overnam. Dit is lekker, echt goed gemaakt. Het past perfect binnen de definitie van een vriendenwijn: bijzonder licht en toegankelijk. Een vriend is voor mij iemand met wie je in gesprek gaat. En dit is het soort wijn dat een discussie op gang brengt zonder dat het een confrontatie wordt, gewoon een boeiend gesprek over iets anders. Aanvankelijk is de neus heel licht en bij het voorstellen van de wijn zelfs wat gesloten. We krijgen de klassieke toetsen van witte bloemen, maar vooral ook heel lichte, delicate abrikoos. Daarnaast is er oranjebloesem. In de mond is de wijn rond, met op het einde een mooie frisse zuurgraad en een klein bittertje dat de afdronk goed afrondt. Dit is prima gemaakt.

Cette cuvée rend hommage à Lisa Latz qui repris le vignoble en 61 avec son mari. C'est bon, c'est vraiment bien fichu. Dans la définition vin de copains, effectivement, c'est super léger. Copain, pour moi c'est quelqu'un avec qui je parle. Et ça c'est le genre de vin qui va amener le débat sans confrontation. Quelque chose de différent. Le nez est très léger au départ, plutôt fermé à la présentation. On a un côté fleur blanche classique, mais surtout des notes abricot toutes légères, délicates. Fleur d'oranger aussi. En bouche c'est rond avec une belle pointe acidulée sur la fin, une petite touche d'amertume qui clôture bien. C'est bien fait ça.



Les Eminades, Montmajou

Grenache blanc, Marsanne, Rolle — Saint-Chinian AOP

Een assemblage van Grenache blanc, Marsanne en Rolle. Het achteretiket is hier voorbeeldig: alles staat erop: de druivenrassen, de lieu-dit, het terroir, de oogst en vervolgens ook de vinificatie, de inheemse gisten en de rijping. Dat is goed gedaan: een duidelijke, overzichtelijke identiteitskaart van de wijn. Mooi om te zien en bovendien lekker. Ik ben dol op de zilte toets in de afdronk. De wijn heeft een mooie, frisse zuurlijn en voldoende volume, zonder zwaar te worden. Het evenwicht is werkelijk uitstekend.

C'est donc Grenache, Marsanne et Rolle. Ici, la contre-étiquette est nickel, tout y est : cépage, lieu-dit, terroir, vendange. Et puis vinification, levure indigène, élevage. C'est pas mal, c'est une carte d'identité claire et nette. C'est beau ça, jolie bestiole. Et bon aussi. J'adore le côté salin sur la fin de bouche. On a une belle ligne acidulée, il y a du gras mais pas de lourdeur. C'est vraiment hyper bien équilibré.



Domaine Gassier, Embruns de Viognier

Viognier — Gard IGP

Een echte Viognier, met een uitgesproken karakter. In de neus komen toetsen van witte chocolade naar voren, met daarachter een vleugje viooltjes en vanille. Hij is zeer fruitig. In de mond proef je viooltjessnoepjes. Er zit rijpe peer in. Hij is mooi in balans, evenwichtig en elegant. Een Viognier waarvan we er graag veel meer zouden willen hebben.

FAVORIET / COUP DE CŒUR

Un vrai Viognier, tout à fait typé. Au nez, il y a un côté chocolat blanc, un côté violette et vanillé derrière. C'est très fruit. En bouche, c'est les bonbons à la violette. Il y a de la poire mûre. C'est joliment fait, équilibré et élégant. Un Viognier comme on en voudrait nettement plus.



Domaine Les terres d'Armelle, Alicante

Alicante — Coteaux de Béziers IGP

Dit ruikt onmiskenbaar naar Alicante: het aroma spat er zelfs uit, met die toets van geroosterd vlees. Heerlijk! Zowel de neus als de mond en de tannines zijn bijzonder verfijnd. De wijn heeft een ongelooflijke frisheid en spanning, met een licht zilte toets in de afdronk. Een degustatie is nooit helemaal neutraal. Wanneer je een druivenras herkent waar je van houdt en het bovendien goed gemaakt is, laat je je makkelijker meeslepen. Dat is hier absoluut het geval. Smaak bestaat immers uit herinneringen en beelden. Alicante is echt mijn favoriete druif. Ook de variant Alicante-Bouschet vind ik geweldig: die levert unieke, originele wijnen op. In een markt die soms wat op automatische piloot lijkt te draaien, doet dat enorm veel deugd. Kortom: dit is met voorsprong mijn absolute favoriet!

FAVORIET / COUP DE CŒUR

Ça sent vraiment l'Alicante, ça explose même, avec ce côté viande rôtie. Ah c'est bon ça. Le nez, la bouche et les tannins sont hyper fins. Il y a une fraîcheur et une tension de dingue, il y a un petit côté un peu salin dedans sur la fin de la bouche. La dégustation n'est jamais tout à fait neutre. Quand on reconnait un cépage que l'on aime, quand c'est bien fait, on est enclin à se laisser aller. C'est mon cas ici. Le goût est constitué de souvenirs, d'images. L'Alicante, c'est vraiment mon raisin préféré. J'adore aussi la variante Alicante-Bouschet, ça donne des vins uniques, originaux. Dans un marché qui a tendance à ronronner, ça fait un bien fou. Bref, c'est mon coup de cœur de folie !



Cavaliera, Ermes

Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOC

Het is toch ongelooflijk: op de voorkant van het etiket vermelden ze Lambrusco niet eens. De appellatie heeft zo'n slechte reputatie dat de naam ergens achteraan in piepkleine letters staat. De neus is nochtans bijzonder aangenaam. Bovendien wordt de wijn volgens de traditionele methode gemaakt. Het doet me pijn om het toe te geven, maar wat is dit lekker! Je ruikt echt kersen die in je neus exploderen, bigarreau. Echt verbazingwekkend. Het is de eerste keer in mijn leven dat ik een Lambrusco van dit niveau proef. Ik heb niet eens gespuugd. Dit is zo'n moment waarop je zegt: 'Ah ja, dit is lekker, ik heb er goed aan gedaan om te komen, kijk, bijna alleen al hiervoor.'

FAVORIET / COUP DE CŒUR

C'est dingue sur la faciale, ils n'ont pas indiqué Lambusco parce que c'est un tel rejet d'appellation qu'ils le mettent en tout petit derrière. C'est un chouette nez. En plus ils le font en méthode traditionnelle. Ça me fait mal de le reconnaitre, mais qu'est-ce que c'est bon ! C'est vraiment de la cerise qui explose au nez, du bigarreau. Vraiment étonnant. C'est la première fois de ma vie que je goûte un Lambrusco de ce niveau. Je n'ai même pas craché. Là t'es sur un truc où tu fais : « Ah ouais c'est bien, j'ai bien fait de venir, tiens, presque rien que pour ça. »



Challenge Millésime BIO
CONCOURS MONDIAL DES VINS BIOLOGIQUES
OR

MillésimeBIO

INFO :
ma. lun. 25/01 : 10h–19h
din. mar. 26/01 : 09h–19h
woe. mer. 27/01 : 09h–17h

Parc des Expositions de Montpellier
Inscriptions >> www.millesime-bio.com



EFFICIËNTIE EN ONTZORGING IN DE SPOELKEUKEN: Winterhalter als totaalpartner voor de Belgische horeca

EFFICACITÉ ET TRANQUILLITÉ D'ESPRIT EN LAVERIE : Winterhalter, partenaire global de l'Horeca belge

Kurt Mommaert, welke bewegingen en uitdagingen ziet u momenteel op de Belgische markt?

De Belgische horeca kampt met stijgende energie- en waterkosten, personeelstekorten en een sterke focus op duurzaamheid. Ondernemers zoeken daarom geen losse machine, maar een efficiënte totaaloplossing. Winterhalter ontzorgt de klant door vaatwassers te combineren met accessoires, waterbehandeling, chemie, digitalisering, service en opleiding tot één geïntegreerd concept.

Waarom is enkel kijken naar de aankoopprijs een valkuil?

De aanschafprijs is slechts een fractie van de Total Cost of Ownership (TCO). Over een periode van 5 tot 10 jaar bepalen water-, energie- en chemieverbruik, onderhoud en stilstand de werkelijke kost. Slimme technologieën zoals EcoPilot en VarioPower stemmen het verbruik af op de vervuiling. Een kwalitatieve, zuinige machine met goede service is op lange termijn aanzienlijk voordeliger dan een goedkoper alternatief.

Mr Kurt Mommaert, quelles évolutions et quels défis observez-vous actuellement sur le marché belge ?

L'Horeca belge est confronté à la hausse des coûts de l'énergie et de l'eau, à la pénurie de personnel et à une attention croissante portée à la durabilité. Les entrepreneurs ne recherchent donc plus simplement une machine, mais une solution globale et efficace. Winterhalter décharge le client de ces préoccupations en réunissant lave-vaisselle, accessoires, traitement de l'eau, produits chimiques, digitalisation, service et formation au sein d'un concept intégré.

Pourquoi est-ce une erreur de se focaliser uniquement sur le prix d'achat ?

Le prix d'acquisition ne représente qu'une fraction du coût total de possession (Total Cost of Ownership – TCO). Sur une période de 5 à 10 ans, ce sont la consommation d'eau, d'énergie et de produits chimiques, ainsi que l'entretien et les temps d'arrêt, qui déterminent le coût réel. Des technologies intelligentes telles qu'EcoPilot et VarioPower adaptent la consommation au degré de salissure. À long terme, une machine de qualité, économe et assortie d'un bon service est nettement plus avantageuse qu'une alternative moins chère.

Welke concrete besparingen realiseert de nieuwste generatie vaatwassers?

Onze Energy-modellen hergebruiken warmte uit de afvoerlucht om koud toevoerwater voor te verwarmen. Daarnaast analyseert de AI-oplossing EcoPilot het gebruikspatroon en schakelt het op rustige momenten automatisch over naar een Eco-modus. Dit levert tot 17% energiebesparing op zonder extra handelingen. In een druk restaurant met een wisselend werkritme verlaagt dit de exploitatiekosten structureel.

Hoe kan slimme technologie het personeelstekort opvangen?

Intuïtieve bediening, automatische programma's en zelfreiniging beperken handmatige acties en verkorten de inwerktijd. Fysieke belasting wordt sterk verminderd door opties zoals een automatische kaplift op PT-kapvaatwassers en ergonomische rolkarren op maat. AI en automatisering ondersteunen op de achtergrond. Via Connected Wash bieden we realtime data en voorspellend onderhoud, terwijl de mens altijd centraal blijft staan.

Waarom is een goede waterbehandeling zo essentieel?

Hard water veroorzaakt kalkaanslag, verhoogt het energieverbruik en versnelt slijtage en storingen. Goed behandeld water is een essentieel onderdeel van ons systeem: het garandeert een vlekkeloos afwasresultaat, een lager chemieverbruik en een langere levensduur van de installatie.

Hoe waarborgt u continuïteit en snelle service?

Een correct onderhouden Winterhalter toestel gaat moeiteloos 10 tot 15 jaar mee. Mocht er toch een storing zijn, dan staat onze 24/7 serviceorganisatie ook 's avonds en in het weekend klaar. Dankzij een First Time Fix Rate van meer dan 90% is het probleem vrijwel altijd bij het eerste bezoek opgelost.

Welke veelvoorkomende misstappen ziet u bij de keuzes in de spoelkeuken?

Naast enkel kijken naar de aanschafprijs is verkeerde dimensionering een groot risico. Onderdimensionering veroorzaakt opstoppingen en verhoogt de werkdruk; overdimensionering verspilt energie, water en ruimte. Wij analyseren het volledige proces — zoals het aantal couverts en piekmomenten — om een oplossing op maat te adviseren. ···→





Quelles économies concrètes permettent de réaliser les lave-vaisselle de dernière génération ?

Nos modèles Energy récupèrent la chaleur de l'air évacué afin de préchauffer l'eau froide d'alimentation. Par ailleurs, notre solution IA EcoPilot analyse le profil d'utilisation et bascule automatiquement en mode Eco pendant les périodes plus calmes. Cela permet de réaliser jusqu'à 17 % d'économies d'énergie, sans aucune intervention supplémentaire. Dans un restaurant très fréquenté, avec un rythme de travail variable, cette technologie réduit structurellement les coûts d'exploitation.

Comment les technologies intelligentes peuvent-elles contribuer à pallier la pénurie de personnel ?

Une utilisation intuitive, des programmes automatiques et des fonctions autonettoyantes réduisent les interventions manuelles et raccourcissent le temps de formation. La charge physique est également fortement réduite grâce à des options telles que le relevage automatique du capot sur les lave-vaisselle à capot PT et les chariots ergonomiques sur mesure. L'IA et l'automatisation apportent leur soutien en arrière-plan. Avec Connected Wash, nous proposons des données en temps réel et une maintenance prédictive, tout en veillant à ce que l'humain reste toujours au centre des préoccupations.

Pourquoi un traitement adéquat de l'eau est-il si essentiel ?

Une eau dure provoque des dépôts de calcaire, augmente la consommation d'énergie et accélère l'usure ainsi que le risque de pannes. Une eau correctement traitée constitue donc un élément essentiel de notre système : elle garantit un résultat de lavage impeccable, réduit la consommation de produits chimiques et prolonge la durée de vie de l'installation.

Comment garantissez-vous la continuité de l'activité et la rapidité du service ?

Un équipement Winterhalter correctement entretenu atteint sans difficulté une durée de vie de 10 à 15 ans. Si une panne devait malgré tout survenir, notre organisation de service 24/7 reste disponible, y compris le soir et le week-end. Grâce à un First Time Fix Rate supérieur à 90 %, le problème est pratiquement toujours résolu dès la première intervention.

Quelles erreurs fréquentes observez-vous lors du choix d'une installation de laverie ?

Outre le fait de se focaliser uniquement sur le prix d'achat, un mauvais dimensionnement constitue un risque majeur. Une installation sous-dimensionnée entraîne des engorgements et augmente la charge de travail, tandis qu'un surdimensionnement gaspille de l'énergie, de l'eau et de l'espace. Nous analysons l'ensemble du processus — notamment le nombre de couverts et les périodes de ···→

Als strategische partner nemen wij de volledige zorg voor het vaatwasproces over, zodat de horecaondernemer zich kan focussen op de gast.

Tot slot: als u een ondernemer drie gouden raadgevingen mag meegeven vóór de aanschaf van een nieuwe vaatwasoplossing, waar zou u dan absoluut de nadruk op leggen?

1. Koop geen machine, investeer in een totaaloplossing
Een perfect afwasresultaat ontstaat uit de combinatie van vaatwasser, waterbehandeling, detergenten, service en digitale monitoring.

2. Kijk naar de totale kost over de levensduur
Water, energie, chemie, onderhoud en stilstand bepalen uiteindelijk het rendement van uw investering, niet de aankoopprijs alleen.

3. Kies voor een partner die u ontzorgt
Een betrouwbare partner biedt niet alleen hoogwaardige technologie, maar ook onderhoudscontracten, proactieve-monitoring, opleiding en flexibele service gedurende de volledige levensduur van de installatie.

"Bij Winterhalter verkopen we geen vaatwasmachines. We leveren complete vaatwasoplossingen. Door machine, waterbehandeling, chemie, digitale tools, onderhoud en service in één geïntegreerd systeem samen te brengen, creëren we wat voor onze klanten uiteindelijk het belangrijkst is: een perfect afwasresultaat, maximale bedrijfszekerheid en volledige gemoedsrust."

pointe — afin de conseiller une solution véritablement adaptée aux besoins. En tant que partenaire stratégique, nous prenons en charge l'ensemble du processus de lavage afin que l'entrepreneur horeca puisse se concentrer pleinement sur ses clients.

Pour conclure : si vous deviez donner trois conseils essentiels à un entrepreneur avant l'achat d'une nouvelle solution de lavage, sur quels points insisteriez-vous absolument ?

1. N'achetez pas une machine, investissez dans une solution globale
Un résultat de lavage parfait repose sur la combinaison du lave-vaisselle, du traitement de l'eau, des détergents, du service et du monitoring digital.

2. Considérez le coût total sur toute la durée de vie
L'eau, l'énergie, les produits chimiques, l'entretien et les temps d'arrêt déterminent en définitive la rentabilité de votre investissement, et non le seul prix d'achat.

3. Choisissez un partenaire qui vous décharge de vos préoccupations
Un partenaire fiable ne propose pas uniquement une technologie de qualité, mais aussi des contrats d'entretien, un monitoring proactif, des formations et un service flexible pendant toute la durée de vie de l'installation.

« Chez Winterhalter, nous ne vendons pas des lave-vaisselle. Nous fournissons des solutions de lavage complètes. En réunissant la machine, le traitement de l'eau, les produits chimiques, les outils digitaux, l'entretien et le service au sein d'un système intégré, nous créons ce qui compte finalement le plus pour nos clients : un résultat de lavage parfait, une sécurité d'exploitation maximale et une tranquillité d'esprit totale. »

Contact : Kurt Mommaert
Managing Director
info@winterhalter.be
+32 2 255 18 10

Bezoek onze nieuwe toonzaal /
Visitez notre nouveau showroom
Arduinstraat 29, 1840 Londerzeel

Of ontmoet ons op /
Ou rencontrez-nous à
Horeca Expo Gent – stand 5211

HORECA EXPO



nouveau : la mousse **d'avoine Lattiz® !**



demandez un **échantillon gratuit.**

lattiz

tellement simple de servir de la **mousse d'avoine.**



Vishandel Schot Tholen

viert twintig jaar samenwerking met de horeca
célèbre vingt ans de collaboration avec l'Horeca

Met een groots opgezet klantenevent heeft Vishandel Schot Tholen op 12 oktober zijn twintigjarig jubileum gevierd. Meer dan duizend horecaprofessionals uit Nederland en België kwamen naar Tholen voor inspiratie, productkennis en ontmoetingen met collega's en leveranciers. Het evenement liet zien waar het bedrijf voor staat: hoogwaardige vis, schaal- en schelpdieren combineren met persoonlijk advies en langdurige samenwerking. Voor operationeel directeur Sander Deurloo draait het jubileum dan ook om meer dan terugblikken. "We hebben nooit de ambitie gehad om de grootste te worden. We willen vooral proberen de beste te zijn in wat we doen."

Le 12 octobre, Vishandel Schot Tholen a célébré son vingtième anniversaire à l'occasion d'un événement d'envergure dédié à ses clients. Plus de mille professionnels de l'Horeca venus des Pays-Bas et de Belgique se sont réunis à Tholen pour une journée placée sous le signe de l'inspiration, de la découverte des produits et des échanges avec leurs confrères et fournisseurs. L'événement a parfaitement illustré la philosophie de l'entreprise : associer des poissons, crustacés et coquillages de haute qualité à des conseils personnalisés et à des collaborations durables. Pour Sander Deurloo, directeur opérationnel, cet anniversaire représente bien plus qu'un simple regard sur le passé. « Nous n'avons jamais eu l'ambition de devenir les plus grands. Nous cherchons avant tout à être les meilleurs dans ce que nous faisons. »

Het jubileumevent vormde het hoogtepunt van een feestweekend dat volledig in het teken stond van klanten, medewerkers en partners. Na een opendeurdag voor het grote publiek en een personeelsfeest volgde maandag een exclusieve klantenbijeenkomst. De belangstelling was groot, met ruim 1.200 aanmeldingen en uiteindelijk een duizendtal aanwezigen uit de horeca.

Bezoekers kregen een uitgebreide inkijk in de werking van het bedrijf én volop inspiratie voor hun eigen zaak. “Leveranciers uit alle delen van de wereld waren aanwezig om hun producten toe te lichten, er waren rondleidingen door het bedrijf, kookdemonstraties van gerenommeerde chefs en zelfs een bezoek aan een mosselkotter in de haven van Tholen”, zegt Sander Deurloo. “Eén van de blikvangers was een live fileershow van blauwvintonijn door specialisten uit Spanje.”

De viering markeert twintig jaar sinds de overname van Vishandel Schot Tholen door Arnoud de Jager. Hoewel de oorsprong van het bedrijf teruggaat tot 1954, werd 2006 een belangrijk keerpunt. De Jager bouwde destijds aan een tarbotkwekerij, maar zag tegelijkertijd de vraag vanuit de Horeca toenemen. Wat begon met de rechtstreekse levering van tarbot aan restaurants, groeide uit tot een gespecialiseerde leverancier van vis, schaal- en schelpdieren voor de Horeca. “Vanuit die vraag naar tarbot ontstond ook de vraag naar andere vissoorten. Zo zijn we stap voor stap verder gegroeid”, vertelt Deurloo. Inmiddels levert het bedrijf aan meer dan 1.600 restaurants in Nederland en België.

Een belangrijke mijlpaal volgde in 2017, toen Wim Bal en Sander Deurloo als vennoten toetraden tot het bedrijf. Vandaag wordt Vishandel Schot Tholen geleid door een driekoppige directie, ondersteund door een team van ongeveer 130 medewerkers. Doorheen de jaren kende het bedrijf niet alleen groeimomenten, maar ook uitdagingen. De coronaperiode was daar een sprekend ···→

“We willen vooral op een leuke en verantwoorde manier blijven bouwen aan het bedrijf”

« Nous souhaitons avant tout continuer à développer notre entreprise de manière agréable et responsable »

Cet événement anniversaire constituait le point d’orgue d’un week-end festif entièrement consacré aux clients, aux collaborateurs et aux partenaires. Après une journée portes ouvertes destinée au grand public et une fête du personnel, une rencontre exclusive réservée aux clients était organisée le lundi. L’engouement était au rendez-vous, avec plus de 1.200 inscriptions et, finalement, quelque mille professionnels de l’Horeca présents.

Les visiteurs ont pu découvrir les coulisses de l’entreprise tout en faisant le plein d’inspiration pour leur propre établissement. « Des fournisseurs venus des quatre coins du monde étaient présents pour présenter leurs produits. Des visites guidées de l’entreprise, des démonstrations culinaires réalisées par des chefs renommés et même une visite d’un bateau de pêche aux moules dans le port de Tholen figuraient au programme », explique Sander Deurloo. « L’un des moments forts a été une démonstration de découpe en direct d’un thon rouge par des spécialistes espagnols. »

Cette célébration marque les vingt ans du rachat de Vishandel Schot Tholen par Arnoud de Jager. Si les origines de l’entreprise remontent à 1954, l’année 2006 a constitué un véritable tournant. À l’époque, Arnoud de Jager développait un élevage de turbots, tout en constatant une demande croissante de la part des professionnels de l’Horeca. Ce qui avait commencé par la livraison directe de turbots aux restaurants s’est progressivement transformé en une activité spécialisée dans la fourniture de poissons, crustacés et coquillages destinés à la restauration. « La demande de turbots a naturellement entraîné celle d’autres espèces de poissons. C’est ainsi que nous nous sommes développés, étape par étape », raconte Sander Deurloo. Aujourd’hui, l’entreprise approvisionne plus de 1.600 restaurants aux Pays-Bas et en Belgique.

Une autre étape importante a été franchie en 2017, lorsque Wim Bal et Sander Deurloo ont rejoint l’entreprise en tant qu’associés. ···→





VISHANDEL SCHOT THOLEN

voorbeeld van. “Omdat een groot deel van de klanten actief is in de Horeca, viel de afzet vrijwel volledig stil”, zegt Sander Deurloo. “Door snel te schakelen en sterker in te zetten op viswinkels kon het bedrijf echter zijn medewerkers aan het werk houden en de moeilijke periode overbruggen.”

Toch is groei op zich nooit het doel geweest. Deurloo benadrukt dat kwaliteit en langdurige relaties belangrijker zijn dan volume. Dat bleek ook uit de beslissing om in het verleden meermaals een tijdelijke klantenstop in te voeren. “We willen eerst onze bestaande klanten goed bedienen voordat we nieuwe klanten aannemen,” zegt Deurloo. Die keuze onderstreept dat groei bij Vishandel Schot Tholen nooit ten koste mag gaan van betrouwbaarheid.

Die filosofie sluit nauw aan bij de missie van het bedrijf: “Samen op een eerlijke manier beter worden.” Volgens Deurloo geldt dat voor medewerkers, leveranciers én klanten. Vishandel Schot Tholen profileert zich daarom niet alleen als leverancier, maar ook als kennispartner. Horecaondernemers kunnen er terecht voor advies over seizoensproducten, alternatieve vissoorten en rendabele keuzes op de menukaart. Zo helpt het bedrijf klanten om kwaliteit, onderscheidend vermogen en een gezonde marge met elkaar te verbinden.

Ook voor de toekomst zijn de ambities duidelijk. Vier jaar geleden verhuisde het bedrijf naar een nieuw complex in Tholen, maar ondertussen liggen er alweer plannen klaar voor verdere uitbreiding. Het naastgelegen terrein werd inmiddels aangekocht en de eerste ontwerpen zijn uitgewerkt. “We willen vooral op een leuke en verantwoorde manier blijven bouwen aan het bedrijf”, zegt Deurloo. “Samen met onze mensen, onze leveranciers en onze klanten.”

Het jubileumjaar is bovendien nog niet voorbij. Tijdens Horeca Expo in Gent zal Vishandel Schot Tholen opnieuw aanwezig zijn op Chef’s Place, waar bezoekers mogen rekenen op inspirerende productpresentaties. Daarmee onderstreept het bedrijf niet alleen zijn rijke geschiedenis, maar vooral zijn ambitie om ook de komende twintig jaar een vaste waarde te blijven voor de professionele horeca.





Aujourd’hui, Vishandel Schot Tholen est dirigée par un trio de directeurs, épaulé par une équipe d’environ 130 collaborateurs. Au fil des années, l’entreprise a connu des périodes de croissance, mais aussi des défis majeurs. La crise sanitaire en est un exemple particulièrement marquant. « Comme une grande partie de nos clients sont actifs dans l’Horeca, nos débouchés se sont pratiquement arrêtés du jour au lendemain », explique Sander Deurloo. « En réagissant rapidement et en nous tournant davantage vers les poissonneries, nous avons toutefois réussi à maintenir nos collaborateurs au travail et à traverser cette période difficile. »

La croissance n’a cependant jamais constitué une fin en soi. Sander Deurloo insiste sur le fait que la qualité et les relations à long terme priment sur les volumes. Cette philosophie s’est notamment traduite, à plusieurs reprises, par la décision de suspendre temporairement l’accueil de nouveaux clients. « Nous voulons avant tout garantir un service irréprochable à nos clients existants avant d’en accepter de nouveaux », précise-t-il. Un choix qui démontre que, chez Vishandel Schot Tholen, le développement ne doit jamais se faire au détriment de la fiabilité.

Cette approche s’inscrit pleinement dans la mission de l’entreprise : « Progresser ensemble, de manière honnête et transparente. » Selon Sander Deurloo, ce principe s’applique aussi bien aux collaborateurs qu’aux fournisseurs et aux clients. Vishandel Schot Tholen se positionne donc non seulement comme un fournisseur, mais également comme un véritable partenaire d’expertise. Les restaurateurs peuvent bénéficier de conseils sur les produits de saison, les espèces de poissons alternatives et les choix les plus rentables pour leur carte. L’entreprise les aide ainsi à concilier qualité, différenciation et préservation de marges bénéficiaires saines.

Pour l’avenir, les ambitions sont tout aussi claires. Il y a quatre ans, l’entreprise s’est installée dans un nouveau complexe à Tholen, mais des projets d’agrandissement sont déjà à l’étude. Le terrain adjacent a été acquis et les premières esquisses ont été réalisées. « Nous souhaitons avant tout continuer à développer notre entreprise de manière agréable et responsable », souligne Sander Deurloo. « Et ce, avec nos collaborateurs, nos fournisseurs et nos clients. »

L’année anniversaire est d’ailleurs loin d’être terminée. À l’occasion d’Horeca Expo à Gand, Vishandel Schot Tholen sera à nouveau présente au Chef’s Place, où les visiteurs pourront découvrir des présentations de produits inspirantes. Une manière pour l’entreprise de mettre en valeur non seulement sa riche histoire, mais surtout son ambition de rester, au cours des vingt prochaines années, un partenaire de référence pour les professionnels de l’Horeca.

Knorr®
PROFESSIONAL

Dé culinaire basis om direct een saus te maken.

La base culinaire idéale pour réaliser rapidement une sauce.



- Krachtige smaak en mooie textuur
  Saveur intense et texture raffinée
- Constante kwaliteit en ruimte voor creativiteit
  Qualité constante et liberté de création

#Prepped for tomorrow
at **ufs.com**

Unilever Food Solutions





Golden Seabreeze

Golden Seabreeze werd in 2014 opgericht door de familie Honoré, afkomstig uit Charleroi, en is vandaag gevestigd in Aken. Het bedrijf, dat IFS en MSC-gecertificeerd is, is uitgegroeid tot een internationale onderneming die zich voornamelijk specialiseert in producten op basis van krab.

"Onze kracht ligt in ons vermogen om wereldwijd krabvlees en andere schaaldieren aan te kopen, onder meer in Canada, China, Chili en Indonesië", legt Michael Honoré, directeur van het bedrijf, uit. "We zijn voortdurend op zoek naar het juiste product, op de juiste plaats en op het juiste moment, om oplossingen te kunnen aanbieden die inspelen op de actuele marktvraag. Het krabvlees wordt geportioneerd, gemengd en bereid om vervolgens verwerkt te worden tot producten en oplossingen voor de horeca, die we via een netwerk van distributeurs op de markt brengen.

Een van onze troeven is dat de verpakkingsformaten van onze afgewerkte producten (70, 80 en 200 g enz.) perfect afgestemd zijn op de behoeften van horecaprofessionals.

We willen innovatieve oplossingen voor de horeca blijven ontwikkelen en geleidelijk evolueren van een bedrijfsmodel dat gebaseerd is op de handel in grondstoffen naar een model dat gericht is op productontwikkeling. In de toekomst willen we onze internationale aanwezigheid verder versterken en nieuwe producten met toegevoegde waarde ontwikkelen, onder leiding van Michael Honoré en Antoine Honoré. Voor dit jaar mikken we op een omzet van 25 miljoen euro."

Alex Verhoeven, die al zeven jaar chef is van restaurant Hert in Turnhout, waardeert de producten van het bedrijf bijzonder. "Golden Seabreeze biedt een bijzonder mooi assortiment kreeften, langoesten en verschillende krabsoorten aan. Persoonlijk geef ik de voorkeur aan producten uit koude gebieden, zoals Alaska of Noorwegen. Maar ook de gekookte en voorgegaarde bereidingen uit warmere regio's, waaronder de reeds gekookte krabpoten, zijn stuk voor stuk met veel zorg bereid en van uitstekende kwaliteit."

Ook de verpakking, onder meer onder vacuüm, vormt een belangrijke troef. "De verpakkingen zijn zowel bijzonder aantrekkelijk als eenvoudig, wat een echt voordeel biedt voor het beheer van de foodcost. Ik kies voor een keuken die aansluit bij mijn persoonlijke smaak, waarbij ik vooral streef naar evenwichtige smaken en respect voor de seizoenen, om zo prachtige gerechten op het bord te brengen. De producten van Golden Seabreeze sluiten perfect aan bij die filosofie."

Fondée en 2014 par la famille Honoré, originaire de Charleroi, et aujourd'hui établie à Aix-la-Chapelle, Golden Seabreeze, qui est certifiée IFS et MSC, est devenue une entreprise internationale spécialisée principalement dans les produits à base de crabe.

« Notre force réside dans notre capacité à nous approvisionner en chair de crabe et autres crustacés à l'échelle internationale, notamment au Canada, en Chine, au Chili et en Indonésie », explique Michael Honoré, directeur de l'entreprise. « Nous recherchons constamment le bon produit, au bon endroit et au bon moment, afin de proposer des solutions adaptées à la demande actuelle du marché. La chair de crabe est portionnée, mélangée et préparée pour être transformée en produits et solutions destinés à l'Horeca, que nous commercialisons par l'intermédiaire d'un réseau de distributeurs.

L'un de nos atouts réside dans le fait que les conditionnements de nos produits finis (70, 80 et 200 g etc.) sont parfaitement adaptés aux besoins des professionnels de l'Horeca.

Nous souhaitons continuer à développer des solutions innovantes pour l'Horeca et évoluer progressivement d'un modèle basé sur le négoce de matières premières vers un modèle axé sur le développement de produits. À l'avenir, nous entendons renforcer davantage notre présence internationale et concevoir de nouveaux produits à valeur ajoutée, sous la direction Michael Honoré et Antoine Honoré. Pour cette année, nous visons un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros. »

Alex Verhoeven, chef du restaurant Hert à Turnhout depuis sept ans, apprécie particulièrement les produits de l'entreprise. *« Golden Seabreeze propose un très bel assortiment de homards, de langoustes et de différentes espèces de crabes. Personnellement, j'ai une préférence pour les produits provenant des régions froides, comme l'Alaska ou la Norvège. Mais les préparations cuites et précuites issues de destinations plus chaudes, notamment les pattes de crabe déjà cuites, sont toutes très soignées et d'une grande qualité. »*

Le conditionnement, notamment sous vide, constitue également un atout. *« Les emballages sont à la fois très attrayants et d'une grande simplicité, ce qui représente un réel avantage pour la gestion du coût matière. Je privilégie une cuisine qui correspond à mes propres goûts, en recherchant avant tout la justesse des saveurs et le respect des saisons, afin de créer de très belles assiettes. Les produits de Golden Seabreeze s'inscrivent parfaitement dans cette philosophie. »*

www.golden-seabreeze.com

www.hert.be

[Ann Vandenplas]



Comtes de Champagne 2015

Het gastronomische moment / L'instant gastronomique

Bij Taittinger is de opvolging inmiddels verzekerd. Vitalie en Clovis Taittinger sturen vandaag de ontwikkeling van het familiehuis aan en waken tegelijk over de continuïteit van de stijl. Een van de cuvees die dit voortdurende streven naar uitmuntendheid wellicht het best belichaamt, is Comtes de Champagne Blanc de Blancs.

Sinds de eerste millésime in 1952 neemt Comtes de Champagne Blanc de Blancs een bijzondere plaats in bij Taittinger. Deze uitzonderlijke cuvee wordt uitsluitend geproduceerd in jaren die daar waardig voor worden geacht, en verenigt Chardonnays uit vijf Grands Crus van de Côte des Blancs. De productie blijft bewust beperkt, bepaald door een strenge selectie van de percelen en de hoge eisen die eigen zijn aan de cuvee.

De bekende gastronomische criticus Périco Légasse gaf de wijn de mooie bijnaam 'de Montrachet van de Champagne'. Een omschrijving die bij de millésime 2015 helemaal tot haar recht komt. Na tien jaar rijping in de kelders combineert de wijn kracht met precisie en volume met spanning. Jodium en mineraliteit openen het aromatische palet, al snel gevolgd door toetsen van brioche, hazelnoot, amandel, citroen en bergamot.

Geserveerd op 11 °C laat Comtes de Champagne 2015 het traditionele aperitiefmoment graag achter zich om aan tafel te schitteren bij oesters, ceviche of tartaar van zeebaars. Meer dan een uitzonderlijke champagne is het een grote gastronomische wijn.

Taittinger wordt in de Belux verdeeld door Va.S.Co.

La relève est désormais assurée chez Taittinger. Vitalie et Clovis Taittinger pilotent aujourd'hui le développement de la maison familiale tout en veillant à la continuité de son style. Parmi les cuvées qui illustrent le mieux cette recherche constante d'excellence figure sans doute Comtes de Champagne Blanc de Blancs.

Depuis son premier millésime en 1952, Comtes de Champagne Blanc de Blancs occupe une place singulière chez Taittinger. Élaborée uniquement lors des années jugées dignes de l'être, cette cuvée d'exception réunit les Chardonnays de cinq Grands Crus de la Côte des Blancs. Une production volontairement limitée, dictée par la sélection des parcelles et l'exigence propre à la cuvée.

Le célèbre critique gastronomique Périco Légasse l'a joliment surnommé 'le Montrachet de la Champagne'. Une formule qui prend tout son sens avec le millésime 2015. Après dix années de vieillissement en cave, le vin conjugue puissance et précision, ampleur et tension. Iode et minéralité ouvrent le nez, bientôt rejoints par la brioche, la noisette, l'amande, le citron et la bergamote.

À 11°C, Comtes de Champagne 2015 quitte volontiers le cérémonial de l'apéritif pour prendre place à table et accompagner huîtres, ceviche, tartare de bar... Plus qu'un champagne d'exception, un grand vin de gastronomie.

Taittinger est distribué par Va.S.Co pour le Belux.

WWW.TAITTINGER.COM

HORECA Magazine

de horeca, catering, traiteurs en grootkeukens
'horeca, catering, cuisines collectives et traiteurs

NR 279 NOVEMBER / NOVEMBRE 2026



SPECIAL Belgium









14-17
MARS/MAART
2027

HORECATEL

60 ANS

Une
édition
d'exception

Een
bijzondere
editie



WEX
MARCHE
EN
FAMENNE

horecatel.be

WEX
PRODUCTION

INHOUD / CONTENU









INTRO

02 Belgen en Belgische producten
Les Belges et les produits belges

FOCUS

06 Belgische spirits
Les spiritueux belges

12 Eerste Kaasspecialist van België
Première Fromagère de Belgique

24 BOB & BGA / *AOP & IGP*

REPORTAGE

18 De beste vol-au-vent van België
Le meilleur vol-au-vent de Belgique

22 Gastronello

WIJN/VIN

30 Belgische wijn / *Vin belge*

FISCAAL EXPERT FISCAL

34 Ceci n'est pas une taxe.

[Pascale Van Weert]



Belgen en Belgische producten: een liefdesverhaal?
Les Belges et les produits belges : une histoire d'amour ?

CBC Banque & Assurance maakte onlangs de resultaten bekend van een Ipsos-onderzoek naar de Belg en de landbouwwereld. Het onderzoek analyseert de voedingsgewoonten van de Belgen evenals hun kijk op de landbouw en de uitdagingen waar de sector in 2026 voor staat.

CBC Banque & Assurance nous dévoilait récemment les résultats d'une enquête menée par le bureau d'études Ipsos concernant les Belges et le monde agricole, une analyse des habitudes de consommation alimentaire des Belges ainsi que leur perception de l'agriculture et des défis auxquels le secteur est confronté en 2026.

Welke drie criteria vindt u het belangrijkst bij de aankoop van voedingsmiddelen?
Quels sont les 3 critères auxquels vous accordez le plus d'importance lorsque vous achetez vos produits alimentaires ?



De resultaten bevestigen eerdere onderzoeken: 'Tot de aankoopcriteria waaraan de Belgen het meeste belang hechten, behoren **de kwaliteit van het product**, genoemd door 82%, en **de prijs**, vermeld door 80% van de respondenten. Op de derde plaats volgt respect voor **seizoensgebonden producten**, dat door 44% van de Belgen wordt genoemd. Slechts één Belg op vier rekent de **geografische nabijheid** van het product tot de top 3 van de aankoopcriteria', aldus **Fabian Wathelet**, commercieel directeur Agri Business bij CBC Banque.

- Meer dan 4 op de 10 Belgen geven bij hun aankopen **voorrang aan Belgische en/of lokale producten**.
- Ruim de helft van de Belgen heeft een **zeer positief beeld van de landbouw in ons land**.

*Les résultats confirment les études précédentes : 'Parmi les critères d'achat auxquels les Belges accordent le plus d'importance, on retrouve la **qualité du produit**, citée par 82 %, et **le prix** mentionné par 80 % des sondés. En 3e position, on retrouve le respect de la **saisonnalité du produit** cité par 44 % des Belges. Seul un Belge sur 4 considère la **proximité géographique** du produit comme l'un des trois critères d'achat prioritaires', nous indique **Fabian Wathelet**, Directeur commercial Agri Business chez CBC Banque.*

- *Plus de 4 Belges sur 10 achètent **en priorité des produits belges et/ou locaux**.*
- *Plus de la moitié des Belges ont une **très bonne image de l'agriculture de notre pays**.*

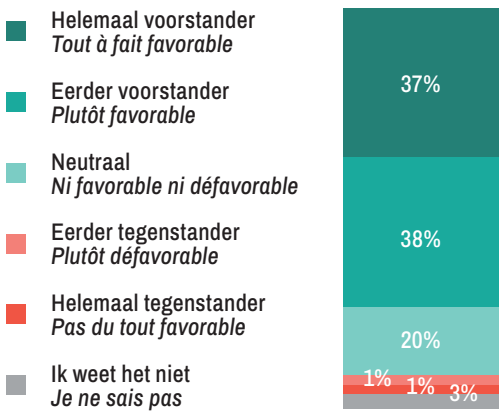
In hoeverre hecht u bij het doen van uw boodschappen belang aan de geografische herkomst van de producten?

Lorsque vous effectuez vos achats alimentaires, dans quelle mesure accordez-vous de l'importance à l'origine géographique des produits ?



In hoeverre zou u voorstander zijn van de invoering van een officieel label waarmee de herkomst van voedingsmiddelen duidelijk kan worden geïdentificeerd?

Dans quelle mesure seriez-vous favorable à la création d'un label officiel permettant d'identifier clairement l'origine des produits alimentaires ?



OP WEG NAAR EEN OFFICIEEL LABEL?

55 % van de Belgen zegt de Belgische landbouwers te willen steunen door bij voorkeur binnenlandse producten te kopen, terwijl 41 % dat wil doen door de voorkeur te geven aan directe verkoop. Hoewel de kwestie van de geografische herkomst minder speelt bij producten uit de korte keten, houdt het consumeren van Belgische producten niettemin in dat men de herkomst ervan correct moet kunnen identificeren.

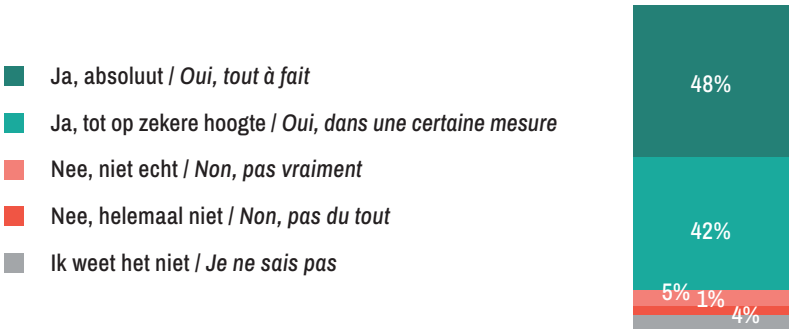
VERS UN LABEL OFFICIEL ?

55 % des Belges affirment vouloir soutenir les agriculteurs belges en consommant prioritairement des produits nationaux, tandis que 41 % souhaitent le faire en privilégiant la vente directe. Si la question de l'origine géographique se pose moins pour les produits issus des circuits courts, consommer belge implique néanmoins de pouvoir identifier correctement l'origine des produits alimentaires.

···→

Vindt u dat de Belgische landbouw kwaliteitsvolle en betrouwbare producten levert?

D'après vous, l'agriculture belge fournit-elle des produits de qualité et fiables ?



EEN LANDBOUWMODEL OM TE BESCHERMEN

'Over het algemeen hebben de Belgen een positieve kijk op onze landbouw en beseffen ze hoe cruciaal het behoud van een lokaal en familiaal landbouwmodel is. Het voortbestaan van onze landbouwbedrijven hangt af van hun vermogen om in te spelen op belangrijke uitdagingen, onder meer op het vlak van rendabiliteit, buitenlandse concurrentie en veranderende maatschappelijke verwachtingen. Deze resultaten tonen hoe belangrijk het is om onze landbouwers te ondersteunen, zodat zij de economische, maatschappelijke en ecologische uitdagingen kunnen aangaan waarmee ze worden geconfronteerd', besluit Fabian Wathelet.

Bernard Keppenne, Chief Economist CBC Banque:
"Tegenwoordig is een lokale aanpak erg zinvol voor de horecasector. De consumenten hechten steeds meer belang aan lokale producten en geven de voorkeur aan zaken die deze aanpak hanteren.

Voor de horeca biedt deze aanpak verschillende voordelen:
- Kwaliteit en versheid van de producten
- Betere traceerbaarheid
- Marketingvoordeel en differentiatiefactor
- Mogelijkheid tot kortere bevoorradingsketens
- Potentieel betere beheersing van de marge dankzij een directere relatie met de producent
- Meer culinaire creativiteit dankzij seizoensgebondenheid
- Een directere en transparantere relatie met de producenten
- Een milieubewuste aanpak die als meerwaarde kan worden uitgespeeld
- Versterking van het lokale economische weefsel

Hoewel de korte keten dus een duidelijke meerwaarde biedt, vereist ze daarentegen:
- een grote flexibiliteit;
- een aangepaste logistiek;
- een goed afgestemd economisch model;
- een chef en een team die zich kunnen aanpassen aan wisselende bevoorrading en seizoensgebondenheid."

TOT BESLUIT:

Ja, de consument houdt van lokale producten, maar niet tegen om het even welke prijs en alleen als ze van goede kwaliteit zijn. Zelfs in tijden van financiële crisis, en zeker in tijden van milieucrisis, biedt het aanbieden van Belgische producten dus een kans voor de horeca en zelfs een bron van positieve differentiatie. Voorwaarde is wel dat de lokale herkomst van de producten voldoende in de verf wordt gezet om een eventuele meerprijs in de ogen van de consument te rechtvaardigen. Daarbij mag uiteraard niet worden vergeten om de kwaliteit van deze producten te benadrukken en de klanten hierover te informeren.

UN MODÈLE AGRICOLE À PRÉSERVER

« De manière générale, les Belges portent un regard positif sur l'agriculture de notre pays et mesurent l'importance de préserver un modèle agricole local et familial. La pérennité de nos exploitations dépendra de leur capacité à faire face à des enjeux majeurs, notamment en matière de rentabilité, de concurrence étrangère et d'évolution des attentes sociétales. Ces résultats soulignent toute l'importance d'accompagner nos agriculteurs afin qu'ils puissent relever les défis économiques, sociétaux et environnementaux auxquels ils sont confrontés », conclut Fabian Wathelet.

***Bernard Keppenne**, Chief Economist CBC Banque :*
« Aujourd'hui, une approche locale a beaucoup de sens pour le secteur Horeca, car les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux produits locaux et peuvent privilégier des établissements qui s'inscrivent dans cette démarche.

Pour l'Horeca, cette approche présente plusieurs avantages :
- *Qualité et fraîcheur des produits*
- *Meilleure traçabilité*
- *Avantage marketing et facteur de différenciation*
- *Possibilité de circuits d'approvisionnement plus courts*
- *Marge potentiellement mieux maîtrisée grâce à une relation plus directe avec le producteur*
- *Créativité culinaire favorisée par la saisonnalité*
- *Relation plus directe et plus transparente avec les producteurs*
- *Engagement environnemental valorisant*
- *Renforcement du tissu économique local*

Si les circuits courts apportent donc une vraie valeur ajoutée, ils exigent en contrepartie :
- *une grande flexibilité ;*
- *une logistique adaptée ;*
- *un modèle économique bien calibré ;*
- *un chef et une équipe capables de s'adapter à des approvisionnements fluctuants et à la saisonnalité. »*

EN CONCLUSION :

Oui, le consommateur aime les produits locaux, mais pas à n'importe quel prix et seulement s'ils sont de qualité. Même en période de crise (financière) et surtout en période de crise (environnementale), mettre en avant l'utilisation de produits belges est donc une opportunité pour l'Horeca et même une source d'une différentiation positive, à condition toutefois de valoriser suffisamment l'origine locale des produits pour justifier, aux yeux du consommateur, un éventuel supplément de prix, et sans oublier bien évidemment de mettre cette qualité en avant et d'en informer la clientèle.



SOLAREC
Professional

BETROUWBAARHEID
ten Dienste van uw Creaties

SLAGROOM
35% VET



NIEUW

KOOKROOM
18% VET

SOLAREC Professional is ontstaan vanuit een eenvoudige overtuiging: professionals verdienen zuivelproducten die aan hun hoge eisen voldoen. Consistentie, stabiliteit,een gelijkmatige textuur ongeacht het seizoen — allemaal criteria waarover niet te onderhandelen valt voor een chef-kok, een banketbakker of een ambachtelijke bakker wiens reputatie op het spel staat bij elk bordof elke etalage.

Contacteer ons op
061/ 559 161 of via **info@solarec.be**

[Danny Verheyden]



BELGISCHE SPIRITS,
EN DE VELE REDENEN OM ZE OP DE MENUKAART TE PLAATSEN

LES SPIRITUEUX BELGES
ET LES NOMBREUSES RAISONS DE LES INSCRIRE À LA CARTE

Belgisch is 'in', en dat geldt ook voor Belgische spirits. Er zijn minstens 5 redenen om ze als Horeca-uitbater op de menukaart te plaatsen: ze bieden kansen om nieuwe verkoopmomenten en een aantrekkelijke marge te creëren, strategisch bekeken kan je een sterker en onderscheidend Horecaconcept ontwikkelen, vanuit gastronomisch standpunt zijn er nieuwe combinaties van smaken, gerechten en dranken mogelijk, operationeel kan je rechtstreekse productkennis en ondersteuning door de producent verkrijgen, en vanuit toeristisch oogpunt kan je een authentieke Belgisch ervaring aanbieden aan binnen- en buitenlandse toeristen. Op die manier ontstaat er ook een sterker partnerschap tussen Belgische producenten en Horecaondernemers. L'Union fait la force…

Le belge a le vent en poupe, et les spiritueux belges ne font pas exception. Pour les exploitants Horeca, il existe au moins cinq bonnes raisons de les inscrire à leur carte : sur le plan commercial, ils offrent des opportunités de créer de nouveaux moments de consommation et de dégager des marges intéressantes ; sur le plan stratégique, ils permettent de développer un concept Horeca plus fort et différenciant ; sur le plan gastronomique, ils ouvrent la voie à de nouvelles associations de saveurs, de mets et de boissons ; sur le plan opérationnel, ils permettent de bénéficier directement des connaissances et du soutien des producteurs ; enfin, sur le plan touristique, ils offrent la possibilité de proposer une expérience belge authentique aux visiteurs belges et étrangers. Cette démarche favorise également un partenariat plus étroit entre les producteurs belges et les entrepreneurs de l'Horeca. L'union fait la force…

De Belgische spiritssector wordt gekenmerkt door een veelzijdig aanbod van gedistilleerde dranken, waaronder jenever, gin, whisky, fruitdistillaten, likeuren en andere specialiteiten. De sector combineert een rijke historische traditie en lokaal vakmanschap met ondernemerschap, productinnovatie en een groeiende aandacht voor herkomst en authenticiteit. Naast gevestigde producenten telt België ook kleinere, ambachtelijke stokerijen die zich onderscheiden door hun eigen recepten, productiemethoden en regionale verankering. Die diversiteit vormt ook een troef.

Le secteur belge des spiritueux se caractérise par une offre très diversifiée de boissons distillées, parmi lesquelles le genièvre, le gin, le whisky, les eaux-de-vie de fruits, les liqueurs et d'autres spécialités. Il associe une riche tradition historique et un savoir-faire local à l'esprit d'entreprise, à l'innovation et à une attention croissante portée à l'origine et à l'authenticité des produits. Outre les producteurs bien établis, la Belgique compte également de petites distilleries artisanales qui se distinguent par leurs recettes, leurs méthodes de production et leur ancrage régional. Cette diversité constitue également un véritable atout.

De Belgische spiritsmarkt opereert in een competitieve en internationaal georiënteerde omgeving, waarin internationale merken een belangrijke positie innemen en Belgische producenten zich moeten onderscheiden op basis van kwaliteit, karakter, herkomst en merkidentiteit. Veranderende consumentenvoorkeuren, prijsdruk, fiscaliteit, regelgeving en een groeiende belangstelling voor premiumproducten en alcoholvrije alternatieven spelen hierin een belangrijke rol.

Als je de Belgische spiritssector naast de Horeca legt, dan zijn er een aantal duidelijke raakvlakken. Ten eerste zijn er de strengere regels rond alcoholreclame. In 2026 ligt een ontwerp-KB op tafel dat onder meer gezondheidswaarschuwingen in alcoholreclame wil invoeren, reclame gericht op minderjarigen wil verbieden en beperkingen oplegt aan het gratis aanbieden van alcohol. Voor de Horeca raakt dit niet alleen klassieke reclame, maar potentieel ook social media, events, promoties, degustaties en communicatie van cafés en restaurants.

Een tweede aspect zijn de accijnzen en de betaalbaarheid van spirits. Accijnzen blijven een fundamenteel dossier voor producenten, importeurs én Horeca. Voor spirits werken hogere heffingen uiteindelijk door in de aankoopprijs en dus in de verkoopprijs van een gin-tonic, whisky, cocktail of digestief. De vraag voor de Horeca is dan ook: hoe houden we een marge op alcoholische dranken zonder de consument uit de zaak te prijzen?

Ten derde is er een verschuiving naar alcoholvrij en alcoholarm, die zowel door de spiritsproducenten als door de Horeca als een groeiend gegeven ervaren. Het verandert de drankkaart en het verdienmodel: een Horecaondernemer moet alternatieven kunnen aanbieden die kwalitatief én rendabel zijn, zonder alcoholvrije dranken louter als goedkope vervanger te positioneren. ···→

"BELGISCHE SPIRITS MOETEN NIET OP DE KAART KOMEN LOUTER OMDAT ZE BELGISCH ZIJN, MAAR OMDAT ZE DE HORECAZAAK IETS WAARDEVOLS TE BIEDEN HEBBEN"

« LES SPIRITUEUX BELGES NE DOIVENT PAS FIGURER À LA CARTE UNIQUEMENT PARCE QU'ILS SONT BELGES, MAIS PARCE QU'ILS APPORTENT UNE RÉELLE VALEUR AJOUTÉE À L'ÉTABLISSEMENT HORECA »


Geert Van Lerberghe

Le marché belge des spiritueux évolue dans un environnement concurrentiel et fortement internationalisé, où les marques étrangères occupent une place importante et où les producteurs belges doivent se différencier par la qualité, le caractère, l'origine et l'identité de leurs marques. L'évolution des préférences des consommateurs, la pression sur les prix, la fiscalité, la réglementation ainsi que l'intérêt croissant pour les produits premium et les alternatives sans alcool jouent un rôle déterminant dans ce contexte.

Lorsque l'on met en parallèle le secteur belge des spiritueux et celui de l'Horeca, plusieurs points de convergence apparaissent clairement. Le premier concerne le durcissement des règles relatives à la publicité pour l'alcool. En 2026, un projet d'arrêté royal est sur la table. Il prévoit notamment l'introduction d'avertissements sanitaires dans les publicités pour les boissons alcoolisées, l'interdiction de la publicité destinée aux mineurs et des restrictions concernant la distribution gratuite d'alcool. Pour l'Horeca, ces mesures ne concernent pas uniquement la publicité traditionnelle, mais pourraient également avoir des répercussions sur les réseaux sociaux, les événements, les promotions, les dégustations et la communication des cafés et restaurants.

Un deuxième aspect concerne les accises et l'accessibilité financière des spiritueux. Les accises restent un dossier fondamental pour les producteurs, les importateurs et les professionnels de l'Horeca. Dans le secteur des spiritueux, une augmentation des taxes se répercute inévitablement sur le prix d'achat et, par conséquent, sur le prix de vente d'un gin-tonic, d'un whisky, d'un cocktail ou d'un digestif. La question qui se pose aux professionnels de l'Horeca est donc la suivante : comment préserver une marge sur les boissons alcoolisées sans pratiquer des prix qui risquent de faire fuir les consommateurs ? ···→

Tenslotte is er nog het aspect van het verantwoord alcoholgebruik en de bescherming van minderjarigen. De wettelijke verantwoordelijkheid ligt zeer concreet bij de Horeca: alcohol mag niet worden verkocht, geschonken of aangeboden aan jongeren onder de wettelijke leeftijdsgrenzen; voor sterke drank geldt 18 jaar. Bij twijfel moet de verkoper de leeftijd controleren. Dit vertaalt zich voor Horeca in opleiding van personeel, leeftijdscontrole, verantwoordelijkheid van de uitbater en controles. Uit de resultaten van de door de FOD Volksgezondheid georganiseerde "mystery shoppings" blijkt jaar na jaar dat de correcte naleving van deze regels door de individuele Horeca ondernemer niet altijd evident is.

Wat zijn nu de goede redenen voor een Horeca-uitbater om Belgische spirits op de menukaart te zetten, zo vroegen we **Geert Van Lerberghe**, directeur van **Vinum Et Spiritus**, de sectorfederatie van wijn en sterke drank in België.

"Het is meer dan een keuze voor een lokaal product, zo stelt hij. Je kan je beter onderscheiden, de gastbeleving versterken, nieuwe verkoopmogelijkheden creëren en de band met de Belgische gastronomie verdiepen. De belangrijkste boodschap van de Belgische spirits producenten is dat Belgische spirits niet alleen een product op de drankenkaart zijn, maar ook een instrument voor commerciële differentiatie en voor een sterker Horeca-concept.

Veel Horecazaken bieden internationale merken aan die consumenten ook in de supermarkt, bij de slijter of in andere cafés terugvinden. Met Belgische spirits kan een zaak een eigen identiteit en dito beleving ontwikkelen, door de drankenkaart of het personeel een productverhaal te laten vertellen, met een degustatie van twee of drie Belgische spirits, via een cocktail die exclusief voor de zaak wordt ontwikkeld, of door een Belgische spirit te combineren met een lokaal gerecht. Als Horeca-uitbater ···→





Troisièmement, on observe une évolution vers les boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool, une tendance croissante constatée tant par les producteurs de spiritueux que par les professionnels de l'Horeca. Cette évolution transforme la carte des boissons et le modèle économique des établissements. Un entrepreneur Horeca doit être en mesure de proposer des alternatives à la fois qualitatives et rentables, sans positionner les boissons sans alcool comme de simples substituts bon marché.

Enfin, il convient d'évoquer la consommation responsable d'alcool et la protection des mineurs. La responsabilité légale incombe très concrètement aux établissements Horeca : il est interdit de vendre, de servir ou d'offrir de l'alcool aux jeunes n'ayant pas atteint l'âge légal. Pour les spiritueux, la limite est fixée à 18 ans. En cas de doute, le vendeur doit vérifier l'âge du consommateur. Pour l'Horeca, cela implique la formation du personnel, le contrôle de l'âge des clients, la responsabilité de l'exploitant et des inspections. Les résultats des « mystery shoppings » (achats mystères) organisés par le SPF Santé publique montrent, année après année, que le respect de ces règles par les exploitants Horeca n'est pas toujours évident.

*Quelles sont dès lors les bonnes raisons pour un exploitant Horeca d'inscrire des spiritueux belges à sa carte ? Nous avons posé la question à **Geert Van Lerberghe**, directeur de **Vinum Et Spiritus**, la fédération sectorielle des vins et spiritueux en Belgique.*

« Il s'agit de bien plus que d'un simple choix en faveur d'un produit local, explique-t-il. Vous pouvez mieux vous différencier, enrichir l'expérience client, créer de nouvelles opportunités commerciales et renforcer les liens avec la gastronomie belge. Le principal message des producteurs belges de spiritueux est que leurs produits ne constituent pas uniquement une référence supplémentaire sur la carte des boissons, mais également un véritable outil de différenciation commerciale et de renforcement du concept Horeca.

De nombreux établissements Horeca proposent des marques internationales que les consommateurs retrouvent également dans les supermarchés, chez les cavistes ou dans d'autres cafés. Avec les spiritueux belges, un établissement peut développer sa propre identité et une expérience qui lui est propre, en racontant l'histoire d'un produit à travers sa carte ou son personnel, en proposant une dégustation de deux ou trois spiritueux belges, en créant un cocktail exclusif à l'établissement ou encore en associant un spiritueux belge à un plat local. En tant qu'exploitant Horeca, vous pouvez également répondre à l'intérêt pour les spécialités régionales, qui ne cesse d'ailleurs de croître. » ···→


Lutosa
ULTRA CRUNCHY
NEW
SEA SALT & PEPPER
Bezoek ons / Rejoignez-nous
HORECA EXPO
Stand 48613
LOVE IN EVERY BITE
DISCOVER ALL TYPES OF CRUNCHINESS ON LUTOSA.COM

kan je ook inspelen op de belangstelling voor streekspecialiteiten, die overigens alsmaar toeneemt".

"Voor toeristen kan een Belgische spirit een interessante kennismaking zijn met het land, aldus Geert Van Lerberghe. België heeft een sterke internationale reputatie op het vlak van gastronomie en bier, en Belgische whisky, gin, jenever en likeuren kunnen dat verhaal aanvullen".

Ook naar productopleidingen toe zijn er samenwerkingsmogelijkheden met Belgische stokerijen.

"Het kan inderdaad verder gaan dan louter de aankoop van flessen. Afhankelijk van de producent zijn er mogelijkheden voor productopleidingen voor bartenders en zaalpersoneel, cocktailrecepten op maat, degustaties voor medewerkers, bezoeken aan de stokerij en ondersteuning bij de introductie van een nieuw product. Dat maakt het mogelijk om medewerkers niet alleen een product te laten verkopen, maar ook de kennis te geven om het overtuigend aan te bevelen".

Het verhaal van de Belgische stokerijen gaat ook verder dan enkel gin of whisky. Afhankelijk van het assortiment zijn er ook jenevers, fruitdistillaten, likeuren en andere specialiteiten. Dat opent mogelijkheden om de drankenkaart inhoudelijk interessanter te maken. Een restaurant kan bijvoorbeeld een Belgische spirit selecteren die aansluit bij een dessert. Een bar kan een lokale likeur verwerken in een eigen cocktail. Ook de combinatie met alcoholvrije alternatieven kan een plaats krijgen op een moderne drankenkaart. Een Horecazaak benut m.a.w. een gevarieerder aanbod waarmee de zaak verschillende smaken, voorkeuren en consumptiemomenten kan bedienen.

"Belgische spirits moeten niet op de kaart komen louter omdat ze Belgisch zijn, maar omdat ze de Horecazaak iets waardevols te bieden hebben, besluit Geert Van Lerberghe. Hun Belgische herkomst kan dat verhaal vervolgens versterken".

« Pour les touristes, un spiritueux belge peut constituer une manière intéressante de découvrir notre pays, poursuit Geert Van Lerberghe. La Belgique jouit d'une solide réputation internationale dans les domaines de la gastronomie et de la bière. Les whiskies, gins, genièvres et liqueurs belges peuvent parfaitement compléter cette image. »

Des possibilités de collaboration existent également avec les distilleries belges en matière de formation aux produits.

« La collaboration peut effectivement aller bien au-delà du simple achat de bouteilles. Selon le producteur, différentes possibilités peuvent être envisagées : formations aux produits pour les bartenders et le personnel de salle, recettes de cocktails sur mesure, dégustations destinées aux collaborateurs, visites de distilleries ou encore accompagnement lors de l'introduction d'un nouveau produit. Cela permet non seulement aux collaborateurs de vendre un produit, mais aussi d'acquérir les connaissances nécessaires pour le recommander de manière convaincante. »

L'univers des distilleries belges ne se limite pas au gin ou au whisky. Selon les gammes proposées, on y trouve également des genièvres, des eaux-de-vie de fruits, des liqueurs et d'autres spécialités. Autant de possibilités pour enrichir et diversifier la carte des boissons. Un restaurant peut, par exemple, sélectionner un spiritueux belge qui s'accorde avec un dessert. Un bar peut intégrer une liqueur locale dans un cocktail signature. L'association avec des alternatives sans alcool peut également trouver sa place sur une carte moderne. En d'autres termes, un établissement Horeca peut tirer parti d'une offre plus variée pour répondre à différents goûts, préférences et moments de consommation.

VINUM ET SPIRITUS

WWW.VINUMETSPIRITUS.BE

« Les spiritueux belges ne doivent pas figurer à la carte uniquement parce qu'ils sont belges, mais parce qu'ils apportent une réelle valeur ajoutée à l'établissement Horeca, conclut Geert Van Lerberghe. Leur origine belge peut ensuite venir renforcer cet argument. »

"WIJ GAAN VOOR HAUTE COUTURE IN PLAATS VAN CONFECTIE"

« NOUS PRIVILÉGIONS LA HAUTE COUTURE PLUTÔT QUE LE PRÊT-À-PORTER »



Kristof De Sloovere — 1840 Spirits





1840 SPIRITS: "INNOVATIE IS ONZE PASSIE"

De ambachtelijke Stokerij 1840 Spirits sleepte tijdens de 2025 editie van de World Gin Awards in Londen een gouden medaille in de wacht, en werd ook uitgeroepen tot beste Belgische gin, en dit in de categorie London Dry Gin. Het bedrijf behoorde ook tot de laatste 7 finalisten in de categorie World's Best Gin; opmerkelijk toch.

"Door een bewuste marketingkeuze verdelen wij onze producten niet in de supermarkten noch aan Horeca groothandels, maar bieden wij de Horeca een rechtstreekse exclusiviteit aan, aldus zaakvoerders Kristof & Yves De Sloovere. Mede dankzij de Z–Generatie merken wij vandaag een constante evolutie en verandering op in het Horecalandschap. Zij maken immers bewuste keuzes als het gaat over eten en drinken. De opmars van alcoholvrije dranken is daar een voorbeeld van. Ook op deze nichemarkt spelen wij bewust in.

Onze filosofie is: een product moet een ziel hebben, een verhaal, een story. Tijdens het distillatieproces kiezen wij dan ook voor kwaliteit. Met andere woorden: wij gaan voor haute couture in plaats van confectie, en willen iets creëren wat nog niet op de markt is".

1840 SPIRITS : « L'INNOVATION EST NOTRE PASSION »

La distillerie artisanale 1840 Spirits, connue sous le nom de Batch 1840, a remporté une médaille d'or lors de l'édition 2025 des World Gin Awards à Londres et a également été désignée meilleur gin belge dans la catégorie London Dry Gin. L'entreprise figurait par ailleurs parmi les sept derniers finalistes dans la catégorie « World's Best Gin ». Une performance pour le moins remarquable.

« Dans le cadre d'un choix marketing délibéré, nous ne distribuons pas nos produits dans les supermarchés ni auprès des grossistes Horeca, mais nous offrons aux établissements Horeca une exclusivité grâce à une distribution directe, expliquent Kristof et Yves De Sloovere, les dirigeants de l'entreprise. Sous l'impulsion notamment de la génération Z, nous constatons aujourd'hui une évolution et une transformation constantes du paysage Horeca. Cette génération effectue en effet des choix réfléchis en matière d'alimentation et de boissons. L'essor des boissons sans alcool en est un exemple. Nous avons également fait le choix de nous positionner sur ce marché de niche.

Notre philosophie est simple : un produit doit avoir une âme, une histoire à raconter. C'est pourquoi nous privilégions la qualité tout au long du processus de distillation. En d'autres termes, nous misons sur la haute couture plutôt que sur le prêt-à-porter et souhaitons créer quelque chose qui n'existe pas encore sur le marché. »

WWW.1840SPIRITS.BE





Bénédicte Herlinvaux

wint de titel van Eerste Kaasspecialist van België 2026
remporte le titre de Premier Fromager de Belgique 2026

Bénédicte Herlinvaux van kaasspeciaalzaak Fromage&Cie in Bastenaken heeft de negende editie van Wedstrijd van de Eerste Kaasspecialist van België gewonnen. De wedstrijd werd georganiseerd door de Federatie van Belgische Kaasspecialisten in de raadszaal van het gemeentehuis van Herve, in het kader van de de 750e verjaardag van de stad Herve en 30 jaar BOB Herve kaas.

De wedstrijd had tot doel een veelzijdig vakmanschap te bekronen: productkennis, precisie in de uitvoering, creativiteit en het vermogen om de passie voor kaas over te brengen. Bénédicte Herlinvaux volgt **Léo Begin** op als titelhouder.

Onder het voorzitterschap van Léo Begin, Eerste Kaasspecialist van België 2024, beoordeelde de 12koppige jury, bestaande uit o.a. kaasmakers, Meilleurs Ouvriers de France en andere personaliteiten, waaronder ook een chocolatier, de vier kandidaten tijdens acht verschillende proeven. Daarbij werden onder meer hun vakkennis, hun vermogen om kazen te herkennen en te selecteren, hun inzicht in affinage en hun beheersing van snij- en verpakkingstechnieken getest.

Tijdens de publieke proeven presenteerden de kandidaten ook een originele combinatie met Hervekaas BOB. Daarnaast realiseerden ze ook een presentatieplateau met een opgelegd thema 'L'Oeuvre', waarin ze hun creativiteit en gevoel voor compositie konden tonen en de verschillende kaasterroirs tot hun recht konden laten komen.

Bénédicte Herlinvaux (Fromage&Cie, Bastogne) haalde het voor **Julie Moulia** (La Petite Vache, Brussel), **Sébastien Luthers** (Fromagerie des Vennes, Luik) en **Antony Decant** (Un Peu de Tout, Jurbise). Sébastien Luthers behaalde ook de Speciale Prijs Gruyère AOP.

Ze mag de titel 'Eerste Kaasspecialist van België 2026' haar hele leven blijven gebruiken, evenals het logo 'Belgian Excellence', voor al haar communicatie en commerciële activiteiten, steeds met vermelding van het jaartal 2026. Ze zal tevens België vertegenwoordigen op het komende wereldkampioenschap van Eerste Kaasmaker.

Deze negende editie, georganiseerd door de Federatie van Belgische Kaasspecialisten, vond plaats in het kader van de viering van 30 jaar BOB Hervekaas en 750 jaar stad Herve. Naast de wedstrijd vond er ook een drukbezochte markt plaats met 25 Belgische producenten en ambachtslieden, aangevuld met degustaties, conferenties en workshops, waaronder eentje over de pairingmogelijkheden van kaas met thee. ···→



Bénédicte Herlinvaux, de la fromagerie Fromage&Cie à Bastogne, a remporté la neuvième édition du Concours du Premier Fromager de Belgique. Organisé par la Fédération des Fromagers de Belgique, le concours s'est déroulé dans la salle du conseil de l'Hôtel de ville de Herve, dans le cadre du 750e anniversaire de la ville et des 30 ans de l'AOP Fromage de Herve.

*Le concours avait pour objectif de récompenser un savoir-faire polyvalent : connaissance des produits, précision dans l'exécution, créativité et capacité à transmettre sa passion pour le fromage. Bénédicte Herlinvaux succède ainsi à **Léo Begin**, détenteur du titre jusqu'à présent.*

Sous la présidence de Léo Begin, Premier Fromager de Belgique 2024, un jury de 12 membres, composé notamment de producteurs de fromage, de Meilleurs Ouvriers de France et d'autres personnalités, dont un chocolatier, a évalué les quatre candidats au cours de huit épreuves différentes. Celles-ci ont notamment permis de tester leurs connaissances professionnelles, leur capacité à reconnaître et à sélectionner les fromages, leur maîtrise de l'affinage ainsi que leurs techniques de découpe et d'emballage.

Lors des épreuves publiques, les candidats ont également présenté une association originale mettant à l'honneur le Fromage de Herve AOP. Ils ont par ailleurs réalisé un plateau de présentation sur le thème imposé 'L'Œuvre', leur permettant d'exprimer leur créativité, leur sens de la composition et leur capacité à valoriser les différents terroirs fromagers.

***Bénédicte Herlinvaux** (Fromage&Cie, Bastogne) s'est imposée devant **Julie Moulia** (La Petite Vache, Bruxelles), **Sébastien Luthers** (Fromagerie des Vennes, Liège) et **Antony Decant** (Un Peu de Tout, Jurbise). Sébastien Luthers a également remporté le Prix spécial Gruyère AOP.*

Elle pourra utiliser à vie le titre de 'Premier Fromager de Belgique 2026', ainsi que le logo 'Belgian Excellence' dans toutes ses communications et activités commerciales, en mentionnant systématiquement l'année 2026. Elle devrait également représenter la Belgique lors du prochain championnat du monde des fromagers.

Cette neuvième édition, organisée par la Fédération des Fromagers de Belgique, s'inscrivait dans le cadre des célébrations des 30 ans de l'AOP Fromage de Herve et des 750 ans de la ville de Herve. Parallèlement au concours, un marché très fréquenté réunissait 25 producteurs et artisans belges. Des dégustations, conférences et ateliers étaient également au programme, dont un consacré aux possibilités d'accords entre fromages et thés.

À travers ce titre officiel, la Fédération souhaite mettre en lumière la diversité et la richesse du métier de fromager, tout en valorisant le travail des producteurs, affineurs et professionnels qui œuvrent quotidiennement en faveur de produits de qualité.

Le concours a bénéficié du soutien de son partenaire principal, Gruyère AOP, de son partenaire officiel, Brugge Kaas, ainsi que de Real, grossiste en fromages et produits laitiers.

L'affineur bruxellois Julien Hazard, également président de la Fédération des Fromagers de Belgique, s'est montré particulièrement satisfait du déroulement de l'événement. Le concours, ouvert au grand public, coïncidait avec les festivités du 750e anniversaire de Herve, attirant une foule considérable. À certains moments, il était même difficile de se frayer un chemin parmi les centaines de visiteurs… ···→

Met deze officiële titel wil de Federatie de veelzijdigheid en rijkdom van het beroep van kaasspecialist onder de aandacht brengen, en het werk waarderen van producenten, affineurs en professionals die zich dagelijks inzetten voor kwaliteitsproducten.

De wedstrijd kon rekenen op steun van de hoofdpartner Gruyère AOP, van de officiële partner Brugge Kaas en van Real, een groothandel in kaas en zuivelproducten.

De Brusselse kaasaffineur Julien Hazard, tevens voorzitter van de Federatie van Belgische Kaasspecialisten, was alleszins tevreden over het verloop van het evenement. Omdat de voor het grote publiek toegankelijke wedstrijd gepaard ging met de viering van het 750jarig bestaan van Herve, was het soms bijna op honderden koppen lopen…

“Wij zijn dan ook bijzonder tevreden, aldus Julien Hazard. Eén van de belangrijkste doelstellingen van de federatie is om ons vakmanschap zichtbaar te maken voor het grote publiek. De combinatie van een professionele wedstrijd en een publieksevent bood daartoe een mooie gelegenheid.

Ook de aanwezigheid van Belgische ambachtelijke kaasproducenten was voor ons essentieel. Het zijn hun producten en hun vakmanschap die wij dagelijks in onze winkels onder de aandacht brengen en verdedigen”.

Wat gaf de doorslag voor de podiumplaatsen en de overwinning van Bénédicte Herlinvaux?

“Het klassement wordt bepaald door het totaal van de punten over de acht proeven. De juryleden beoordelen de kandidaten tijdens de verschillende proeven en kenden daarvoor punten toe. Deze worden vervolgens opgeteld. Bénédicte Herlinvaux behaalde de hoogste totaalscore en werd zo laureate. Haar overwinning berust dus op haar prestaties over het geheel van de wedstrijd”. ···→

« Nous sommes donc particulièrement satisfaits, explique Julien Hazard. L’un des principaux objectifs de la Fédération est de rendre notre savoir-faire visible auprès du grand public. L’association d’un concours professionnel et d’un événement ouvert à tous constituait une excellente occasion d’y parvenir.

La présence de producteurs artisanaux belges de fromage était également essentielle à nos yeux. Ce sont leurs produits et leur savoir-faire que nous mettons quotidiennement en valeur et défendons dans nos commerces. »

Quels éléments ont fait la différence dans l’attribution des places sur le podium et dans la victoire de Bénédicte Herlinvaux ?

« Le classement est établi sur la base du total des points obtenus lors des huit épreuves. Les membres du jury évaluent les candidats au cours de chacune d’elles et leur attribuent des points, qui sont ensuite additionnés. Bénédicte Herlinvaux a obtenu le score global le plus élevé et a ainsi été désignée lauréate. Sa victoire repose donc sur l’ensemble de ses performances tout au long du concours. »

Le lieu et la date exacte de la dixième édition ne sont pas encore connus. Le concours étant organisé tous les deux ans, la prochaine édition devrait se tenir fin septembre ou début octobre 2028.

« Entre-temps, nous organiserons, le dimanche 26 septembre 2027, le concours des Jeunes Talents Fromagers, dans le cadre du salon Artisan à Kortrijk Xpo, précise Julien Hazard. Le prochain championnat du monde se déroulera lors du Mondial du Fromage à Tours, du 12 au 14 septembre 2027. Notre intention est que Bénédicte Herlinvaux y représente la Belgique. Nous allons bien entendu d’abord nous concerter avec elle afin de discuter de sa participation et de sa préparation. » ···→



Voorzitter van de Federatie van Belgische Kaasspecialisten Julien Hazard mocht o.a. collega-kaasaffineur Frédéric Van Tricht verwelkomen op het event.

Julien Hazard, président de la Fédération des Spécialistes Belges du Fromage, a notamment eu le plaisir d’accueillir son collègue affineur Frédéric Van Tricht lors de cet événement.



Le Gruyère AOP trad op als hoofdpartner van de wedstrijd.

Le Gruyère AOP était le partenaire principal du concours.



Rombouts®

130 Years

Passion for coffee since 1896

TRADITIONEEL BRANDEN • TORRÉFACTION À L'ANCIENNE • SLOW ROASTING

30 jaar Hervekaas BOB

Tijdens het event werd ook de dertigste verjaardag van het BOB-label van de Hervekaas gevierd. Hervekaas (of Herfse kaas) is dan ook de enige Belgische kaas met een officiële Beschermde Oorsprongsbenaming (BOB).

Herkomst: gemaakt in het Land van Herve (ten oosten van Luik in België), met een geschiedenis die teruggaat tot de middeleeuwen. Uit een studie van professor Remacle van de Universiteit van Luik is immers gebleken dat er reeds in de 13de eeuw kaas werd gemaakt op het 'Plateau van Herve'. In de 'Roman de la Rose' van Jean Renard uit 1230 wordt gesproken over een 'gezonde' kaas.
Vorm en uiterlijk: kenmerkend vierkant blokje (vaak 6 bij 6 cm) of parallellogram met een warme baksteenkleurige, gewassen korst door een rijping met roodbacteriën (gedurende 8 tot 10 dagen of langer)
Textuur: een zachte, smeuïge en homogene structuur met een vetgehalte van minimaal 35% tot 45%
Geur en smaak: een uitgesproken, sterke geur (vandaar de bijnaam 'stinkkaas' die wel eens gebruikt wordt) met een pikante, volle en aardse smaak
Melksoort: gemaakt van rauwe melk (traditioneel) of gepasteuriseerde koemelk

Er zijn drie varianten van Hervekaas:
- **Zachte Herve:** mild van smaak en korter gerijpt
- **Pikante Herve:** langer gerijpt en steviger, met een zoutere en pittigere smaak
- **Remoudou:** de rijkste variant met complexere aroma's, traditioneel gemaakt van de 'remout' (de nageperste melk van de tweede melking)

De kaas wordt klassiek gegeten op roggebrood, vaak gecombineerd met Luikse siroop (Sirop de Liège) en een kop koffie, of wordt ook gepaird met een bruin abdijbier of portwijn.

De belangrijkste producenten van de kaas van Herve zijn gegroepeerd in de in juni 2005 opgerichte vzw **Fromage de Herve**, waartoe ook drie groothandelaars behoren. Hun belangrijkste doelstellingen zijn: het promoten van Hervekaas, zowel in het binnen- als in het buitenland; de ontwikkeling van de productie bevorderen; een merkimago uitdragen dat de waarde van de aangesloten producenten verhoogt; de belangen van de Hervekaas verdedigen, en het begeleiden van de technieken van de aangesloten producenten met betrekking tot de BOB. De vzw staat open voor elke producent van Hervekaas die lid wil worden.

Voor meer info en recepten, surf naar **www.fromagedeherve.com**





30 ans d'AOP pour le Fromage de Herve

L'événement a également été l'occasion de célébrer le trentième anniversaire de l'obtention de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) par le Fromage de Herve. Celui-ci demeure d'ailleurs le seul fromage belge bénéficiant d'une AOP officielle.

***Origine :** Produit au Pays de Herve, à l'est de Liège, ce fromage possède une histoire qui remonte au Moyen Âge. Une étude du professeur Remacle, de l'Université de Liège, a en effet démontré que l'on fabriquait déjà du fromage sur le Plateau de Herve au XIIIe siècle. Dans le 'Roman de la Rose' de Jean Renard, datant de 1230, il est notamment question d'un fromage qualifié de 'sain '.*
***Forme et aspect :** Le Fromage de Herve se présente sous la forme caractéristique d'un petit bloc carré, souvent de 6 x 6 cm, ou d'un parallélépipède. Sa croûte lavée, de couleur rouge brique, résulte d'un affinage faisant intervenir des bactéries du rouge, pendant 8 à 10 jours, voire davantage.*
***Texture :** Sa pâte est souple, onctueuse et homogène, avec une teneur en matières grasses comprise entre 35 et 45 % au minimum selon les caractéristiques du produit.*
***Odeur et goût :** Il se distingue par une odeur puissante et prononcée, qui lui vaut parfois le surnom de 'fromage qui pue', ainsi que par une saveur corsée, piquante et aux notes terreuses.*
***Type de lait :** Il est fabriqué à partir de lait de vache cru, selon la tradition, ou pasteurisé.*

Il existe trois variantes du Fromage de Herve :
- ***Herve doux :** au goût plus délicat, avec un affinage plus court.*
- ***Herve piquant :** affiné plus longuement, il présente une texture plus ferme et une saveur plus salée et relevée.*
- ***Remoudou :** la variante la plus riche, aux arômes plus complexes, traditionnellement élaborée à partir du « remout », un lait plus riche issu d'une seconde traite.*

Le Fromage de Herve se déguste traditionnellement sur du pain de seigle, souvent accompagné de Sirop de Liège et d'une tasse de café. Il peut également être associé à une bière brune d'abbaye ou à un vin de Porto.

Les principaux producteurs de Fromage de Herve sont regroupés au sein de l'ASBL Fromage de Herve, créée en juin 2005, qui compte également trois grossistes parmi ses membres. Ses principaux objectifs sont de promouvoir le Fromage de Herve, tant en Belgique qu'à l'étranger, de favoriser le développement de sa production, de construire une image de marque valorisant les producteurs affiliés, de défendre les intérêts de la filière et d'accompagner les membres dans l'application des techniques liées au cahier des charges de l'AOP. L'ASBL est ouverte à tout producteur de Fromage de Herve souhaitant y adhérer.

Pour davantage d'informations et des idées de recettes, rendez-vous sur ***www.fromagedeherve.com***

De locatie en de exacte datum voor de 10de editie zijn momenteel nog niet bekend. De wedstrijd vindt om de twee jaar plaats, dus de volgende editie is voorzien voor eind september of begin oktober 2028.

“In de tussentijd organiseren we op zondag 26 september 2027 de wedstrijd voor Jong Kaastalent, en dit tijdens de beurs Artisan in Kortrijk Xpo, aldus Julien Hazard. Het volgende wereldkampioenschap vindt plaats tijdens de Mondial du Fromage in Tours, van 12 tot 14 september 2027. Het is de bedoeling dat Bénédicte Herlinvaux ons land daar vertegenwoordigt. We zullen uiteraard eerst met haar hierover overleggen om haar deelname en voorbereiding te bespreken”.

QUID MET DE OPLEIDINGSMOGELIJKHEDEN?

Wat zijn nu de opleidingsmogelijkheden voor wie de ambitie heeft om kaasmeester te worden in ons land? “Het opleidingsaanbod blijft helaas beperkt, aldus Julien Hazard. Dat is een belangrijk aandachtspunt voor ons beroep en voor de overdracht van onze vakkennis. In Vlaanderen biedt Syntra opleidingen tot kaasmeester aan, onder meer in het avondonderwijs. Ook in Brussel bestaat er een avondopleiding tot kaasmeester bij Syntra Brussel. In Wallonië biedt IFAPME in Villers-le-Bouillet en Bergen een tweejarige beroepsopleiding tot fromager-affineur aan. Voor Brusselse kandidaten kan de praktijkopleiding in een Brusselse onderneming plaatsvinden, terwijl de lessen in een Waals IFAPME-centrum gevolgd worden.

Naast een opleiding blijft praktijkervaring essentieel: werken met kaas, regelmatig proeven, producenten ontmoeten en leren van ervaren vakmensen zijn in deze onontbeerlijk”, aldus nog Julien Hazard.

De FBBK-Federatie van Belgische Kaasspecialisten is te volgen via hun officiële Facebook-pagina.

QUELLES POSSIBILITÉS DE FORMATION ?

Quelles sont aujourd’hui les possibilités de formation pour celles et ceux qui ambitionnent de devenir maîtres fromagers en Belgique ? « L’offre de formation reste malheureusement limitée, explique Julien Hazard. C’est un enjeu majeur pour notre profession et pour la transmission de notre savoir-faire. En Flandre, Syntra propose des formations de maître fromager, notamment en cours du soir. À Bruxelles également, Syntra Brussel organise une formation de maître fromager en soirée. En Wallonie, l’IFAPME propose, à Villers-le-Bouillet et à Mons, une formation professionnelle de deux ans au métier de fromager-affineur. Pour les candidats bruxellois, la formation pratique peut se dérouler dans une entreprise située à Bruxelles, tandis que les cours théoriques sont suivis dans un centre IFAPME wallon.

Au-delà de la formation, l’expérience pratique reste essentielle : travailler les fromages, déguster régulièrement, rencontrer les producteurs et apprendre auprès de professionnels expérimentés sont autant d’éléments indispensables », conclut Julien Hazard.

La Fédération des Fromagers de Belgique (FBBK) est également présente sur sa page Facebook officielle.





inex de beste vol-au-vent van België

inex le meilleur vol-au-vent de Belgique

30 deelnemers, 5 finalisten en 1 winnaar: op maandag 5 oktober werd Kenny Bernaerts, chef van restaurant De Vijfhoek in Sint-Katelijne-Waver, voor de tweede keer gekroond tot koning van de Belgische vol-au-vent. De wedstrijd werd georganiseerd door zuivelgroep Inex in zijn vestiging in Bavegem. De chef, die ook al de allereerste editie won, wist de jury opnieuw te overtuigen met een eigen interpretatie van de Belgische klassieker, verrijkt met zeevruchten.

30 participants, 5 finalistes et 1 sacré gagnant : ce lundi 5 octobre, Kenny Bernaerts chef du restaurant De Vijfhoek à Sint-Katelijne-Waver, a été sacré pour la deuxième fois Roi du vol-au-vent de Belgique, un concours organisé par le groupe laitier Inex dans ses locaux à Bavegem. Déjà vainqueur de la toute première édition, le chef récidive avec une version revisitée du classique belge, agrémentée de fruits de mer.



Een recept met mosselen en scheermessen

Om zich te onderscheiden, koos **Kenny Bernaerts** er niet voor om het gerecht volledig opnieuw uit te vinden. Hij behield de fundamenten van de klassieker, maar gaf er een persoonlijke toets aan. Zo voegde de chef scheermessen en mosselen toe aan zijn vol-au-vent, wat het gerecht een maritieme dimensie en extra smaakcomplexiteit geeft.

Une recette à base de moules et de couteaux de mer

*Pour se distinguer, **Kenny Bernaerts** n'a pas cherché à réinventer entièrement le plat. Il en a conservé les fondamentaux tout en y apportant une signature plus personnelle. Le chef a ainsi complété son vol-au-vent de couteaux de mer et de moules, apportant une dimension marine et une complexité gustative supplémentaire à la préparation.*

Kenny Bernaerts, de wedstrijd voor de tweede keer winnen, dat is toch een bekroning! Waar haalt u uw creativiteit vandaan en wat inspireerde u voor dit recept met de smaak van de zee?

"Ik keer altijd terug naar de klassiekers. Veel mensen denken dat de combinatie van vol-au-vent met zeevruchten modern is, maar dat is helemaal niet zo. Eigenlijk is het zelfs een klassieker. En omdat ik een **NorthSeaChef** van het eerste uur ben, werk ik graag met Belgische vis en geef ik altijd de voorkeur aan lokale producten.



Op onze kaart staan twee vol-au-vents: een klassieke versie met een emulsie op basis van sherry en een royale versie met grijze garnalen en kalfsvlees (Belgisch natuurlijk). En ongeveer om de zes maanden brengen we een seizoensversie.

We hebben klanten die speciaal voor dit gerecht komen, en des te meer wanneer we bekendmaken dat we de wedstrijd voor de beste vol-au-vent hebben gewonnen!"

Vijf chefs in de finale

Kenny Bernaerts nam het op tegen vier andere professionals: **Bert Fichefet** van **Brasserie Dao** in Ichtegem, **Sam Van Landeghem** van **Den Silveren Harynck** in Sint-Niklaas, **Mamadou Barry** van **Les Petits Oignons** in Brussel en **Patrick Pollentier** van **Brasserie Rubens** in Oostende.

Bert Fichefet behaalde uiteindelijk de tweede plaats, terwijl Sam Van Landeghem het podium vervolledigde.

De verschillende creaties werden beoordeeld op smaak, techniek, textuur, originaliteit en presentatie door een jury bestaande uit juryvoorzitter **Christophe Hardiquest** (Menssa*), **Lode De Roover** (Fleur de Lin*), **Dean Hoebeeck** (Table 22), winnaar van de editie 2025, en **Michiel Van Colenberghe**, docent aan hotelschool Spermalie. ···→

Kenny Bernaerts, remporter le concours pour la deuxième fois, c'est une consécration ! D'où vient votre créativité, qu'est-ce qui vous a inspiré cette recette au goût de la mer ?

*« Je reviens toujours aux classiques. Beaucoup de gens croient que la combinaison du vol-au-vent avec des fruits de mer est moderne, mais pas du tout. C'est même en fait un classique et comme je suis un **NorthSeaChef** de la première heure, j'aime utiliser des poissons belges, et je privilégie toujours les produits locaux.*

Notre carte propose deux vol-au-vent : une version classique avec une émulsion à base de sherry et une version royale avec des crevettes grises et du veau (belge bien sûr). Et une fois tous les 6 mois environ nous sortons une version de saison.

Nous avons une clientèle qui vient spécialement pour ce plat et d'autant plus lorsque nous affichons que nous avons gagné le concours du meilleur vol-au-vent ! »

Cinq chefs en finale

*Kenny Bernaerts était opposé à quatre autres professionnels : **Bert Fichefet** de la **Brasserie Dao** à Ichtegem, **Sam Van Landeghem** du **Den Silveren Harynck** à Sint-Niklaas, **Mamadou Barry** des **Petits Oignons** à Bruxelles et **Patrick Pollentier** de la **Brasserie Rubens** à Ostende.*

Bert Fichefet décroche finalement la deuxième place, tandis que Sam Van Landeghem complète le podium.

*Les différentes créations ont été évaluées sur le goût, la technique, la texture, l'originalité et la présentation par un jury composé de **Christophe Hardiquest** (Menssa*), président du jury, **Lode De Roover** (Fleur de Lin*), **Dean Hoebeeck** (Table 22), vainqueur de l'édition 2025, et **Michiel Van Colenberghe**, enseignant à l'école hôtelière Spermalie.* ···→







Sam Van Landeghem, allereerst gefeliciteerd. U eindigde als derde van een dertigtal kandidaten. Wat moeten we vooral onthouden van uw recept? Wordt uw vol-au-vent bereid met Belgische producten?

"Ja, ik werk altijd zoveel mogelijk met lokale producten. Die kwaliteit zetten we ook in de verf op de kaart van Den Silveren Harynck en dat wordt sterk gewaardeerd door onze klanten. We mogen best chauvinistisch zijn, want België barst van de uitstekende producten. Lokale producten presenteren is een meerwaarde voor onze klanten. Zij zijn in de eerste plaats op zoek naar kwaliteit."

Mamadou Barry van Les Petits Oignons in Brussel, wat heeft deze ervaring u bijgebracht?

"Het is de eerste keer dat we aan deze wedstrijd deelnemen. Ik vond het bijzonder interessant en motiverend. We hebben gekozen voor authenticiteit. Daarom heb ik de eenvoudige en heerlijke vol-au-vent bereid die we al jaren elke dag serveren. Dit jaar viert de brasserie haar 40ste verjaardag en het is een gerecht dat zowel bij Belgische klanten als bij toeristen bijzonder populair blijft."



Thomas Fischer, eigenaar van de brasserie:
"We hebben ingezet op eenvoud en authenticiteit. Misschien wilden we zelfs iets te authentiek zijn: wie tijdens de wedstrijd ons recept ontdekt, moet exact hetzelfde gerecht in het restaurant kunnen terugvinden. Hoewel we de finale hebben gehaald, heeft die aanpak ons uiteindelijk niet de overwinning opgeleverd. Ik merk dat andere deelnemers hun recept speciaal voor de gelegenheid verder hebben verfijnd. Misschien doen wij dat de volgende keer ook en passen we die versie nadien eventueel aan voor het restaurant? Hoe dan ook zijn we bijzonder blij dat we aan deze wedstrijd konden deelnemen en de finale hebben bereikt. Het was een fantastische ervaring die ons hele team heeft gemotiveerd. Bij Les Petits Oignons hebben we het geluk over een bijzonder hecht team te beschikken."

Vol-au-vent, een klassieker die zich leent tot de meest creatieve interpretaties

"Met de wedstrijd 'De beste vol-au-vent van België' wil Inex chefs een platform bieden waarop ze hun eigen interpretatie van deze Belgische klassieker kunnen presenteren", legt Maïté Lamont van Inex uit. "Het is een grote Belgische klassieker die bijzonder populair blijft, maar tegelijk echt vakmanschap vereist. Bovendien is het een gerecht waarin Belgische ingrediënten perfect tot hun recht komen, zoals onze 100% Belgische room, die bijdraagt aan een rijke en smaakvolle saus."

Met zijn overwinning mocht Kenny Bernaerts de titel "Beste vol-au-vent van België 2026" mee naar huis nemen, samen met 1.000 euro aankooptegoed voor Inex-producten, een Thermomix TM7 en de officiële horecaplaquette van de wedstrijd.

Sam Van Landeghem, d'abord félicitations, vous êtes arrivé 3ème sur une trentaine de candidats. Que peut-on retenir de votre recette ? Votre vol-au-vent est-il préparé avec des produits belges ?

« Oui, je travaille toujours autant que possible avec des produits locaux. Nous mettons cette qualité en avant à la carte du Den Silveren Harynck , c'est très apprécié par les clients. Nous pouvons être chauvins car la Belgique regorge d'excellents produits. Le fait de présenter des produits locaux, c'est un plus pour nos clients. Ils sont en quête de qualité avant tout ».

Mamadou Barry, les Petits Oignons à Bruxelles, que vous a apporté cette expérience ?

« C'est la première fois que nous participons à ce concours. J'ai trouvé ça super intéressant et motivant. Nous avons joué la carte de l'authenticité, c'est pourquoi j'ai préparé le simple et délicieux vol-au-vent que nous servons tous les jours depuis des années. Cette année la brasserie fêtera ses 40 ans et c'est un plat qui reste plébiscité par la clientèle belge comme par les touristes ».

***Thomas Fischer**, propriétaire de la brasserie : Nous avons tablé sur la simplicité et sur l'authentique. Nous avons peut-être voulu être trop authentiques, que le public qui découvre notre recette puisse la retrouver telle quelle dans le restaurant. Par contre, même si nous sommes arrivés en finale, ce n'est pas ce qui nous a fait gagner le concours car je vois que d'autres concurrents ont amélioré leur recette spécialement pour l'occasion. C'est une chose que nous ferons peut-être la prochaine fois, quitte à l'adapter dans le restaurant par la suite ? En tous cas , nous sommes enchantés d'avoir pu participer à ce concours et d'être arrivés en finale. C'est une expérience formidable qui a motivé toute notre équipe, car nous avons la chance Aux petits Oignons d'avoir une équipe très soudée. »*

Le vol-au-vent, un classique qui se prête aux interprétations les plus créatives

« Avec le concours "Le meilleur vol-au-vent de Belgique", Inex souhaite offrir aux chefs une plateforme leur permettant de présenter leur propre interprétation de ce classique belge », explique Maïté Lamont d'Inex. « C'est un grand classique belge qui reste extrêmement populaire, tout en exigeant un véritable savoir-faire. C'est également un plat dans lequel les ingrédients belges s'accordent parfaitement, comme notre crème 100 % belge, qui contribue à créer une sauce riche et savoureuse.

En remportant le concours, Kenny Bernaerts est reparti avec le titre de « Meilleur vol-au-vent de Belgique 2026 », 1 000 euros de crédit d'achat en produits Inex, un Thermomix TM7 et la plaque Horeca officielle du concours ».

Bekroonde smaak achter elke creatie.

Met een uitstekende stabiliteit en smaak die keer op keer scoort bij de Superior Taste Award, vertrouwen chefs op Inex room 40%.

Goût couronné derrière chaque création.

Avec sa stabilité parfaite et son goût exceptionnel, récompensés à maintes reprises par le Superior Taste Award, la crème Inex 40 % est le choix de confiance des chefs.





Elke bereiding verdient Belgische kwaliteit!
Chaque préparation mérite la qualité belge !

www.inex.be/foodservice



CULINAIRE KROKETTEN

QUALITÉ SUPÉRIEURE

GASTRONELLO®

Een goeie kaas- en garnaalkroket. Het blijft een klassieker in menig restaurant. Een tijdrovend recept waar Carl Meskens - de bezieler van Gastronello - een oplossing voor vond door vanuit zijn koksopleiding een authentieke & smeuïge kaaskroket en een rijkelijk gevulde garnaalkroket aan te bieden, zonder toegiften in kwaliteit én perfect gepaneerd.

Sinds 2000 is Gastronello uitgegroeid tot een toonaangevend familiebedrijf. Onze kroketten worden gemaakt in Puurs, waar ze ontstaan zijn. Een lokaal, ambachtelijk, écht Belgisch product, en dat is zeldzaam. Gastronello biedt naast de klassieke kaas- en garnaalkroketten ook tal van specialiteiten aan.

We werken graag samen met producenten van ambachtelijke, lokale producten en maken er de heerlijkste kroket mee. De doelstelling blijft echter: kwaliteit,



Une bonne croquette au fromage et aux crevettes reste un grand classique dans de nombreux restaurants. Une recette fastidieuse pour laquelle Carl Meskens – le fondateur de Gastronello – a trouvé la solution. Fort de sa formation de cuisinier, il propose une croquette au fromage authentique et onctueuse ainsi qu'une croquette aux crevettes richement garnie, le tout sans aucun compromis sur la qualité.

Nos croquettes sont fabriquées à Puurs, là où tout a commencé. Gastronello propose également de nombreuses spécialités. Nous aimons collaborer avec des producteurs d'ingrédients artisanaux et locaux pour créer les meilleures croquettes avec uniquement des matières premières fraîches, sans ajout de conservateurs, d'exhausteurs de goût ou de colorants. Malgré des coûts élevés, nos croquettes sont produites de manière artisanale





met enkel verse grondstoffen zonder toevoeging van bewaarmiddelen, smaakversterkers of kleurstoffen. Ondanks de hoge loonkosten worden onze kroketten op artisanale wijze geproduceerd en met de hand gepaneerd. Resultaat: een dunne, krokante korst die toch nooit barst én er valt er weinig paneermeel af bij het bakken dus blijft het frietvet langer schoon.

Het wildseizoen

Naast de Wildkroket met hertenkalf, porto, sherry en oesterzwammen, hebben we ook onze “Fazant Brabançonne kroket”. Een klassiek Belgisch gerecht, op sublieme wijze in een kroket verwerkt: een gebalanceerde roux met perfect gegaard fazantenvlees en ons eigen Brussels grondwitloof. Onze witloofkroketten schitteren op uw herfstmenu met 100% puur Brussels grondwitloof.

Horeca-zaken werken graag met de kroketten van Gastronello omdat ze er artisanaal uitzien, met de beste ingrediënten zijn gemaakt, de heerlijke receptuur en bijzonder kwalitatief. Ons assortiment mini-kroketjes worden graag gezien op tapasplanken en hapjesborden.

et panées à la main avec une croûte fine et croustillante qui n’éclate jamais et très peu de chapelure se détache à la cuisson, ce qui permet de garder l’huile de friture propre plus longtemps.

La saison du gibier

Outre la croquette de gibier au veau de cerf, porto, Xérès et pleurotes, il y a notre Croquette de Faisan à la Brabançonne. Un plat classique belge sublimé sous forme de croquette: un roux équilibré avec de la viande de faisan cuite à la perfection et notre propre chicon de pleine terre bruxellois. Nos croquettes aux chicons illumineront votre menu d’automne grâce à leur composition 100 % pur chicon de pleine terre bruxellois.

Les professionnels de l’Horeca apprécient travailler avec les croquettes Gastronello pour leur aspect artisanal, leurs ingrédients de premier choix et leur délicieuse recette. Notre assortiment de mini-croquettes est également très prisé sur les planches de tapas et les assiettes d’amuse-bouches.

HORECA EXPO

Kom proeven van ons assortiment tijdens de Horeca Expo, op onze vernieuwde stand in Hall 8 plaats 8417!

Horeca Expo:
15 - 18 november 2026,
Flanders Expo Gent

Venez déguster notre assortiment lors du salon Horeca Expo, sur notre stand entièrement renouvelé au Palais 8, emplacement 8417 !

Horeca Expo :
du 15 au 18 novembre 2026,
Flanders Expo Gand

CULINAIRE KROKETTEN • QUALITE SUPERIEURE •

Gastronello.
Created by artists,
chosen by chefs.



BOB & BGA: De hoeders van de herkomst van onze voeding

AOP & IGP : Les gardiens de l'origine de notre alimentation

De herkomst van onze voeding is belangrijker dan ooit. Daarom ook werden destijds de BOB (Beschermde Oorsprongbenaming) en BGA (Beschermde Geografische Aanduiding) labels geïntroduceerd, officiële afkortingen en kwaliteitslabels die erkend en beschermd worden door de Europese Unie.

De BOB- en BGA-labels zijn keurmerken die garanderen dat producenten aan de hoogste kwaliteitsnormen voldoen en een nauwe band hebben met hun regio van herkomst. Op deze manier kan de consument zeker zijn van de kwaliteit en de authenticiteit van deze producten. Tegelijkertijd wordt dit Europese culinaire erfgoed beschermd tegen namaak.

L'origine de notre alimentation est plus importante que jamais. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'ont été créés les labels AOP (Appellation d'Origine Protégée) et IGP (Indication Géographique Protégée), deux signes officiels de qualité reconnus et protégés par l'Union européenne.

Les labels AOP et IGP sont des signes de qualité qui garantissent que les producteurs respectent les normes de qualité les plus élevées et entretiennent un lien étroit avec leur région d'origine. Ils permettent ainsi aux consommateurs d'avoir l'assurance de la qualité et de l'authenticité de ces produits. Parallèlement, ils protègent ce patrimoine culinaire européen contre les contrefaçons.

Deze Europese kwaliteitslabels staan ook synoniem voor transparantie en traceerbaarheid, criteria die voor de consument steeds belangrijker worden. De labels stellen de producenten ook in staat om hun producten beter in de markt te zetten, en ze spelen ook een steeds belangrijkere rol in de handelsonderhandelingen tussen de EU en andere landen.

Het BOB-label garandeert dat alle stadia van de productie en de verwerking van het product plaatsvinden in een bepaald geografisch gebied. Het BGA-label is gelinkt aan de streek en betekent dat minstens één van de stappen tijdens de productie, de verwerking of de bereiding plaatsvindt in het gebied van oorsprong.

Waalse producten nemen een bijzondere plaats in de BOB- en BGA-galerij. Wallonië is dan ook een regio met tal van rivieren, wouden, moestuinen en bomgaarden, en is tegelijkertijd rijk aan geschiedenis, cultuur en eeuwenoude tradities.

Het is ook in Wallonië dat de enige Belgische boter met een BOB-label te vinden is, met name de **Beurre d'Ardenne BOB**. Samen met de **Fromage de Herve BOB** was deze boter het allereerste Belgische product, in 1996, dat het BOB-label verwierf.

De Beurre d'Ardenne BOB boter wordt gemaakt van gepasteuriseerde koemelk van koeien die uitsluitend grazen en opgroeien in de Belgische Ardennen. Beurre d'Ardenne BOB kan zowel ongezouten als gezouten zijn, en heeft een volle, verse en authentieke smaak. Ook het kamen (het bewerken van de room in een kamton om boter te verkrijgen) en de rijping moeten in dit geografisch gebied plaatsvinden. ···→


©Hopscotch

Ces labels européens de qualité sont également synonymes de transparence et de traçabilité, deux critères auxquels les consommateurs accordent une importance croissante. Ils permettent aussi aux producteurs de mieux valoriser leurs produits sur le marché et jouent un rôle de plus en plus important dans les négociations commerciales entre l'Union européenne et les pays tiers.

Le label AOP garantit que toutes les étapes de production et de transformation du produit se déroulent dans une zone géographique déterminée. Le label IGP, quant à lui, établit un lien avec le terroir et signifie qu'au moins une des étapes de production, de transformation ou de préparation a lieu dans la région d'origine.

Les produits wallons occupent une place particulière dans le paysage des AOP et des IGP. Il faut dire que la Wallonie est une région riche en rivières, forêts, potagers et vergers, mais aussi en histoire, en culture et en traditions séculaires.

*C'est également en Wallonie que l'on trouve le seul beurre belge bénéficiant d'une AOP : le **Beurre d'Ardenne AOP**. Avec le **Fromage de Herve AOP**, ce beurre fut, en 1996, le tout premier produit belge à obtenir cette reconnaissance européenne.*

Le Beurre d'Ardenne AOP est fabriqué à partir de lait de vache pasteurisé, provenant de vaches élevées et pâturant exclusivement dans les Ardennes belges. Il peut être doux ou salé et se distingue par sa saveur riche, fraîche et authentique. Le barattage (le travail de la crème dans une baratte afin d'obtenir du beurre) ainsi que la maturation doivent également avoir lieu dans cette zone géographique.

Le fromage de Herve, dont la production remonte au Moyen Âge, est né de la fermentation traditionnelle de la « maquée » ou du lait battu, dans le but de transformer les surplus de lait en un produit pouvant être conservé jusqu'à l'hiver. Le Fromage de Herve AOP est un fromage à l'arôme intense, au caractère affirmé et à la texture homogène. Il est fabriqué à partir de lait de vache cru ou pasteurisé, provenant de vaches élevées et pâturant dans le Pays de Herve, à proximité de Liège.

*La Wallonie compte également toute une série de produits bénéficiant d'une IGP : **Jambon d'Ardenne IGP, Saucisson gaumais IGP, Miel wallon IGP,*** ···→









Hervekaas, reeds in de Middeleeuwen geproduceerd, ontstond door de traditionele 'maquée' of karnemelk te fermenteren, met als doel een product te bereiden met de overschot van de melk tot aan de winter. Fromage de Herve BOB is een kaas met een intens aroma, een sterk karakter en een homogene textuur. Hij wordt gemaakt van rauwe of gepasteuriseerde koemelk, van koeien die opgroeien en grazen in het land van Herve, in de buurt van Luik.

Wallonië telt ook een reeks producten met een BGA-label: **Jambon d'Ardenne BGA**, **Saucisson gaumais BGA**, **Miel wallon IGP**, **Pâté gaumais BGA**, **Escavèche de Chimay BGA**, **Plate de Florenville BGA** en **Boudin blanc de Liège BGA**, **Saucisson d'Ardenne BGA**, **Collier d'Ardenne BGA** en **Pipe d'Ardenne BGA**.

Wallonië heeft ook een aantal wijnen met een BOB - en BGA-label. De regio telt tot bijna 300 hectare wijngaarden, en het aantal wijnbouwers neemt elke jaar toe. Anno 2026 kunnen 3 wijnen aanspraak maken op het BOB-label: **Côtes de Sambre et Meuse** sinds 2004, en **Crémant de Wallonie** en **Vin Mousseux de Qualité de Wallonie** sinds 2008. **Vin du Pays des Jardins de Wallonie** bezit het BGA-label sinds 2004.

Voor meer info, surf naar **www.apaqw.be**
Voor recepten, surf naar **www.eurofoodart.eu**



***Pâté gaumais IGP**, **Escavèche de Chimay IGP**, **Plate de Florenville IGP**, **Boudin blanc de Liège IGP**, **Saucisson d'Ardenne IGP**, **Collier d'Ardenne IGP** et **Pipe d'Ardenne IGP**.*

*La Wallonie possède également plusieurs vins bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP. La région compte près de 300 hectares de vignobles et le nombre de viticulteurs augmente chaque année. Aujourd'hui, trois vins peuvent se prévaloir du label AOP : les **Côtes de Sambre et Meuse** depuis 2004, ainsi que le **Crémant de Wallonie** et le **Vin mousseux de Qualité de Wallonie** depuis 2008. Le **Vin du Pays des Jardins de Wallonie** bénéficie quant à lui du label IGP depuis 2004.*

*Pour plus d'informations : **www.apaqw.be***
*Pour des recettes : **www.eurofoodart.eu***

LA « VLAAMS ROODBRUIN BIER/FLANDERS RED ALE » OBTIENT UNE PREMIÈRE PROTECTION EUROPÉENNE

*La Flandre compte elle aussi plusieurs produits du terroir ayant déjà obtenu la reconnaissance IGP, notamment la **tarte du Limbourg** (Limburgse vlaai), le **chicon de pleine terre bruxellois** (Brussels grondwitloof), les **jets de houblon de Poperinge**, la **tartelette de Lierre** (Lierse vlaaike) et le **potjesvlees du Westhoek**. La Région de Bruxelles-Capitale ne compte actuellement aucun produit traditionnel du terroir officiellement reconnu.*

*Dans le monde brassicole, une étape supplémentaire vient d'être franchie puisque la **« Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale »** est récemment devenue la première bière belge à obtenir une Indication Géographique Protégée (IGP) européenne. Cette reconnaissance consacre officiellement, à l'échelle européenne, une tradition brassicole flamande vieille de plusieurs siècles.*

Les huit brasseries membres bénéficiant de cette protection sont la Brasserie Rodenbach (Roulers), la Brasserie De Brabandere (Bavikhove), la Brasserie 't Verzet (Anzegem), la Brasserie Omer Vander Ghinste (Bellegem), la Brasserie Verhaeghe (Vichte), la Brasserie Strubbe (Ichtegem), The Brew Society (Courtrai) et la Brasserie du Château Vanhonsebrouck (Izegem).

*« Cette reconnaissance au niveau européen constitue une étape unique dans l'évolution de notre culture brassicole belge », déclare **Rudi Ghequiere**, président de **HORARB**, le Haut Conseil de la Bière Rouge-Brune Flamande Authentique, l'association qui veille à la préservation et à la promotion de ce type de bière.*

"VLAAMS ROODBRUIN BIER/FLANDERS RED ALE" ONTVANGT ALS EERSTE EUROPESE BESCHERMING

Ook Vlaanderen kent een aantal streekproducten die al de BGA-erkenning kregen, zoals **Limburgse vlaai**, **Brussels grondwitloof**, **Poperingse hopscheuten**, het **Lierse vlaaike** en **potjesvlees uit de Westhoek**. Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest heeft momenteel geen officieel erkende, traditionele streekproducten.

In de brouwerswereld is men nog een stapje verder kunnen gaan, want **"Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale"** ontving onlangs als eerste Belgische bier een Europese Beschermde Geografische Aanduiding. Daarmee wordt een eeuwenoude Vlaamse brouwtraditie officieel erkend op Europees niveau.

De acht aangesloten brouwerijen die onder deze bescherming vallen, zijn Brouwerij Rodenbach (Roeselare), Brouwerij De Brabandere (Bavikhove), Brouwerij 't Verzet (Anzegem), Brouwerij Omer Vander Ghinste (Bellegem), Brouwerij Verhaeghe (Vichte), Brouwerij Strubbe (Ichtegem), The Brew Society (Kortrijk) en Kasteelbrouwerij Vanhonsebrouck (Izegem).

"Deze erkenning op Europees niveau is een unieke stap in de evolutie van onze Belgische biercultuur, aldus **Rudi Ghequiere**, voorzitter van **HORARB**, de Hoge Raad voor het Authentiek Roodbruin Vlaams Bier, de vereniging die waakt over het behoud en de promotie van dit biertype. Met deze erkenning bevestigt de Europese Unie immers de uitzonderlijke band tussen dit bier, zijn historische oorsprong en het vakmanschap van 8 brouwerijen. Samen met **VLAM** en het **Agentschap Landbouw en Zeevisserij** legden we een jarenlang traject af om dit unieke stuk Vlaams erfgoed voor toekomstige generaties veilig te stellen". ···→

---

*« Par cette reconnaissance, l'Union européenne confirme en effet le lien exceptionnel qui unit cette bière, ses origines historiques et le savoir-faire de huit brasseries. Avec **VLAM** et **l'Agence flamande de l'Agriculture et de la Pêche**, nous avons mené un travail de longue haleine, durant plusieurs années, afin de préserver ce patrimoine flamand unique pour les générations futures. »*

La « Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale », une bière de caractère, est appréciée pour la complexité de ses saveurs, son subtil équilibre entre douceur et acidité, ainsi que pour son vieillissement particulier dans de grands foudres de chêne disposés verticalement.

L'histoire de ce type de bière remonte à l'époque de l'ancien comté de Flandre, lorsque les brasseurs cherchaient des moyens de prolonger la durée de conservation de leurs bières. Alors qu'ailleurs, le houblon prenait une importance croissante en tant qu'agent de conservation, les brasseurs flamands développaient leurs propres techniques reposant sur l'acidification naturelle et la maturation. Au fil des siècles, ces pratiques ont donné naissance à un style de bière qui n'est brassé de la même manière nulle part ailleurs dans le monde.

Le vieillissement en foudres de bois constitue aujourd'hui encore le cœur même de la « Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale ». Dans ces imposantes cuves en chêne, la bière développe pendant des mois, voire des années, ses saveurs caractéristiques, marquées par des arômes fruités, de délicates notes boisées et une acidité rafraîchissante. Chaque foudre confère à la bière un caractère qui lui est propre. Cette singularité s'exprime ···→



Het karaktervolle “Vlaams roodbruin bier / Flanders Red Ale” wordt gewaardeerd om zijn complexe smaak, zijn subtiele samenspel tussen zoet en zuur en zijn bijzondere rijping op grote, rechtopstaande eikenhouten foeders.

De geschiedenis van dit biertype gaat terug tot de tijd van het toenmalige Graafschap Vlaanderen, waarin brouwers op zoek gingen naar manieren om bier langer houdbaar te maken. Terwijl elders hop steeds belangrijker werd als bewaarmiddel, ontwikkelden Vlaamse brouwers hun eigen technieken rond natuurlijke verzuring en rijping. In de loop der eeuwen groeide hieruit een bierstijl die nergens anders ter wereld op dezelfde manier wordt gebrouwen.

De rijping op houten foeders vormt nog steeds het kloppende hart van “Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale”. In deze imposante eikenhouten vaten ontwikkelt het bier gedurende maanden of zelfs jaren zijn karakteristieke smaak, met fruitige aroma’s, zachte houttoetsen en verfrissende zuren. Elke foeder geeft het bier een eigen karakter. Dit laatste komt volledig tot uiting bij het blenden, een traditie waarbij verschillende gerijpte bieren en eventueel jong bier worden samengebracht tot één evenwichtige creatie. Zo ontstaan de complexe smaakprofielen. Om die diversiteit zichtbaar te maken, mogen brouwerijen naast de geregistreerde benaming ook de naam van hun specifieke blend op het etiket vermelden. Zo blijft er ruimte voor de eigen identiteit en creativiteit van elke brouwerij.

pleinement lors de l’assemblage, une tradition qui consiste à réunir différentes bières vieillies et, éventuellement, de la bière jeune, afin de créer un ensemble harmonieux. C’est ainsi que naissent ces profils aromatiques complexes. Pour mettre en valeur cette diversité, les brasseries sont autorisées à mentionner sur leurs étiquettes, outre la dénomination enregistrée, le nom de leur assemblage spécifique. Chacune conserve ainsi la possibilité d’affirmer son identité et sa créativité.

La reconnaissance européenne confirme que ce type de bière est indissociablement lié à une zone géographique précise de Flandre occidentale, plus particulièrement aux arrondissements administratifs de Roulers, Tielt et Courtrai, auxquels s’ajoutent les communes de Kortemark et d’Ichtegem. Désormais, seules les bières brassées dans cette zone géographique reconnue, conformément aux spécifications de production et de fabrication établies, peuvent porter la dénomination « Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale ». Ce type de bière a par ailleurs déjà remporté plusieurs distinctions lors de concours brassicoles internationaux.

Ces spécifications portent notamment sur les matières premières utilisées, les caractéristiques organoleptiques (telles que le goût, les arômes et la couleur), les paramètres de qualité et le processus de production. La bière est brassée selon une technique de conservation remontant au haut Moyen Âge, dont les origines se situent dans le comté de Flandre.

FLANDERS RED ALE

EEN INITIATIEF VAN HORARB



De HORARB-brouwers, met v.l.n.r. / *Les brasseurs HORARB, avec de g.à d. :* Koen Van Lancker (Brouwerij/*Brasserie* ‘t Verzet), Didi Decaesteker (Brouwerij/*Brasserie* Rodenbach), Marc Strubbe (Brouwerij/*Brasserie* Strubbe + penningmeester/*trésorier* HORARB), Frederik Geiregat (Brouwerij/*Brasserie* Omer Vander Ghinste), Pascal Strubbe (Brouwerij/*Brasserie* Strubbe), Louis Binquet (The Brew Society), Stijn Van Laere (Brouwerij/*Brasserie* Vanhonsebrouck), Bert De Brabandere (Brouwerij/*Brasserie* De Brabandere), Morgane Vande Borre (Brouwerij/*Brasserie* Verhaeghe + Secretaris/*Secrétaire* HORARB), Rudi Ghequire (Voorzitter/*Président* HORARB)

De Europese erkenning bevestigt dat dit biertype onlosmakelijk verbonden is met een specifiek geografisch gebied in West-Vlaanderen, meer bepaald in de bestuurlijke arrondissementen Roeselare, Tielt en Kortrijk, aangevuld met de gemeenten Kortemark en Ichtegem. Enkel bieren die volgens de vastgelegde product- en processpecificaties worden gebrouwen binnen het erkende geografische gebied mogen voortaan de naam “Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale” dragen; dit biertype sleepte ook al verschillende awards in de wacht op internationale bierwedstrijden.

De specificaties hebben o.a. betrekking op de gebruikte grondstoffen, de organoleptische kenmerken (zoals smaak, aroma en kleur), de kwaliteitsparameters en het productieproces. Het bier wordt gebrouwen volgens een vroegmiddeleeuwse bierconserveringstechniek die haar oorsprong vindt in het Graafschap Vlaanderen.

“Deze brouwtechniek heeft de tand des tijds moeiteloos doorstaan. Het bier vormt als het ware de “missing link” tussen bier en wijn en wordt daarom ook wel eens de Vlaamse Bourgogne genoemd”, aldus nog Rudi Ghequiere, die kan terugblikken op een carrière van liefst 42 jaar bij brouwerij Rodenbach, en dit onder meer als brouwmeester, algemeen directeur en inkoper.

De Europese erkenning van ‘Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale’ maakt niet alleen dat consumenten verzekerd zijn van een authentiek product met een gegarandeerde afkomst, het biedt de HOBARB-brouwers ook bijkomende kansen voor extra promotie en internationale zichtbaarheid, wat zeker zijn voordelen heeft in een onder druk staande biermarkt.

« Cette technique de brassage a remarquablement résisté à l’épreuve du temps. Cette bière constitue en quelque sorte le chaînon manquant entre la bière et le vin, raison pour laquelle elle est parfois surnommée la Bourgogne flamande », ajoute Rudi Ghequiere, qui peut se prévaloir d’une carrière de pas moins de 42 ans au sein de la brasserie Rodenbach, où il a notamment exercé les fonctions de maître brasseur, de directeur général et de responsable des achats.

La reconnaissance européenne de la « Vlaams roodbruin bier/Flanders Red Ale » garantit non seulement aux consommateurs un produit authentique dont l’origine est certifiée, mais offre également aux brasseries membres de HORARB de nouvelles possibilités de promotion et une visibilité accrue à l’international. Des atouts particulièrement précieux dans un marché brassicole actuellement sous pression.

Voor meer info, surf naar:
Pour plus d’informations :

www.horarb.be
www.vlaamsroodbruinbier.be
www.flandersredale.be
www.flandersredale.eu
www.flandersredale.com

delizio®

Al 20 jaar de keuze van de professional

Frituren, op smaak brengen of bakken en braden: onze oliën en vetten zijn de basis voor al jouw uitdagingen in de keuken.

Le choix du professionnel depuis 20 ans déjà

Frire, assaisonner ou cuire et rôtir : nos huiles et graisses sont votre base pour relever tous les défis en cuisine.



Frying



Flavouring



Cooking

delizio.be



Belgische wijn: *mag het een glaasje bubbels zijn?* Vin belge : *vous prendrez bien quelques bulles…*

Belgische wijn is de afgelopen jaren sterk gegroeid, zowel qua kwaliteit als qua volume. Er ontstaat een echt ecosysteem dat wijnbouwers in staat stelt efficiënter te werken en meer bekendheid te verwerven.

Depuis quelques années, le vin belge ne cesse de grandir en qualité et en quantités, un véritable écosystème se met en place et permet lui aussi aux vignerons de gagner en efficacité et en notoriété.

Laten we even stilstaan bij een eenvoudige definitie van een ecosysteem. De term verwijst naar een ‘geheel van levende organismen (planten, dieren, micro-organismen) die interageren met hun fysieke omgeving (bodem, water, lucht) en met elkaar (vrije vert. van novethic.fr)’.

In het geval van de wijnbouw kunnen de wijnbouwberoepen als een echt professioneel ecosysteem worden beschouwd, omdat ze onderling afhankelijk zijn en georganiseerd zijn rond eenzelfde waardeketen: wijn produceren, verwerken, commercialiseren en valoriseren.

Verschillende beroepen kruisen elkaar. Ze zijn uiteraard afhankelijk van de kwaliteit van de druif, die bepalend is voor het werk van de wijnmaker en vervolgens voor dat van de groothandelaar, de sommelier of de wijnhandelaar, met de opkomst van nieuwe beroepen:

- **De wijngaardenier:** de wijnstokteler, de planter, de wijngaardarbeider, …

Attardons-nous un instant sur une définition simple d’un écosystème. Le terme désigne un « ensemble d’organismes vivants (plantes, animaux, micro-organismes) qui interagissent avec leur environnement physique (sol, eau, air) et entre eux. (novethic.fr) »

Dans le cas de la viticulture, « les métiers de la vigne peuvent être considérés comme un véritable écosystème professionnel, au sens où ils sont interdépendants et s’organisent autour d’une même chaîne de valeur : produire, transformer, commercialiser et valoriser le vin. »

Plusieurs métiers se croisent, ils dépendent bien sûr de la qualité du raisin qui conditionne le travail du vinificateur, puis celui du négociant, du sommelier ou du caviste, avec l’émergence de nouveaux métiers :

- ***Le viticulteur :*** *le pépiniériste, le planteur, l’ouvrier viticole, …*
- ***Le vigneron :*** *l’œnologue, le maître de chai, les fournisseurs de matériel et de produits (barriques, cuves, matériel en tous genres), les conseillers, les laboratoires, les œnologues conseils,*

- **De wijnbouwer:** de oenoloog, de keldermeester, de leveranciers van materiaal en producten (vaten, kuipen en allerhande materiaal), de adviseurs, de laboratoria, de adviserende oenologen, de druivenplukkers en de hele commerciële keten die volgt (wijnhandelaars, wederverkopers, groothandelaars),…
- **De sector:** wijntoerisme (dat een artikel op zich verdient), gidsen, sommeliers, horeca, logies en animatie op de wijndomeinen: al deze beroepen kennen in België een sterke groei, zowel aan Vlaamse als aan Waalse kant,… Sommige wijndomeinen, zoals Domaine W, hebben ervoor gekozen om wijntoerisme voor hun leden te ontwikkelen (nog een Belgische specialiteit), en deze activiteiten vertegenwoordigen bijna de helft van hun inkomsten.
- **De communicatieberoepen:** evenementen, vakpers, influencers, maar ook organisaties die de appellations promoten: Belgische Wijnbouwers en Vignerons de Wallonie, APAQ-W en VLAM,… Maar ook de sommeliersverenigingen, de organisatoren van wedstrijden (VVS, CMB) enz.
- Zonder **de opleidingen** te vergeten, zijnde het CARAH in Aat voor jongeren en het IFAPME (Perwez, Villers-le-Bouillet, Bergen) voor volwassenen.

TOT IN HET ONEINDIGE EN VERDER

Het ecosysteem van de wijnbouw- en de wijnberoepen omvat dus alle activiteiten van de bodem tot de fles, van de druiventeelt tot de verkoop en degustatie. Dit ecosysteem kent een bliksemsnelle expansie en een grondige structurering.

De sector, die vroeger als marginaal werd beschouwd, kan nu bogen op een recordproductie. Het Belgische wijngaardareaal heeft de kaap van 1.000 hectare overschreden, waarbij Wallonië zeer sterk presteert en Vlaanderen regelmatig overtreft in productievolumes. Ten opzichte van de eerste tellingen in 2006 is het Belgische wijngaardareaal zelfs meer dan vertienvoudigd.

Na de bijzonder ongunstige weersomstandigheden van 2024 kende de sector in 2025 een opmerkelijk herstel. ···→

Ten opzichte van de eerste tellingen in 2006 is het Belgische wijngaardareaal zelfs meer dan vertienvoudigd

Par rapport au début des recensements en 2006, la superficie des vignobles en Belgique a même plus que décuplé

les vendangeurs et toute la chaîne de commercialisation qui suit (cavistes, revendeurs, grossistes),…
- ***La filière :*** *œnotourisme (il faudrait un article complet sur le sujet), guides, sommeliers, restauration, hébergement, animation des domaines : tous ces métiers sont en pleine explosion en Belgique, tant du côté flamand que wallon,… Certains domaines, comme par exemple le Domaine W, ont choisi de développer l'œnotourisme pour leurs membres (une autre spécialité belge), et ces activités constituent près de la moitié de leurs rentrées financières.*
- ***Les métiers de la communication :*** *événements, presse spécialisée, influenceurs, mais aussi organismes de promotion des appellations : Belgische Wijnbouwers et Vignerons de Wallonie, APAQ-W et VLAM,… Mais aussi les associations de sommellerie, les organisateurs de concours (VVS, CMB), etc.*
- *Sans oublier* ***les écoles*** *(le CARAH à Ath pour les adolescents) et l'IFAPME (Perwez, Villers-le-Bouillet, Mons) pour les adultes.*

VERS L'INFINI ET AU-DELÀ

L'écosystème des métiers de la vigne et du vin regroupe donc toutes les activités de la terre à la bouteille, de la culture du raisin jusqu'à la vente et la dégustation. Cet écosystème connaît une expansion fulgurante et une structuration profonde.

Autrefois perçue comme marginale, la filière s'appuie désormais sur une production record. Le vignoble belge a franchi le cap des 1000 hectares au total, avec une Wallonie très performante qui surpasse régulièrement la Flandre en volumes de production. Par rapport au début des recensements en 2006, la superficie des vignobles en Belgique a même plus que décuplé.

Après des conditions météorologiques extrêmement défavorables en 2024, le secteur a connu une reprise remarquable en 2025. La récolte a en effet atteint un volume record de 4,3 millions de litres contre 3,4 millions de litres en 2023, soit une augmentation de 25%.

Comme l'indique le dernier rapport du SPF Economie (chiffres 2025), la Wallonie a produit 2,44 millions de litres de vin, soit davantage que la Flandre (1,83 million de litres) qui compte pourtant 10% des surfaces de vignobles en plus (551 hectares ···→







De oogst bereikte immers een recordvolume van 4,3 miljoen liter, tegenover 3,4 miljoen liter in 2023, wat neerkomt op een stijging van 25%.

Volgens het jongste rapport van de FOD Economie (cijfers van 2025) produceerde Wallonië 2,44 miljoen liter wijn, wat meer is dan Vlaanderen (1,83 miljoen liter), hoewel Vlaanderen 10% meer wijngaardareaal telt (551 hectare tegenover 490 hectare in Wallonië). De sterkste productiestijgingen werden allemaal in Wallonië opgetekend, met name in de provincies Luxemburg (+284%), Waals-Brabant (+85%) en Namen (+58%).

De productie in Limburg daalde met 2%, terwijl die in Antwerpen slechts met 6% toenam, op de voet gevolgd door Henegouwen met 8%. In de overige provincies varieerde de productiestijging tussen de 10 en de 44%. Ondanks de beperkte groei in Henegouwen blijft deze provincie met 956.730 liter wijn veruit de grootste producent.

Voor 2026 zijn de productiecijfers uiteraard nog niet bekend, maar ondanks een vroege oogst (twee weken eerder dan gewoonlijk) is de kwaliteit bijzonder hoog. Deze jaargang zou de meest veeleisende wijnliefhebbers moeten bekoren en wel eens de geschiedenisboeken kunnen halen.

Met al deze ontwikkelingen gaat het niveau uiteraard omhoog en zijn er gelukkig steeds minder slechte wijnen. Alleen de prijs vormt soms nog een probleem, maar dat is slechts een kwestie van tijd. Sommige producenten vragen vanaf hun eerste jaargang de prijs waarop ze pas aanspraak kunnen maken na enkele jaren, zodra de ‘kinderziektes’ achter de rug zijn.

contre 490 en Wallonie). Les plus fortes hausses de production ont toutes été enregistrées en Wallonie, notamment dans les provinces de Luxembourg (+ 284%), du Brabant wallon (+ 85%) et de Namur (+ 58%).

La production limbourgeoise a baissé de 2%, celle d’Anvers n’a augmenté que de 6%, suivie de près par celle du Hainaut avec 8%. Dans les autres provinces, la hausse de la production a varié entre 10 et 44%. Malgré la faible augmentation enregistrée dans le Hainaut, cette province reste de loin le plus grand producteur avec 956.730 litres de vin.

En 2026, les chiffres de production ne sont évidemment pas encore connus, mais malgré une vendange précoce (15 jours d’avance), celle-ci est de grande qualité et ce millésime devrait réjouir le palais des dégustateurs les plus exigeants et faire date.

Alors, forcément, avec tout cela le niveau monte, et il y a heureusement de moins en moins de mauvais vins. Seul le prix pose encore parfois problème mais ce n’est qu’une question de temps. Certains demandent dès leur premier millésime le prix auquel ils ne pourront prétendre que dans quelques années, une fois les « erreurs de jeunesse » dépassées.

BELGIAN SPARKLING WINE METHODE TRADITIONNELLE
BelBul
BELBUL.BE

BELBUL, een flinke stimulans

Het merk BelBul is eigendom van de twee beroepsverenigingen die een coöperatie hebben opgericht. Elk nieuw lid koopt een aandeel tegen een zeer toegankelijke prijs en verbindt zich ertoe een charter na te leven met strenge criteria die de authenticiteit van de Belgische mousserende wijnen garanderen: de wijnen moeten door de erkenningscommissie erkend zijn als AOP of BOB; ze moeten volgens de traditionele methode worden geproduceerd; de wijnen moeten 100% Belgisch zijn, wat betekent dat het gebruik van ingevoerde druiven verboden is; bovendien moet het wijndomein een familiebedrijf zijn, lid zijn van een van de twee beroepsorganisaties en aandeelhouder zijn van de coöperatie CV Wijn en Mousserend – Vin et Mousseux.

Voor de Belgische wijndomeinen met BelBul-certificering: zie Belbul.be

BELBUL, un fameux stimulant

La marque BelBul appartient aux deux associations professionnelles qui ont créé une coopérative où chaque nouveau membre doit acheter une part à un prix tout à fait démocratique et s’engager à respecter une charte imposant des critères stricts, garantissant l’authenticité des vins effervescents belges : vins accrédités par la commission d’agrément en tant qu’AOP ou BOB ; production selon la méthode traditionnelle ; les vins doivent être 100 % belges, ce qui signifie que l’utilisation de raisins importés est interdite ; le domaine viticole doit en outre être une entreprise familiale, membre de l’une des deux organisations professionnelles et actionnaire de la coopérative CV Wijn en Mousserend – Vin et Mousseux.

Domaines belges certifiés BelBul : voir sur Belbul.be







1840 Spirits staat voor verfijning, karakter en een unieke smaakbeleving

Met bijzondere aandacht voor botanicals, aroma's, kwaliteit en authenticiteit weerspiegelt elke creatie wie we zijn en waar we voor staan.

1840 Spirits is een Belgisch ambachtelijk merk uit Londerzeel, opgericht in 2021 door Yves en Kristof De Sloovere. Het assortiment omvat onder meer een London Dry Gin, een gerijpte gin (Matured Gin), een verfijnde rum met geroosterde amandelen en een alcoholvrije botanical spirit, ontwikkeld op basis van waterdistillatie.

De producten onderscheiden zich door het vakmanschap achter het distillatieproces, het gebruik van natuurlijke ingrediënten en de zoektocht naar een perfect evenwicht tussen de verschillende smaken en aroma's.

Bovendien verloopt het distillatieproces bijzonder langzaam. Dat geeft onze gins en andere creaties hun kenmerkende zachte, warme en volle smaak.

Van de ontwikkeling tot de distillatie: elke creatie draagt onze eigen signatuur en weerspiegelt wie we zijn. Zo klopt het verhaal tot in het kleinste detail.

1840 Spirits incarne le raffinement, le caractère et une expérience gustative unique

Avec une attention particulière portée aux botaniques, aux arômes, à la qualité et à l'authenticité, chaque création reflète notre identité et les valeurs qui nous animent.

1840 Spirits est une marque artisanale belge basée à Londerzeel, fondée en 2021 par Yves et Kristof De Sloovere. Sa gamme comprend notamment un London Dry Gin, un gin maturé (Matured Gin), un rhum raffiné aux amandes grillées ainsi qu'un spiritueux botanique sans alcool élaboré par distillation de l'eau.



Nos produits se distinguent par le savoir-faire qui caractérise notre processus de distillation, l'utilisation d'ingrédients naturels et la recherche d'un équilibre parfait entre les différentes saveurs et notes aromatiques.

La distillation est réalisée particulièrement lentement, conférant à nos gins et à nos autres créations leur douceur caractéristique ainsi que des notes chaleureuses, rondes et généreuses.

Du développement à la distillation, chaque création porte notre signature et reflète pleinement qui nous sommes. Une démarche artisanale et authentique qui donne tout son sens à notre histoire.

www.1840spirits.be



Ceci n'est pas une taxe.

De rubriek van de belastingexpert / Chronique de l'Expert Fiscal

Op belastinggebied wordt niets ooit belast om wat het is, maar om hoe men beslist het te noemen. Hetzelfde broodje is een voedingsmiddel, een maaltijd of een dienst, afhankelijk van waar het wordt gegeten en van de woorden die de wetgever heeft gekozen. Deze kwalificatie, die op het eerste gezicht een literaire oefening lijkt, bepaalt in feite het btw-tarief dat op de rekening verschijnt.

BENOEMEN IS BELASTEN

Alles begint met een vraag die niemand zich in een restaurant stelt: wordt er iets verkocht of wordt er een dienst verleend? Het Hof van Justitie van de Europese Unie heeft zich hierover moeten uitspreken en hanteert daarbij het criterium van het overwicht: er is sprake van een dienst wanneer de elementen die met het voedsel gepaard gaan — een zitplaats, meubilair, servies, bediening aan tafel — zwaarder wegen dan de levering van het voedsel zelf. Een gerecht verkopen is dus een levering van goederen, terwijl het serveren ervan een restaurantdienst is. Hetzelfde gerecht, afkomstig uit dezelfde keuken, verandert zo van juridische aard naargelang de omstandigheden waarin het wordt geconsumeerd.

En fiscalité, rien n'est jamais taxé pour ce qu'il est, mais pour ce qu'on décide de l'appeler. Le même sandwich est une denrée alimentaire, un repas ou une prestation de services selon l'endroit où il est mangé et les mots que le législateur aura choisis. Cette opération de qualification, qui paraît littéraire, détermine en réalité le taux inscrit sur l'addition.

NOMMER, C'EST TAXER

Tout commence par une question que personne ne se pose au restaurant : vend-on une chose ou fournit-on un service ? La Cour de justice de l'Union européenne a dû y répondre en retenant un critère de prépondérance : il y a prestation de services lorsque les éléments qui accompagnent la nourriture — un endroit où s'asseoir, du mobilier, de la vaisselle, un service en salle — l'emportent sur la fourniture de l'aliment lui-même. Vendre un plat est donc une livraison de biens, le servir une prestation de restauration. Le même plat, sorti de la même cuisine, change ainsi de nature juridique selon les conditions dans lesquelles il est consommé.

Uit deze kwalificatie vloeit het tarief voort: 6% voor de levering van voedingsmiddelen, 12% voor restaurantdiensten en 21% voor dranken die ter plaatse worden genuttigd. Die laatste blijven uitgesloten van het verlaagde tarief, zelfs wanneer ze bij de maaltijd worden geserveerd. Vandaar de verplichting om de prijs op te splitsen, een ware valkuil voor de sector: bij een menu met een vaste prijs waarin een drankje is inbegrepen, moet het aandeel van de maaltijd worden onderscheiden van dat van de drank. Gebeurt dat niet, dan dreigt het tarief van 21% op het volledige bedrag te worden toegepast. De restauranthouder die het zijn klant gemakkelijk wil maken door één totaalprijs aan te kondigen zonder deze opsplitsing door te voeren, stelt zich dus bloot aan een fiscale rechtzetting die niet alleen betrekking heeft op de verkeerd belaste drank, maar op de volledige betrokken prijs. Een verkeerde benaming is hier geen stilistische onhandigheid: ze heeft een prijskaartje.

DE SCHOOL VAN 1970

Het probleem is niet nieuw en onze voorgangers hadden het opgelost met de middelen van hun tijd, namelijk met een lijst. De bijlagen bij het koninklijk besluit nr. 20 van 20 juli 1970 sluiten bepaalde voedingsmiddelen die de toenmalige regelgever als luxeproducten beschouwde — kreeft, kaviaar, truffels — uit van het verlaagde tarief. Ze bleven onderworpen aan het normale tarief, terwijl het merendeel van de voedingsmiddelen het tarief van 6% geniet. Het begrip 'culinaire luxe' werd zo vastgelegd in een tijd waarin niemand zich had kunnen voorstellen dat een hamburger dertig euro zou kosten. Dezelfde regelgeving onderwerpt margarine aan 12%, terwijl boter het tarief van 6% geniet; een onderscheid dat voortvloeit uit de bescherming van de zuivelsector en dat onverstoorbaar zes staatshervormingen heeft overleefd.

Deze methode is willekeurig en verouderd, maar heeft het enorme voordeel dat ze toepasbaar is: iedereen kan een kreeft herkennen. Je moet al met ingewikkeldere methodes hebben gewerkt om de waarde ervan te kunnen beoordelen.

DE METHODE VAN 2026

Onze tijdgenoten hebben geprobeerd een definitie te formuleren. De hervorming die eind 2025 werd aangekondigd en die het btw-tarief voor afhaalgerechten van 6 naar 12% moest verhogen, maakte het noodzakelijk te bepalen wat precies een 'gerecht' is, aangezien voedingsmiddelen zelf aan 6% onderworpen bleven.

Het ontwerp van koninklijk besluit deed dit aan de hand van drie cumulatieve voorwaarden, die met de nodige ernst moeten worden aangehaald: het product moest in het algemeen bestemd zijn om als maaltijd te worden geconsumeerd; het moest zonder verdere bereiding door de klant kunnen worden gegeten — waarbij elke handeling behalve opwarmen, versnijden of portioneren als bereiding werd beschouwd — en het moest een houdbaarheid van maximaal twee dagen hebben. ···→

“In België is surrealisme niet alleen in musea te bewonderen. Het is ook te lezen in het Belgisch Staatsblad.”

« En Belgique, le surréalisme ne se contemple pas seulement au musée. Il se lit aussi au Moniteur belge. »

De cette qualification découle le taux : 6% pour la livraison de denrées alimentaires, 12% pour la restauration et 21% pour les boissons consommées sur place, qui demeurent exclues du taux réduit même lorsqu'elles accompagnent le repas. D'où l'obligation de ventilation, véritable piège pour le secteur : le menu à prix fixe comprenant une boisson doit distinguer la part du repas et celle de la boisson, faute de quoi le taux de 21% risque de s'appliquer à l'ensemble. Le restaurateur qui simplifie la vie de son client en annonçant un prix unique, sans procéder à cette ventilation, s'expose ainsi à un redressement qui ne portera pas seulement sur la boisson mal taxée, mais sur la totalité du prix concerné. Mal nommer n'est pas ici une maladresse de style : cela se chiffre.

L'ÉCOLE DE 1970

Le problème n'est pas neuf et nos prédécesseurs l'avaient résolu avec les moyens de leur temps, c'est-à-dire par la liste. Les annexes de l'arrêté royal n°20 du 20 juillet 1970 excluent du taux réduit certaines denrées que le pouvoir réglementaire de l'époque considérait comme somptuaires — homard, caviar, truffes — restées au taux normal pendant que l'essentiel de l'alimentation bénéficie du taux de 6%. La notion de luxe alimentaire se trouve ainsi figée à une époque où nul n'aurait imaginé qu'un hamburger puisse coûter trente euros. La même réglementation soumet la margarine à 12% tandis que le beurre bénéficie du taux de 6%, distinction héritée de la protection du secteur laitier et qui a survécu, imperturbable, à six réformes de l'État.

Cette méthode est arbitraire, elle est datée, mais elle présente l'immense avantage d'être applicable : chacun sait reconnaître un homard. Il faut avoir manié des méthodes plus savantes pour en mesurer le mérite.

LA MÉTHODE DE 2026

Car nos contemporains ont tenté la définition. La réforme annoncée fin 2025, qui devait porter les plats à emporter de 6 à 12 %, obligeait à dire ce qu'est un plat, puisque les denrées alimentaires, elles, restaient à 6 %.

Le projet d'arrêté royal s'y est employé au moyen de trois conditions cumulatives, qu'il faut citer avec le sérieux qu'elles méritent : le produit devait être généralement destiné à être consommé comme un repas, il devait pouvoir l'être sans préparation supplémentaire par le client — toute opération autre que le réchauffage, la découpe ou le portionnement étant considérée comme une préparation — et il devait présenter une durée de conservation n'excédant pas deux jours.

Le taux dépendait donc de la vitesse à laquelle le produit se gâte : ce qui s'abîme vite est un repas et paie 12 %, ce qui se garde reste une denrée et paie 6 %. À qualité égale, le conservateur devenait un avantage fiscal.

Les exemples fournis à l'appui du projet méritent d'être lus lentement. La glace artisanale devenait un plat préparé à 12 %, tandis que le Frisco, le Cornetto et le Magnum, dont la durée de ···→

Het btw-tarief hing dus af van de snelheid waarmee een product bederft: wat snel bederft, is een maaltijd en wordt belast tegen 12%; wat langer houdbaar blijft, is een voedingsmiddel en wordt belast tegen 6%. Bij gelijke kwaliteit werd de houdbaarheid een fiscaal voordeel.

De voorbeelden die ter ondersteuning van het ontwerp werden gegeven, verdienen het om aandachtig te worden gelezen. Ambachtelijk roomijs werd een bereid gerecht tegen 12%, terwijl een Frisco, Cornetto of Magnum, waarvan de houdbaarheid ruimschoots langer is dan de reglementaire twee dagen, het voordeel van 6% behield. De industriële producent werd zo beloond voor de stabiliteit van zijn emulsie. IJsthee die in een kopje met een ijsblokje en een schijfje citroen werd geserveerd, ging naar 12%, terwijl precies dezelfde ijsthee in een blikje aan 6% onderworpen bleef; zelfs, zo werd verduidelijkt, wanneer het blikje al geopend was.

Koffiekoeken bleven onderworpen aan 6%, omdat ze geen maaltijd vormen, maar een burger die als ontbijt in een fastfoodketen werd geserveerd, ging naar 12%, met als argument dat een burger 'in het algemeen' niet als ontbijt wordt gegeten. Het product werd dus niet belast op basis van wat het is, noch op basis van het tijdstip waarop het wordt verkocht, maar op basis van het tijdstip waarop de bevolking geacht wordt het te eten.

Wat het kaasplateau betreft: dat bleef aan 6% onderworpen wanneer het afzonderlijk werd geserveerd, maar ging naar 12% zodra er brood bij kwam. Er is in dit land dus een tijd geweest waarin stokbrood wettelijk gezien het bepalende bestanddeel van een maaltijd was.

De Raad van State heeft dit stelsel ter discussie gesteld in zijn advies nr. 78.759/3 van 5 februari 2026, onder meer in het licht van het beginsel van fiscale neutraliteit. Dat beginsel verzet zich ertegen dat soortgelijke goederen die vanuit het oogpunt van de consument met elkaar concurreren, aan verschillende tarieven worden onderworpen. Er is immers enige durf voor nodig om te beweren dat het ijs van de ijssalon en de Magnum uit de diepvriezer niet met elkaar concurreren. De maatregel werd ingetrokken, en daarmee ook de verlaging van het btw-tarief voor niet-alcoholische dranken waarop de sector had gehoopt.

WAT BENOEMEN BETEKENT

Het zou verkeerd zijn om hierin alleen maar een reeks blunders te zien; de moeilijkheid is reëel en bestaat al lang. Elke verbruiksbelasting veronderstelt dat de wereld in categorieën wordt ingedeeld, en elke categorie veronderstelt een benaming. Maar benoemen betekent keuzes maken. Het betekent beslissen dat een kaasplateau geen tussendoortje meer is zodra er brood ···→

"Je kunt een broodje in je hand houden en het met je eigen ogen zien, maar als ergens geschreven staat dat je een dienst koopt, dan koop je een dienst en dat kost je zes procentpunten meer."

« vous aurez beau tenir un sandwich et le voir, s'il est écrit quelque part que vous achetez une prestation de services, vous achetez une prestation de services, et cela vous coûtera six points de plus. »

conservation dépasse largement les deux jours réglementaires, gardaient le bénéfice des 6 %. L'industriel se trouvait ainsi récompensé pour la stabilité de son émulsion. L'iced tea servi dans une tasse avec un glaçon et une rondelle de citron passait à 12 %, alors que le même iced tea en canette restait à 6 %, y compris, précisait-on, si la canette avait déjà été ouverte.

Les viennoiseries demeuraient à 6 %, ne constituant pas un repas, mais le burger servi au petit-déjeuner dans une chaîne de restauration rapide passait à 12 % au motif qu'un burger n'est pas 'généralement' consommé au petit-déjeuner. Le produit se trouvait ainsi taxé non selon ce qu'il est, ni selon l'heure à laquelle il est vendu, mais selon l'heure à laquelle la population est réputée le manger.

Quant au plateau de fromages, il restait à 6 % servi seul, mais passait à 12 % dès qu'on l'accompagnait de pain. Il s'est trouvé un moment, dans ce pays, où la baguette était juridiquement l'élément constitutif du repas.

Le Conseil d'État a remis en cause l'édifice dans son avis n° 78.759/3 du 5 février 2026, au regard notamment du principe de neutralité fiscale, qui s'oppose à ce que des biens semblables se trouvant en concurrence du point de vue du consommateur soient soumis à des taux différents. Il faut en effet une certaine audace pour soutenir que la glace du glacier et le Magnum du congélateur ne le sont pas. La mesure a été retirée, et avec elle la réduction du taux applicable aux boissons non alcoolisées que le secteur attendait.

CE QUE NOMMER VEUT DIRE

On aurait tort de ne voir là qu'une suite de bévues, car la difficulté est réelle et elle est ancienne. Tout impôt sur la consommation suppose que l'on range le monde en catégories, et toute catégorie suppose que l'on nomme. Or nommer, c'est trancher. C'est décider qu'un plateau de fromages cesse d'être un en-cas lorsqu'on y ajoute du pain, et accepter que cette décision engage des caisses enregistreuses, des contrôles et, le cas échéant, des juges. Selon une formule attribuée à Camus, mal nommer les choses, c'est ajouter au malheur du monde. En matière de TVA, la formule n'est pas une métaphore.

Toute définition, parce qu'elle trace une frontière, fabrique du contentieux sur cette frontière. C'est pourquoi la liste de 1970, grossière et parfois injuste, a tenu plus d'un demi-siècle, tandis que la définition de 2026, raffinée et prévoyante, n'a pas survécu à son premier examen juridique. Plus une règle prétend tout prévoir, plus elle offre de prises à celui qui veut démontrer qu'elle traite différemment deux situations semblables.

CECI N'EST PAS UN TICKET DE CAISSE

Reste une mesure que le gouvernement, lui, n'a pas abandonnée. L'article 58 du contrat de gestion entre l'État belge et la Loterie ···→



Trier les PMC
ça doit être au menu
de chaque établissement.

Savez-vous trier dans les règles de l'art ?
Commandez gratuitement l'affiche pour le tri PMC dans l'horeca sur laboutiquedetri.be

Ensemble trions bien, recyclons mieux

Fostplus

wordt aan toegevoegd, en aanvaarden dat die beslissing gevolgen heeft voor kassasystemen, controles en, in voorkomend geval, rechters. Volgens een uitspraak die aan Camus wordt toegeschreven, draagt wie de dingen verkeerd benoemt bij aan het ongeluk in de wereld. Wat de btw betreft, is die uitspraak geen metafoor.

Elke definitie geeft, doordat ze een grens trekt, aanleiding tot geschillen over die grens. Daarom heeft de lijst van 1970, hoe grof en soms onrechtvaardig ook, meer dan een halve eeuw standgehouden, terwijl de verfijnde en vooruitziende definitie van 2026 haar eerste juridische toets niet heeft overleefd. Hoe meer een regel in alles beweert te voorzien, hoe meer aanknopingspunten hij biedt aan wie wil aantonen dat twee vergelijkbare situaties verschillend worden behandeld.

DIT IS GEEN KASTICKET

Er blijft echter één maatregel over die de regering niet heeft opgegeven. Artikel 58 van de beheersovereenkomst tussen de Belgische Staat en de Nationale Loterij, goedgekeurd bij koninklijk besluit van 14 september 2026, voorziet in de uitwerking van een voorstel voor een kasticketloterij, in overleg met de FOD Financiën. Om consumenten ertoe aan te zetten hun kasticket te vragen, zou dat ticket een loterijbiljet kunnen worden. Malta kent een dergelijk systeem sinds 1997, Italië sinds 2020.

We hebben onze klanten dus jarenlang uitgelegd dat een kasticket een fiscaal document is dat door een gecertificeerd systeem wordt geproduceerd, hun verantwoordelijkheid met zich meebrengt en waarvan de niet-uitreiking wordt bestraft. Nu vernemen we dat het ook een loterijbiljet zou kunnen worden. De Staat heeft ervan afgezien de maaltijd te definiëren, maar overweegt ondertussen wel om van de rekening een kansspel te maken.

Magritte schilderde een pijp en schreef eronder dat het geen pijp was om eraan te herinneren dat een afbeelding nooit het voorwerp zelf is dat ze voorstelt. De fiscus heeft die les perfect begrepen en ze omgedraaid. Ook voor de fiscus is het woord niet hetzelfde als het voorwerp, met dit verschil dat het woord het laatste woord heeft: je kunt een broodje in je hand houden en het met je eigen ogen zien, maar als ergens geschreven staat dat je een dienst koopt, dan koop je een dienst en dat kost je zes procentpunten meer.

In België is surrealisme niet alleen in musea te bewonderen. Het is ook te lezen in het Belgisch Staatsblad.



nationale, approuvé par arrêté royal du 14 septembre 2026, prévoit l'élaboration d'une proposition de loterie des tickets de caisse, en concertation avec le SPF Finances. Pour inciter le consommateur à réclamer son ticket, celui-ci pourrait devenir un billet de tombola. Malte connaît un tel système depuis 1997, l'Italie depuis 2020.

Nous aurons donc expliqué pendant des années à nos clients que le ticket de caisse est un document fiscal, produit par un système certifié, engageant leur responsabilité et dont le défaut de délivrance est sanctionné, pour apprendre qu'il pourrait également devenir un billet de loterie. L'État aura renoncé à définir le repas tout en envisageant de transformer l'addition en jeu de hasard.

Magritte avait peint une pipe et écrit en dessous qu'elle n'en était pas une, pour rappeler qu'une image n'est jamais la chose qu'elle représente. Le fisc a parfaitement compris la leçon, et il l'a retournée. Chez lui aussi, le mot n'est pas la chose, à ceci près que c'est le mot qui gagne : vous aurez beau tenir un sandwich et le voir, s'il est écrit quelque part que vous achetez une prestation de services, vous achetez une prestation de services, et cela vous coûtera six points de plus.

En Belgique, le surréalisme ne se contemple pas seulement au musée. Il se lit aussi au Moniteur belge.



François Collon

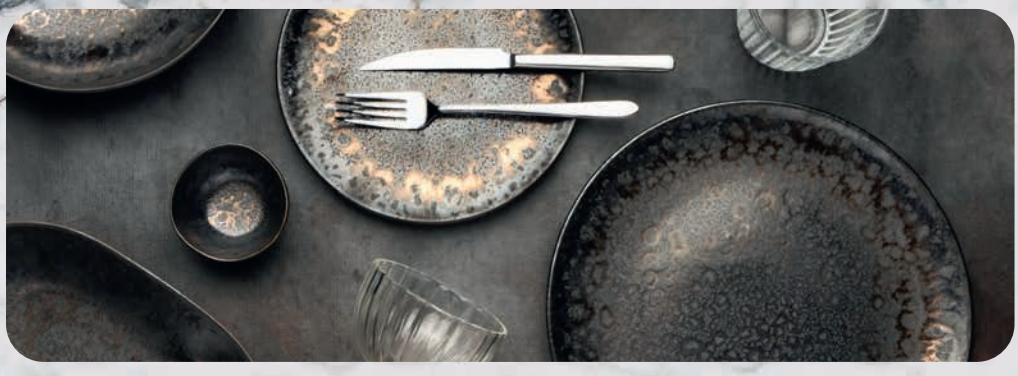
Advocaat aan de balie van Brussel
Avocat au barreau de Bruxelles

Collon
AVOCATS
EN DROIT FISCAL

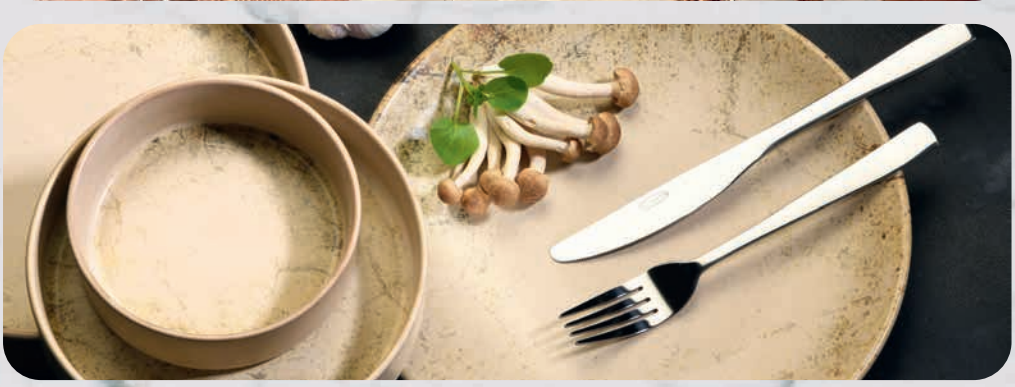
Avenue Winston Churchill 79/25, 1180 Uccle
E-mail : fcollon@collon-law.be
Tel : +32 2 880 07 22
GSM : +32 477 567 865
www.collon-law.be

kookplaneet
Horecagroothandel

TOTAALCONCEPT VOOR DE HORECA
CONCEPT COMPLET POUR HORECA









Laat u verleiden door de laatste trends in o.a. porselein, bestek en kookgerei. Dit van zowel onze huismerken als tal van andere gekende Europese topmerken.

Laissez-vous séduire par les dernières tendances en porcelaine, des couverts et d'ustensiles de cuisine de nos propres marques, ainsi que de nombreuses autres grandes marques européennes renommées.

Bedrijfsstraat 18/1
3500 Hasselt
Tel.: 011/21.29.27
hasselt@kookplaneet.be
Ma - Vrij 9u00 - 17u30
Za 10u00 - 17u00

WWW.KOOKPLANEET.BE