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**.*

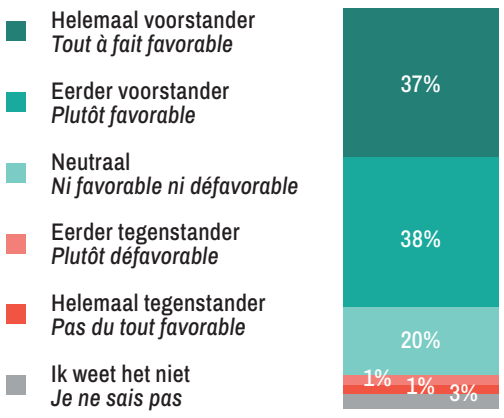
In hoeverre hecht u bij het doen van uw boodschappen belang aan de geografische herkomst van de producten?

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.

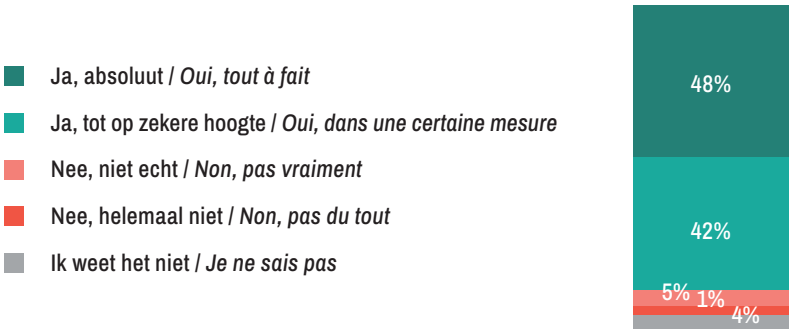
VERS UN LABEL OFFICIEL ?

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

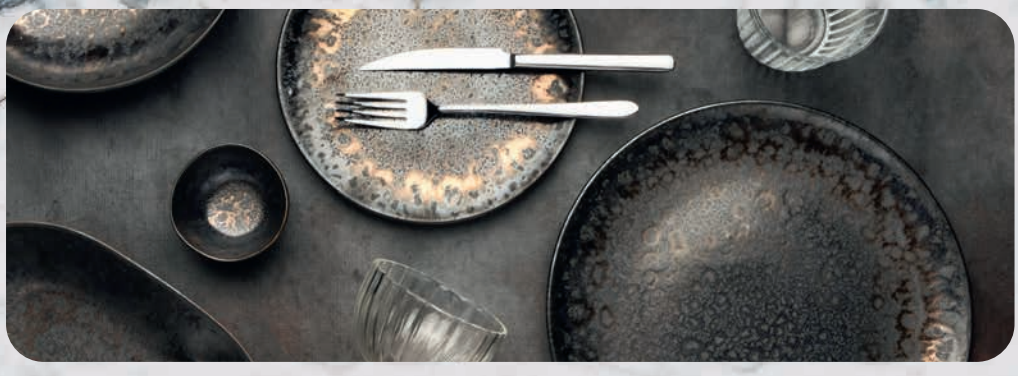
Advocaat aan de balie van Brussel
Avocat au barreau de Bruxelles

Collon
AVOCATS
EN DROIT FISCAL

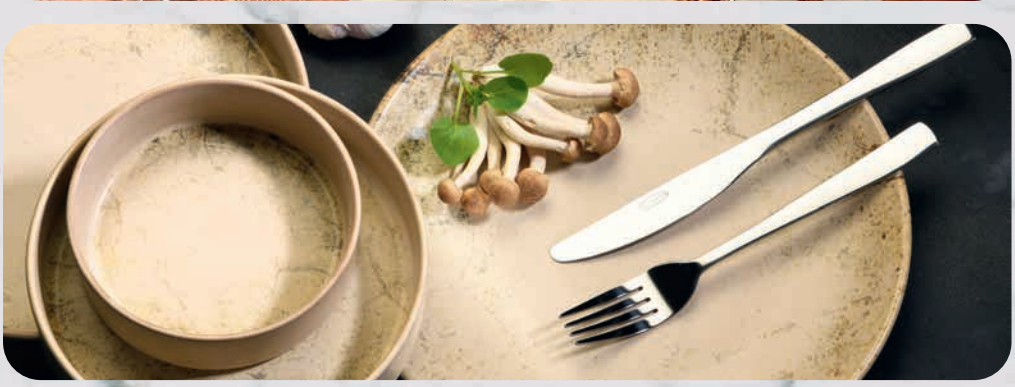
Avenue Winston Churchill 79/25, 1180 Uccle
E-mail : fcollon@collon-law.be
Tel : +32 2 880 07 22
GSM : +32 477 567 865
www.collon-law.be

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