



#### Vision 2016 inspireert en daagt uit

Vision 2016 was een dag vol inspiratie voor horecaondernemers. Onder de naam S-amen kwamen trendwatchers en ondernemers de toekomst

en inspirerende concepten demonstreren aan 400 grote spelers uit de sector.

→ P. 10



#### Terrassen lokken klanten

Terrassen zijn al lang niet meer een hoop plastic stoelen en tafels en wat parasols van een of ander frisdrankmerk. Wij geven u tips hoe u uw terras modern een gepast kunt aankleden.

→ P. 14



#### "Ik wil niet alleen koken, ik wil ook leven!"

"Johan Segers beheerst de klassieke keuken tot op het bot én tot op de graat." Zo luidt de mening van de inspecteurs van de Michelin-gids. Bijna 40 jaar staat

Johan Segers aan 't Fornuis, 30 jaar draagt hij een ster. Maar van ophouden wil hij niet weten.

→ P. 19

# Horeca Vlaanderen

# KRANT

NR 74 - MAART 2016  
VERSCHIJNT 10 KEER PER JAAR  
OPLAGE: 31.300  
V.U. FILIP VANHEUSDEN  
HORECA MARKETING  
ANSPACHLAAN 111 BUS 4, 1000 BRUSSEL  
WWW.HORECAVLAANDEREN.BE  
AFGIFTEKANTOOR: MECHELEN

DE OFFICIËLE KRANT VAN DE FEDERATIES HORECA VLAANDEREN, BRUSSEL EN WALLONIË

## 'KINDEREN WELKOM', INSPIRATIEGIDS VOOR FAMILIEVRIENDELIJKE LOGIES



willen meer doen om aantrekkelijk te zijn voor families met kinderen. Het is ook in het voordeel van de logiesuitbaters. Een gezinsvriendelijke ingesteldheid staat gelijk aan een warm en positief imago. Bovendien zijn kinderen volwaardige en terugkerende bezoekers. De brochure is een eerste aanzet, maar er zullen nog initiatieven volgen."

*Ben Weyts: 'Het is ook in het voordeel van de logiesuitbaters. Een gezinsvriendelijke ingesteldheid staat gelijk aan een warm en positief imago'*

Vaak gaat het zelfs om kleine zaken die voor families toch een wereld van verschil kunnen uitmaken zoals een luieremmer en een kinderbadje op de kamer."

Concreet snijdt de brochure vijf thema's aan: ontvangst, kamer(voorzieningen), eten & drinken, speelgelegenheden en informatie op maat. Daarbij krijgen de logiesuitbaters tips aangereikt om hun zaak familievriendelijk te maken. Bijvoorbeeld hoe een zakenhotel in het toeristische seizoen een vergaderruimte kan omtoveren tot een speelhoek voor de kinderen.

**Danny Van Assche:** "Deze campagne zal geslaagd zijn als het leidt tot nog betere vakanties voor families met kinderen. Als logies aan kinderen duidelijk maken dat ze minstens even welkom zijn als volwassenen. Want gelukkige kinderen betekent gelukkige ouders."

Meer info over 'Kinderen Welkom':  
→ [www.horecavlaanderen.be](http://www.horecavlaanderen.be)  
→ [www.toerismevlaanderen.be/kinderenwelkominspiratiegids](http://www.toerismevlaanderen.be/kinderenwelkominspiratiegids)

Sam Paret



Horeca Vlaanderen en Navefri, de nationale beroepsvereniging voor frituuruitbaters, verdedigen de Belgische frietcultuur en gaan nauwer samenwerken. Een dubbelinterview met beide voorzitters leest u op → p. 4.

#### TEASER

De inspiratiegids – bewust kort en bondig gehouden – telt 16 pagina's en is gedrukt op 4.000 exemplaren. Deze worden door Horeca Vlaanderen als teaser naar logiesuitbaters uitgestuurd, een uitgebreide versie is online terug te vinden. Maar ook opleidingen en een verkiezing van meest kindvriendelijke hotel van Vlaanderen behoren tot de mogelijkheden. Afgevaardigd bestuurder van Horeca Vlaanderen, **Danny Van Assche:** "Zolang het maar leidt tot meer en betere initiatieven voor gezinnen. Ik spreek als vader van twee kinderen ook uit eigenbelang. Vele gezinnen zullen het met me eens zijn dat op vakantie gaan met kinderen een hele onderneming is.

Verblijven zijn niet altijd aangepast aan de komst van kinderen. Met de brochure willen we logiesuitbaters inspireren met concrete voorbeelden.

Vlaams Minister van Toerisme Ben Weyts (N-VA) stelt in kindvriendelijk hotel Martin's Patershof in Mechelen de brochure 'Kinderen Welkom' voor. Deze inspiratiegids moet logiesuitbaters helpen om zich in te leven in de leefwereld van gezinnen. Het initiatief is een samenwerking tussen Horeca Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen met als doel om families met kinderen meer mogelijkheden te bieden en logiesuitbaters een potentiële markt van 66 miljoen families te leren kennen.

Want zoveel families telt Europa. "En die willen ook onze steden bezoeken", vertelt Vlaams Minister van Toerisme **Ben Weyts**, die zelf al meermaals ondervond hoe moeilijk het is om met het gezin in de grote kunststeden een goede, kindvriendelijke en betaalbare overnachting te vinden. "Er is in het bestaande aanbod een gebrek aan goede logies voor families en een gebrek aan goede communicatie hieromtrent. Waardoor ouders al snel beslissen om dergelijke bezoeken zonder kinderen te doen. Wij willen aantonen dat dit niet altijd zo hoeft te zijn. Er is ruimte voor groei en we

### Sterke parasols. Stevige service.



GRATIS ADVIES TER PLAATSE

[www.symoparasols.com](http://www.symoparasols.com)

volg ons op facebook

**symo**  
parasols

Tel.: 050 32 07 95 • [info@symoparasols.com](mailto:info@symoparasols.com)





## ER WORDT TE VEEL ALCOHOL GESCHONKEN AAN JONGEREN

Ongeveer vier op de vijf Vlaamse cafés schenkt alcohol aan jongeren onder de wettelijke leeftijdsgrens van 16 of 18 jaar. Deze harde realiteit blijkt uit de resultaten van de 'lokale monitors horeca en detailhandel' van VAD, de Vereniging voor Alcohol- en andere Drugsproblemen. Horeca Vlaanderen heeft het afgelopen jaar dit onderzoek gesteund. In verschillende Vlaamse gemeenten gingen jongeren onder begeleiding op stap met het doel alcoholhoudende dranken te bestellen op café of in de winkel. Deze jongeren bestelden als min-zestienjarigen bier en andere als min-achtienjarigen sterkedrank. Bovendien gebeurde dit in etablissementen die in het kader van deze actie vooraf gewaarschuwd waren dat dit experiment ging plaatsvinden. Actie had niet tot doel om de ondernemingen aan de schandpaal te nagelen, maar wel om een zicht te krijgen op de toepassing van de leeftijdsgrenzen. En dat blijkt dus een probleem te zijn. Enige troost: de kleinhandel doet het nog slechter. Maar dat is een magere troost.

Horeca Vlaanderen was/is een overtuigde partner in dit project. Als beroepsvereniging zetten we in op kwaliteit en dat wil ook zeggen op een verantwoorde manier omgaan met alcohol. Beter dan wie ook kennen horecaondernemers de gevaren van onverantwoord omgaan met alcohol. We weten dat alcohol van een bijzonder lekker en aangenaam genotmiddel kan omslaan in een levensverwoestende drug. Onze cultuur is rijk aan lekkere alcoholische dranken en dat willen we zo houden. Maar om dat te kunnen doen, moeten we ook verantwoordelijkheid nemen. We weigeren verantwoordelijkheden die de onze niet zijn, maar we mogen niet blind zijn voor de noodzaak dat elke horecaonderneming moet weten hoe men verantwoord met alcohol omspringt.

Het is trouwens geen vrije keuze. Indien we ons als horeca niet organiseren om dit te doen, zal de wetgever het zelf doen. Zowel op Europees als op Belgisch vlak wordt er naarstig gewerkt aan "alcoholplannen". Voorlopig zetten deze plannen meestal in op sensibilisering. Maar als sensibilisering niet werkt, zouden ze wel eens verder kunnen gaan.

De opdracht die voortligt, is dus duidelijk maar zeer moeilijk. Wanneer we ervan overtuigd zijn - en dat zijn we - dat er geen strengere regels op alcoholverbruik in de horeca nodig zijn, dan moeten we dat ook bewijzen. België mag niet de kapitale fout maken, zoals twee jaar geleden in Nederland, te denken dat het probleem van jongeren en alcohol opgelost is door het verhogen van de minimumleeftijd voor alcoholverbruik tot 18 jaar. Het zet alleen maar aan tot meer ongecontroleerd en illegaal alcoholverbruik. Maar als we deze stelling kracht willen bijzetten, dan moeten we wel aantonen dat we de huidige regels ernstig nemen.

Daarom zal Horeca Vlaanderen zich in de loop van dit jaar nog meer inzetten op het goed uitleggen van hoe de wetgeving in elkaar zit. We willen de sector instrumenten geven om deze op een verantwoorde wijze toe te passen. En zo proberen we verschillende vliegen in één klap te slaan. Door verantwoord met alcohol om te gaan, zorgen we mee voor de gezondheid en de veiligheid van onze jongeren, we vermijden nieuwe wetgevende initiatieven en we vrijwaren onze rijke bourgondische eet- en drinkcultuur. Als dat geen mooie gedachte is.

**Danny Van Assche**

Afgevaardigd bestuurder Horeca Vlaanderen

## PETER AESAERT BEREIDT ZICH VOOR OP EUROPESE BOCUSE D'OR

11-12 MEI BOEDAPEST



Peter Aesaert in het midden, geflankeerd door zijn commis en coach.

**De Belgische Bocuse d'Or-kandidaat Peter Aesaert (Belgocatering) is in volle voorbereiding voor de Europese finale in Boedapest. Samen met enkele jonge chefs werkt hij zijn gerechten uit en stuurt hij bij. Die voorbereidingen kunt u zelf gaan aanmoedigen in verschillende Metro-vestigingen.**

Voor de Europese finale van de Bocuse d'Or moeten Peter Aesaert en zijn team aan de slag met steur en zijn kaviaar en als vleesgerecht Edelhert. 20 talentvolle chefs van over heel Europa zullen hier aan deelnemen, 12 van hen kunnen een ticket bemachtigen voor de wereldfinale.

De nationale finalisten krijgen vijf uur de tijd om hun visschotel door te geven, gevolgd door hun vleeschotel. De kandidaten bereiden hun gerecht voor 14 personen. De visschotel zal gepresenteerd worden op het bord, het vlees op een schotel voor 10 personen, alsook op 4 borden.

### TRAININGEN IN TEAMVERBAND

Peter Aesaert en zijn coaches hebben de garnituren en gerechten al volop getest en nu focust men op de trainingen in teamverband. Timing en samenwerken zijn daarin doorslaggevend. Voor de creatie van de presentatieschotel werkt men

samen met een jong dynamisch team, Kupper/Wuytens uit Zonhoven.

Tijdens volgende nocturnes bij partner Metro kunt u de

voorbereidingen bijwonen:  
Dinsdag 12 april (Brussel & Vorst)  
Woensdag 13 april (Evergem)  
Maandag 18 april (Luik)  
Dinsdag 19 april (Antwerpen)



Peter Aesaert wordt door België al voor de tweede keer uitgestuurd naar deze prestigieuze wedstrijd. Vorige keer kon hij zich niet plaatsen voor de grote finale. Als Peter Aesaert zich in Boedapest plaatst, kan hij zich meten met de internationale top van de gastronomie in Lyon in januari 2017.

U kunt Peter Aesaert en zijn team volgen op Facebook Bocuse d'Or Belgium of op → [www.bocusedor.be](http://www.bocusedor.be)

**Katia Belloy**



## IN DIT NUMMER ...

Interview ..... p. 4  
Horeca in de Wetstraat ..... p. 6  
Getapt ..... p. 8  
Kinderen klant ..... p. 11  
Vorming ..... p. 12-13

Thema ..... p. 14  
In de kijker ..... p. 15  
Horeca lid in de kijker ..... p. 19  
Uit de regio's ..... p. 21





## CD&V STELT VOOR PROBLEMATISCH ALCOHOLGEBRUIK AAN TE PAKKEN

CD&V bindt de strijd aan met problematisch alcoholgebruik. Ze willen een nachtelijk verkoopsverbod voor sterkedrank in nachtwinkels, tankstations en langs de autosnelweg. Ze vragen ook een algemeen verbod op alcohol in automaten en een terugbetaling van behandelingen tegen problematisch alcoholgebruik.

Overmatig alcoholgebruik kost de maatschappij 2 miljard euro. Het leidt naast tot gezondheidsproblemen tot slechtere prestaties op het werk en tot relationele problemen. Kamerlid **Nathalie Muylle**: "De tol die we voor alcohol betalen, is enorm en ligt veel hoger dan tabak of drugs."

Daarom pleit CD&V ervoor om de verkoop van sterkedrank tussen 22 uur en 7 uur verbieden langs de autosnelweg, in nachtwinkels en tankstations in de rest van het land. Daarnaast wil CD&V alcohol volledig bannen uit automaten. De tussenmaatregel met een identiteitskaartlezer uit 2009 blijkt immers al te vaak niet toegepast of genegeerd door de lezer uit te schakelen, luidt het.

### SOCIALE CONTROLE

**Muylle**: "Het is beter iets te drinken op café, op restaurant of op een fuif, waar toch nog sociale controle is." Dat beaamt **Tim Joiris**, eigenaar van verschillende cafés in de Overpoortstraat in Gent: "Alcohol heeft een heel negatief imago omdat we de excessen sinds de opkomst van de nachtwinkels alleen maar hebben zien toenemen. In de horeca

*Tim Joiris: 'In de horeca gaat men heel bewust om met het schenken van alcohol en is er sociale controle'*

gaat men heel bewust om met het schenken van alcohol en is er sociale controle. Maar nu gaat men eerst alcohol kopen in de nachtwinkels om thuis al dronken te worden voor ze uitgaan. Daar hebben we geen controle meer op. Bij ons staat er een rem op, terwijl nachtwinkels hun verantwoordelijkheid niet nemen. Ook het terugschroeven van alcohol

langs autosnelwegen juichen we toe. Drinken en rijden gaat niet samen, ik begrijp dan niet waarom je alcohol zou verkopen langs de baan. Hopelijk blijft het niet bij een voorstel, maar worden de maatregelen in praktijk omgezet."

CD&V wil ook een betere medische omkadering bij alcoholmisbruik via een snelle erkenning van de klinische psychologie en psychotherapie als behandelingsmethode. Ze denken ook aan een nieuw eerstelijnsberoep van psychologisch (alcohol)consulent die vroegtijdig de problemen kan detecteren. Een behandeling zou ook terugbetaald moeten worden.

### SANCTIES

Verder zijn er duidelijke sancties nodig rond reclame voor alcohol en minderjarigen en moeten er meer controleurs worden ingezet om misbruiken van de verkoop aan alcohol aan minderjarigen te bestraffen.

**Katia Belloy**

## HILAIRE SPREUWERS IS AMBASSADEUR BEERAWARDS



Voor Beerawards zijn enkele resultaten op z'n minst opmerkelijk te noemen. Anderzijds vinden de bierkenners ook een aantal van hun favorieten niet tussen de winnaars. Of hebben enkele prachtexemplaren veel te weinig gewonnen.

### AMBASSADEUR BEERAWARDS

Elk jaar kiest Beerawards een nieuwe Ambassadeur. Dit jaar gaat de eer naar Hilaire Spreuwers.

*Hilaire Spreuwers: 'Het is bon ton om een biertje te bestellen op café. Waarom wordt er dan op restaurant nog automatisch voor wijn gekozen?'*

De voorzitter van Horeca Limburg Hilaire Spreuwers is tot Ambassadeur voor onlinebierplatform Beerawards verkozen, een initiatief van bierkenners die Belgische bieren in de kijker willen zetten en laten beoordelen op basis van kwaliteit.

Beerawards begon in 2012 als een klein nevenproject. Alle Belgische bieren die ooit een prijs gewonnen hebben, worden er opgelijst. Beerawards laat het publiek vervolgens ook bieren nomineren en stemmen voor deze Belgische bieren in verschillende categorieën en stijlen. De beste kunnen dan een prijs winnen. Ook persoonlijkheden en cafés of restaurants kunnen een award ontvangen.

Wat men beoogt, is een onderscheid te maken tussen smaken en resultaten.

Bierliefhebber en voorzitter Horeca Limburg **Hilaire Spreuwers** was uitbater van gastronomisch bierrestaurant Bitter Zoet. Hij volgt een opleiding gastronomisch bier brouwen bij Syntra en is er absoluut voorstander van om ook bier bij de maaltijden te serveren op restaurant. "Het is bon ton om een biertje te bestellen op café. Waarom wordt er dan op restaurant nog automatisch voor wijn gekozen? Het is aan de restaurantuitbater om bier actiever te promoten. We zijn nu eenmaal

een excellent bierland. Geef bier dan ook de look & feel van wijn. Schenk het bij de maaltijd in mooie glaasjes met aangepaste grootte. Het staat niet om een kelk bij de maaltijd te serveren. Het bier verschaalt daarin te snel. Het is beter om wat bij te schenken in een klein glas voor wie wat meer bier wil. Zelf vraag ik op restaurant naar een wijnglas om mijn bier uit te drinken omdat aangepaste glazen vaak niet voorhanden zijn. Bier geraakt gelukkig steeds meer ingeburgerd bij horecazaken. Zeker bij het kaasassortiment zou ik aanraden bier te serveren."

Is hij ook voorstander van beer pairing in de verwerking van bier in recepten? "Dat is zeker een mooie combinatie, maar we moeten er niet te veel poespas rond maken. Men gaat toch ook geen dure wijn in recepten verwerken. Bij bier is dat niet anders."

### BELGISCHE BIERWERELD PROMOTEN

Als voorzitter zal Spreuwers zoveel mogelijk onze Belgische bierwereld promoten en aanwezig zijn op tal van events waar bier centraal staat. Als nieuwe ambassadeur van Beerawards brengt hij de prijzen nu ook fysiek naar de mensen. Voor het eerst werden de Beerawards fysiek uitgereikt tijdens een evenement in Bourgondisch Kruis in Roeselare.

→ [www.beerawards.be](http://www.beerawards.be)

**Katia Belloy**

# inside



**Make-over van uw hotel?  
Herinrichting van  
uw restaurant?  
Contacteer ons.**

[gratis advies en prijsraming](#)



**interior  
concepts**

**050 28 18 00  
[www.inside.be](http://www.inside.be)**

Inside is de nieuwe naam van DSM Interior Projects



# HORECA VLAANDEREN EN NAVEFRI GAAN SAMENWERKEN 'WE TREKKEN AAN HETZELFDE ZEEL'



Bernard Lefèvre en Danny Van Assche

© Michael De Lausnay

Horeca Vlaanderen en Navefri, de nationale beroepsvereniging voor frituuruitbaters, gaan nauwer samenwerken. Leden van Navefri worden automatisch lid van Horeca Vlaanderen. Dat betekent niet dat Navefri ophoudt te bestaan. Bernard Lefèvre, voorzitter van Navefri: "We spreken niet van een fusie, wel van een georganiseerde samenwerking." Danny Van Assche, afgevaardigd bestuurder van Horeca Vlaanderen, ziet in de nieuwe samenwerking een versterking voor beide organisaties: "Deze overeenkomst zorgt voor een uitgebreidere knowhow, grotere representativiteit en een betere dienstverlening. De ondernemer wordt er beter van."

*'Horeca Vlaanderen heeft een eigen studiedienst en biedt een heel ruime ondersteuning voor de leden. Daarop kunnen vanaf nu ook de leden van Navefri een beroep doen'*

#### Wat verandert er concreet?

Bernard Lefèvre: "Als vertegenwoordiger van de frituursector houdt Navefri zich met twee belangrijke zaken bezig. Ten eerste is er de beroepsverdediging: wetgeving, politiek, HACCP... De tweede pool omvat de frietcultuur en het imago van de frituren. Wat betreft beroepsverdediging zien we dat er heel wat parallel loopt met de rest van de horecasector. Horeca is zeer divers: van café, frituur,

brasserie over sterrenrestaurant tot hotel. Maar je hebt ook iets gemeenschappelijks. Waarom de krachten dan niet bundelen?" Danny Van Assche: "Hoewel de frituursector zeer specifiek is, lopen inderdaad veel van de belangen samen met die van de horecasector in het algemeen. Sinds jaren werken we al nauw en goed samen met de collega's van Navefri. Door ons te verenigen onder dezelfde vlag staan we niet alleen als belangenvereniging sterker, we zullen onze leden nog beter kunnen ondersteunen."

#### Waarom is dat niet eerder al gebeurd?

Bernard Lefèvre: "Toen Navefri ontstaan is, hadden we het gevoel een subsector te zijn waar niet veel erkenning voor bestaat. Maar er is hoe langer hoe meer erkenning gekomen voor het beroep van friturist. Dat heeft ons doen besluiten om met gelijken te gaan praten om te kijken welke zaken we samen kunnen doen. Het is een samenwerking, geen fusie. De verdediging van het ambacht, de frietcultuur, blijft los staan van Horeca Vlaanderen." Danny Van Assche: "De beroepsverdediging wordt ondergebracht in een sectorcommissie bij Horeca Vlaanderen. Naast hotels, restaurants, cafés en nightlife richten we nu dus ook een commissie frituren op. Navefri blijft wel de beheerder van het frietgebeuren."

#### Welke voordelen zien jullie?

Bernard Lefèvre: "Ik zie alleen maar voordelen. Navefri steunt louter op vrijwilligers, Horeca Vlaanderen heeft een professionele structuur van medewerkers (juristen, administratie, communicatie, ledenwerving) die wel bezoldigd worden. Vrijwilligers zijn zeker iets anders dan amateurs, maar hun slagkracht blijft toch minder groot, omdat ze de verdediging van de sector naast hun hoofdberoep moeten doen. Dat kun je dan beter gestructureerd organiseren

binnen een groter geheel." Danny Van Assche: "Horeca Vlaanderen heeft een eigen studiedienst en biedt een heel ruime ondersteuning voor de leden. Daarop kunnen vanaf nu ook de leden van Navefri een beroep doen. Het is uiteindelijk de ondernemer die er beter van zal worden."

*'Door ons te verenigen onder dezelfde vlag staan we niet alleen als belangenvereniging sterker, we zullen onze leden nog beter kunnen ondersteunen'*

#### Zijn er ook toenaderingen tot Horeca Brussel en FED. HoReCa Wallonie?

Bernard Lefèvre: "Zeker. Navefri-Unafri is een nationale beroepsvereniging. Uiteraard vertegenwoordigt die ook de frituristen in Brussel en Wallonië. We hebben eerst gekozen om met de grootste speler rond de tafel te gaan zitten, om dan de onderhandelingen uit te breiden naar de andere Federaties. De realiteit is dat het grootste deel van onze leden zich in Vlaanderen bevindt."

#### Wat is de onderverdeling van frituren in België?

Bernard Lefèvre: "Er zijn zo'n 4.000 à 5.000 frituren in België: zo'n 3.500 in Vlaanderen, 1.200 in Wallonië en 350 in Brussel. Bovendien is de aansluitingsbereidheid in Vlaanderen veel groter."

#### Waren er al niet heel wat samenwerkingen?

Bernard Lefèvre: "Toch wel. We

hebben samen gewerkt aan een gemeenschappelijke HACCP-gids voor de horecasector en dat is zeer vlot verlopen. Anderzijds maakte ik de bedenking dat in vergaderingen met het FAW er telkens vertegenwoordigers van Horeca Vlaanderen en Navefri waren. Toen dacht ik: eigenlijk kunnen we de vertegenwoordiging verdelen, mits goede afspraken. We trekken tenslotte aan hetzelfde zeel. Het was niet efficiënt meer. Er was aanvankelijk wat terughoudendheid bij Navefri. Door andere belangen mee te verdedigen, komen de eigen belangen misschien wat op de achtergrond te staan, dacht men. Maar dat kun je oplossen door duidelijke afspraken te maken en duidelijke standpunten in te nemen in de sectorcommissies. En door naar buiten te komen met een gemeenschappelijk standpunt." Danny Van Assche: "Er was inderdaad

al een ruime samenwerking, die wordt nu structureel verankerd binnen Horeca Vlaanderen. En natuurlijk moet de eigenheid van Navefri behouden blijven. Ook binnen onze andere sectorcommissies is er soms discussie bij het bepalen van de standpunten, onze sector is nu eenmaal heel divers. Er is niets mis met meningen die botsen, zolang het maar op een constructieve manier gebeurt. Door met de hele sector gemeenschappelijk met één stem te spreken staan we gewoon veel sterker."

#### Bernard, u zit al 15 jaar in het bestuur van Navefri. Hoe hebt u de frituursector zien evolueren?

Bernard Lefèvre: "Ik vond dat er opportuniteiten waren die de friturist zelf niet benutte, omdat hij te veel met de eigen zaak bezig was. Hij was niet fier genoeg, zich niet bewust van zijn eigen troeven. Navefri heeft kunnen werken aan de professionaliteit, maar ook aan het opwaarderen van het imago."

#### Er is ook heel wat concurrentie bij gekomen.

Bernard Lefèvre: "De opmars van de fastfood heeft de hele sector grondig veranderd. Als je vroeger snel iets wou eten, ging je naar de frituur. Nu kun je op tal van plaatsen terecht: hamburgerketen, meeneem-Chinees, pitabar... De keuzemogelijkheden zijn enorm. In tegenstelling tot Nederland is de frituristenvereniging in België niet de rationele toer op gegaan, maar de gevoelenstoer. We hebben hier geen ketens. Elke friturist bepaalt zelf zijn aanbod, de grootte van een portie friet of saus. Het is hier a-fastfood."

#### Er hangt nostalgie aan vast.

Bernard Lefèvre: "Dat moet bewaard blijven, maar je mag ook niet uit het oog verliezen dat het voor de frituristen hun broodwinning is. Navefri moet beide aspecten verdedigen. De familienaam is Horeca, maar de voornaam blijft Navefri. Die differentieert ons van de

rest van de familie en bepaalt onze identiteit."

#### De sectorcommissie is in oprichting?

Bernard Lefèvre: "Klopt. Daar zitten Navefri-bestuurders in, maar ik zou nog andere frituristen willen oproepen daar deel van uit te maken, en het liefst mensen die met beide voeten in het beroep staan. Als die hun eigen belangen verdedigen, verdedigen ze die van de hele sector." Danny Van Assche: "De sectorcommissies voeden onze Raad van Bestuur. Om een goed en krachtig beleid te voeren, moet een grondig actieplan worden opgesteld. Daarvoor zijn de kennis, ervaring en visie nodig van ondernemers die hun stiel door en door kennen. Bij deze dan ook een warme oproep aan alle professionele frituristen om deel te nemen aan deze commissies."

## MERKEL LUST FRIETJE TUSSENDOR



De Europese onderhandelingen over de toekomst van Groot-Brittannië sleepten langer aan dan gepland. Het English breakfast 's ochtends sloegen ze over en ook het diner werd uitgesteld. Tijdens een pauze trok Merkel de stad in en daar vond ze op het Jourdan-plein de lekkerste snelle hongerstiller: een pak frieten.

#### Zijn de Belgische frieten echt de beste?

Bernard Lefèvre "Daar kan ik me niet over uitspreken. Ik moet wel vaststellen dat de frituur tijdens de Expo in Milaan veel bijval had. We waren de drukst bezochte stand. We hebben dus blijkbaar toch iets bijzonders."

Danny Van Assche: "Ik ben zelf geen friturist en kan dus zonder op eigen borst te kloppen zeggen: Ja onze Belgische frieten zijn de beste van de wereld. Het is niet alleen onze nationale plicht om dat te vinden, het is ook écht zo! (lacht)".



→ [www.horecavlaanderen.be](http://www.horecavlaanderen.be)

→ [www.navefri.be](http://www.navefri.be)

Katia Belloy





# VLAKWA BRENGT PROFESSIONEEL WATERVERBRUIK IN KAART

HORECA IS ZICH BEWUST VAN BELANG RATIONEEL WATERVERBRUIK

In de horecasector spoelt heel wat water door de leidingen. Maar water wordt steeds duurder. Bovendien worden de lozingsnormen strenger.

Het Vlaams Kenniscentrum Water (Vlakwa) voerde in 2015 een enquête uit bij 150 horecaondernemingen om het professioneel waterverbruik in kaart te brengen. Voor 97% van de respondenten uit de horecasector is water belangrijk tot zeer belangrijk. In de periode 2015-2020 plant dan ook de helft van deze horecaondernemers inspanningen te leveren op het niveau van rationeel waterbeheer.

*Kostenbesparing wordt door horecaondernemers aangegeven als belangrijkste reden om waterinvesteringen uit te voeren*

De belangrijkste drijfveren zijn kostenbesparing (83%), gevolgd door de duurzaamheidsfilosofie van het bedrijf (32%). Ook financiële stimuli (22%) en een vermindering van taksen (18%) zijn belangrijke drijfveren. De wateraudit of-scan is een handige tool om een balans op te maken van het waterverbruik en zo de kosten te drukken. Slechts 4% van de respondenten heeft al een waterscan en/of wateraudit uitgevoerd, 30% is dat wel van plan in de komende 5 jaar. Om de horecaondernemers hierin te ondersteunen heeft Vlakwa in samenwerking met Horeca Vlaanderen en Universiteit Gent een proefproject opgezet om de belangrijkste waterverbruikers voor een aantal type horecabedrijven in kaart te brengen en op basis hiervan een checklist te ontwikkelen die

de ondernemingen toelaat om op een zeer snelle en laagdrempelige manier belangrijke besparingen te realiseren. De resultaten worden dit voorjaar nog verwacht.

## RATIONEEL WATERGEBRUIK

In de periode 2010-2015 hebben de horecaondernemingen reeds investeringen in rationeel waterbeheer doorgevoerd. Het gaat vooral om technische maatregelen (71%): membraantechnologie, hemelwateropvang, moderne afwasmachines, spaarkranen enz. (71%), gevolgd door sociale ingrepen (44%): het personeel en de klanten sensibiliseren. 25% doet aan waterhergebruik, 13% doet een omschakeling naar alternatieve waterbronnen.

Van diegenen die al aan rationeel watergebruik doen, maakt slechts 8% gebruik van financiële stimuli.

**Dirk Halet**, strategisch coördinator Vlakwa: "Dat cijfer ligt zo laag omdat onbekend onbemind maakt: velen weten niet van welke stimuli ze kunnen gebruikmaken. Zo zijn er binnen de ecologiepremie mogelijkheden om investeringssteun te krijgen voor de omschakeling van leidingwater of diep grondwater naar alternatieve waterbronnen (ondiep grondwater, hemelwater...). Ook de administratieve lasten die de aanvraag met zich meebrengen, zijn een drempel. Bovendien zijn de wachttijden op de daadwerkelijke uitbetaling soms erg lang. Ik zou horecaondernemers vooral willen aansporen om een beroep te doen op de LED-werking (zie kader)."

## BESPARINGEN EN KOSTEN

De respondenten geven aan dat de inspanningen in de periode 2010-2015 een besparing hebben opgeleverd van 13% op waterverbruik, 12% op waterkosten, 7% op energieverbruik, 9% op loonkosten en 7% op gebruik van chemicaliën. Toekomstige investeringen worden vooral

LED-water is het steunpunt voor watertechnologie opererend vanuit UGent Campus Kortrijk, ondersteund door VLAKWA. Deze LED ondersteunt kmo's en non-profitorganisaties met gratis eerstelijnsadvies en begeleiding inzake invoering en/of verbetering van productie, zuivering of management van het bedrijfswater (incl. plaatsbezoek). Dankzij een multidisciplinaire aanpak van chemische technologie, biotechnologie en milieutechnologie kunnen nieuwe, duurzame technologieën op vlak van waterbehandeling en waterhergebruik ter beschikking worden gesteld.

Contact Vlakwa: Veerle Depuydt: tel. 056/24 12 61, [vd@vlakwa.be](mailto:vd@vlakwa.be); contact LED Stijn Van Hulle, tel. 056/24 12 51, [stijn.vanhulle@ugent.be](mailto:stijn.vanhulle@ugent.be)

→ [www.lednetwerk.be/led/water](http://www.lednetwerk.be/led/water)

niet uitgevoerd uit economische overwegingen (66%). Verder zijn hinderpalen sociale overwegingen (25%), technische en ruimtelijke (beide 18%) en juridische (8%).

Als sociale hinderpaal geeft men aan dat men personeel en klanten moeilijk kan overtuigen om op water te besparen. Zij betalen er immers toch niet voor. Technisch wil men een gedane investering niet meteen te niet doen voor een volledig nieuwe installatie. Ruimtelijk is niet elke omgeving geschikt voor alternatieve watertoevoer. Indien men het pand huurt, is het niet altijd evident om werken uit te voeren.

→ [www.vlakwa.be](http://www.vlakwa.be)

**Katia Belloy**

ASTRANOVA.COM



NEW !



STOELN - TAFELS - BARSTOELN  
ZITBANKEN - ZETELS  
ook maatwerk & herbekleding

09/228.80.20

Showroom 2000 m<sup>2</sup>  
Destelbergenstraat 28-34  
9040 Gent (St-Amandsberg)  
iedere weekdag 9u-12u en 13u-17u (afspraak wenselijk)





# HORECA IN DE WETSTRAAT



© Wouter Van Vooren

Horeca is een essentieel onderdeel van onze samenleving. Veel politici zijn dan ook sterk geïnteresseerd in wat er reilt en zeilt in de horeca. Op alle mogelijke manieren ondervragen ze daarbij de bevoegde ministers, op zoek naar concrete feiten en informatie over uw sector. Horeca Vlaanderen Krant kijkt discreet mee over hun schouder.

*“Aangezien AirDnD operatoren in de voedselketen zijn, worden de ruimtes die ze voor de uitoefening van hun activiteiten gebruiken als bedrijfsruimte beschouwd, zelfs indien ze deel van de privéwoning uitmaken.”*

De Wetstraat blijft worstelen met de impact van nieuwe modellen van de zogenaamde ‘deeleconomie’ zoals die onder meer worden gedragen door internetmedia. De horeca wordt daarmee speciaal geïmponeerd met modellen zoals Airbnb en Couchsurfing. Ondertussen delen we niet alleen slaapkamers en onze sofa, maar beginnen we ook eten te delen. In onze buurlanden zijn initiatieven waar eten wordt gedeeld zoals AirDnD, Air Drink ‘n’ Dine, zeer populair. Ook in Frankrijk begint dat zich te manifesteren en in iets mindere mate ook in België. AirDnD zijn hobbykoks die een maaltijd bereiden en die aanbieden aan ‘klanten’.

Eind vorig jaar hebben een aantal van die hobbykoks na klachten een bezoek gekregen van inspecteurs van de belastinginspectie en het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen. Volgens richtlijnen van het FAVV moeten hobbykoks zich registreren als operator en moeten ze voldoen aan dezelfde regels als een traiteur of een eetgelegenheden, uitgezonderd hobbykoks die slechts vijf keer per jaar hun eten aan de man brengen.

In de Kamer vraagt N-VA-kamerlid **Renate Hufkens** aan bevoegd minister **Willy Borsus** (MR) wat zijn opstelling is in dit dossier. “Dienen hobbykoks zich te houden aan alle hygiëne- en infrastructuurregels die ook gelden voor traiteurs en eetgelegenheden”, wil Hufkens weten, “of ziet u soms mogelijke uitzonderingen? Zo ja, welke?” Ze wil ook weten waar de klachten vandaan komen en of de resultaten van de controles in de toekomst ook gepubliceerd worden op Foodweb.

In zijn antwoord bevestigt Borsus dat koks die maaltijden bereiden voor verkoop via platforms of via sociale media, inderdaad beschouwd worden als operatoren in de voedselketen. Ze moeten dus evenzeer voldoen aan de Europese en nationale regelgeving, inclusief de allergeenwetgeving, en zijn ook onderworpen aan controles. Ze moeten dan ook over een toelating van het FAVV beschikken als traiteur of, in geval van consumptie ter plaatse, als eetgelegenheden. Het gaat dan wel om koks die maaltijden tegen een vergoeding aanbieden. Het FAVV heeft niet de bedoeling om personen die uit solidariteit bijvoorbeeld een maaltijd delen met een buur, te viseren. De inspectieresultaten van dergelijke koks worden, net als die van de andere operatoren in de B2C-sector, ook op Foodweb gepubliceerd.

De minister bevestigt ook dat in 2015 specifieke controles werden uitgevoerd bij dergelijke koks zonder toelating naar aanleiding van klachten. Dat gebeurde in samenwerking met andere autoriteiten.

Renate Hufkens: “Wij moeten er inderdaad over waken dat de voedselveiligheid zowel door de horeca als door de hobbykoks wordt gerespecteerd. Tegelijk moeten wij opletten dat wij dergelijke nieuwe innoverende concepten niet tegenwerken. Er zijn ook voordelen aan verbonden. AirDnD kan bijvoorbeeld ook een meerwaarde bieden in het tegengaan van voedselverspilling. Als ik hoor dat AirDnD vandaag dreigt om uit ons land weg te gaan omdat de regels terzake te streng zijn, dan is er een probleem. Wij moeten nagaan of wij het kader kunnen aanpassen in die zin dat innovatie niet wordt tegengewerkt en dat in een vorm van autoregulering wordt voorzien. Daarom wil ik u vragen om dat aanbod meer van nabij te bekijken en het niet onder dezelfde noemer van de horecazaken te plaatsen.”

*“Het fenomeen van de foodtrucks is zeer ingewikkeld. Mijn administratie werkt momenteel aan een diepgaande analyse.”*

Ook cdH-kamerlid **Michel de Lamotte** maakt zich zorgen over de horecasector. Van minister van Financiën **Johan Van Overtveldt** (N-VA) wil hij vooreerst weten hoeveel horecaondernemers zich al hebben

geregistreerd voor het werken met een witte kassa. En hij verwijst daarbij ook naar het fenomeen van de foodtrucks. Van die laatste zouden er al 240 rondrijden op Belgische bodem. De uitbaters van die rijdende restaurants moeten geen witte kassa hebben. “Kan dat zomaar”, vraagt de Lamotte zich af. En het oppositielid wil natuurlijk ook weten hoe ver het staat met de nieuwe koninklijke besluiten die moeten bepalen wie nu al dan niet een witte kassa moet hebben en hoe de ondertussen ook al beruchte 10%-regel aan omzet door maaltijden zal worden geïnterpreteerd. “Die besluiten zullen de komende weken worden voorgesteld”, zegt Van Overtveldt. Weet dan dat de Lamotte zijn vraag stelde half januari, dat dit artikel geschreven wordt half februari en dat er van KB’s op dat moment nog geen sprake was.

De minister stelt ook dat op dat moment 21.717 horecaondernemers zich hebben geregistreerd voor een witte kassa op een verwacht totaal van 25.000. Het fenomeen van de foodtrucks wordt onderzocht door de administratie met de bedoeling uit die analyse een aantal conclusies te trekken.

*De RSZ controleert automatisch of de voorwaarden voor een flexi-job zijn vervuld. Daar komt geen sociale inspectie aan te pas.*

**Cathérine Fonck**, fractieleider van cdH in de Kamer en dus kopstuk van de oppositie, ondervraagt federaal minister van Sociale Zaken **Maggie De Block** (Open VLD) over het succes van de flexi-jobs en het uitblijven van regels voor het omzeilen van Europese controle op de staatssteun verbonden aan de flexi-jobs, het zogenaamde de-minimisstelsel. “Uit de cijfers blijkt dat de flexi-jobs veel succes hebben bij de werkgevers in de horeca, maar het is onduidelijk of het gaat over nieuwe aanwervingen, dan wel over de regularisatie van zwartwerk”, aldus Fonck. “Zal de sociale inspectie gerichte controles uitvoeren, om na te gaan of de voorwaarden vervuld zijn, en met name of de werknemer al een viervijfde tewerkstelling heeft?” Fonck verwijst ook naar het uitblijven van uitvoeringsbesluiten die de regels bepalen om vrijgesteld te worden van aangifte van subsidies binnen de Europese regelgeving. De aangifte van flexi-jobs moet immers buiten het systeem van Europees gecontroleerde subsidies vallen. “Er was nog onzekerheid over wie de minimissteun, de beperkte overheidssteun voor ondernemingen, zou berekenen. Omdat die berekening nog niet bij besluit aan de RSZ is toegewezen, moeten de werkgevers

die moeilijke en riskante taak voor hun rekening nemen. Wanneer zullen de uitvoeringsbesluiten worden uitgevaardigd?”, zo vraagt Fonck.

In haar antwoord zegt De Block dat de controle op de naleving van de 80%-regel automatisch gebeurt bij de RSZ. De sociale inspectie komt daar niet aan te pas. Het systeem controleert op het moment van de Dimona-aangifte automatisch via de databank van Sigedis of de voorwaarde dat de betrokkene in het derde kwartaal voorafgaand aan de tewerkstelling minstens een 4/5 tewerkstelling elders had, al dan niet is vervuld. De RSZ kan ambtshalve overgaan tot een rectificatie als er in de kwartaalaangifte verkeerdelijk werd opgegeven dat de medewerker een flexi-job uitoefent.

Over het toepassen van de de-minimissteun zwijgt De Block, tot ergernis van Fonck die stelt dat dit zorgt voor rechtsonzekerheid bij de horecaondernemers. De Block reageert daarop dan weer in haar eigen stijl. “Mijnheer de voorzitter”, zegt ze, “ik stel vast dat al de leden van de Kamer vinden dat het personeel van mijn administratie nóg harder moet werken.”

*Kleine kansspelen moeten om economische redenen in cafés kunnen blijven bestaan.*

MR-Kamerlid **Philippe Goffin** tenslotte maakt zich zorgen over de zogenaamde ‘kleine’ gokspelen, die we terugvinden in tal van horecazaken. In sommige cafés staan er gokmachines die een relatief kleine inzet vereisen. Voor de exploitatie ervan is er geen vergunning vereist. Die spelen leiden volgens het kamerlid wel tot verslaving en ook minderjarigen mogen erop spelen. De voorzitter van de Kansspelcommissie heeft voorgesteld die toestellen te verbieden. “Werden er andere oplossingen in overweging genomen om de spelers en in het bijzonder de minderjarigen tegen verslaving te beschermen?”, vraagt Goffin aan de minister van Justitie **Koen Geens** (CD&V). “En hoe staat de horeca daartegenover?”

De minister geeft een genuanceerd antwoord. Hij heeft de Kansspelcommissie gevraagd een voorstel terzake te formuleren, maar hij heeft nog geen afdoende antwoord ontvangen. Volgens Geens gaat het om een complex dossier met verschillende aspecten. De minister verwijst daarbij ook naar Horeca Vlaanderen, dat de toestellen om economische redenen wil behouden. Het blijft dus voorlopig afwachten.

**Ludwig Verduyn**





# TOERISME VLAANDEREN ZOEKT VERS JONG KEUKENGEWELD



Toerisme Vlaanderen en haar partners zoeken vers Jong Keukengeweld! Vlaanderen bruist

van getalenteerde jonge chefs. Jonge mensen gedreven door de liefde voor de Vlaamse gastronomie, gebeten door vakmanschap en de wil om te blijven innoveren en creëren. Toerisme Vlaanderen zet dit talent graag in de kijker met Jong Keukengeweld. Bent u jonger dan 35 jaar en hebt u een liefde voor Vlaamse producten en gastronomie? Stel u kandidaat en maak deel uit van het collectief Jong Keukengeweld.

Een van de belangrijke momenten van Jong Keukengeweld zijn de jongerenacties. Jongeren tussen 18 en 30 jaar kunnen in oktober en maart proeven van de betere

Vlaamse gastronomie bij een van de deelnemende jonge topchefs. En niet zomaar proeven: voor 45 euro, wijn, bier en water inbegrepen, genieten deze jongeren van een driegangenmenu gecreëerd door een Jong Keukengeweld-chef. Restaurants met een Michelinster en een quotering vanaf 15/20 in Gault&Millau mogen 55 euro vragen. Doorheen het jaar voert men samen met de partners nationale promotie voor het geselecteerde jong talent.

Meer informatie vindt u op  
→ [www.jongkeukengeweld.be](http://www.jongkeukengeweld.be)

## ZET UW ZAAK OP DE ON WHEELS-APP

Met de On Wheels-app kan men horeca- en handelszaken opzoeken die toegankelijk zijn voor rolstoelgebruikers. Als men de rolstoelbreedte en de hoogte van de drempel die de persoon kan nemen invoert, verschijnen alle restaurants, cafés, hotels, apothekers, bezienswaardigheden, banken, ziekenhuizen, parkings, toegankelijke toiletten...

Van 7 tot 12 maart organiseren Radio 2, On Wheels, Horeca Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen een 'Week van de toegankelijkheid'. De On Wheels-app bevat momenteel gegevens van vijf grote steden (Gent, Brugge, Kortrijk, Antwerpen en Hasselt) en ook enkele kleinere (als Tienen, Eeklo, Brasschaat...). Maar er staat nog heel wat in de steigers. Zo komen er nog opmeetacties in andere steden.

De tijd dat personen met een beperking buitenshuis kunnen spenderen, hangt af van de mogelijkheid die ze hebben om naar het toilet te kunnen gaan. Misschien heeft uw zaak wel een toegankelijk toilet en bestaat er een mogelijkheid om dit tijdens de openingsuren open te stellen voor personen met een beperking. On Wheels wil zoveel mogelijk toegankelijke toiletten vinden.

De On Wheels-app werd vernoemd in de Lonely Planet voor reizigers met een beperking en werd omschreven als een unieke en nog nooit geziene applicatie.

**Xander Berbé** [24], rolstoelgebruiker sinds 2010 na een auto-ongeval en student.

**Op basis waarvan kiest u een café of restaurant?**

"De toegankelijkheid en de sfeer zijn voor mij belangrijk. Een aangepast toilet heb ik niet nodig, maar dat is uiteraard niet voor iedereen het geval."

**Wat zijn de grootste drempels die u tegenkomt?**

"De grootste drempels zijn letterlijk drempels. In mijn buurt is er geen enkel toegankelijk restaurant, maar heb ik wel de keuze uit een McDonalds, Pizza Hut of het frietkot."



### ZET OOK UW HANDELSZAAK OP DE ON WHEELS-KAART!

- 1) Download de app via de appstore of surf naar de website → [www.onwheelsapp.com](http://www.onwheelsapp.com) en klik daar op onze webapplicatie.
- 2) Volg nauwgezet de stapjes die de (web)app aangeeft. U kunt niets fout doen.
- 3) In de nieuwe versie kunt u navigeren naar een kaart waar nog niet opgemeten zaken staan of kunt u zelf uw eigen zaak toevoegen. U doorloopt de procedure die op de website (→ [www.onwheelsapp.com](http://www.onwheelsapp.com)) staat. U doorloopt een aantal vragen over de ingang, de doorgang en het sanitair en u krijgt in de app ook de mogelijkheid om foto's te maken. Doe dat ook. Weten hoe iets eruitziet, kan erg veel onzekerheid wegnemen bij mensen met een beperking.
- 4) Bij twijfel: mail naar [info@onwheelsapp.com](mailto:info@onwheelsapp.com).

### Krijgt u soms vreemde reacties als u ergens wil binnenrollen?

"Ik heb nog nooit vreemde reacties gekregen. Mensen zijn meestal heel behulpzaam, maken plaats en geven spontaan een duwtje in de rug als het nodig is om een drempel te overbruggen."

### Hebt u advies, kleine ingrepen om meer toegankelijkheid te creëren?

"Vooral de toegankelijkheid aan de ingang is vaak een probleem. Te hoge drempels zijn alomtegenwoordig. Een permanent hellend vlak bij ontoegankelijke zaken zou fantastisch zijn (en is ook uitnodigend). Anders is een wegneembaar hellend vlak ook een oplossing. Ik ga graag naar

festivals en het valt steeds op hoe goed alles daar aangepast is. Het is mooi dat rolstoelgebruikers zonder probleem naar alle grote festivals kunnen, maar dat maakt het dubbel zo spijtig dat ikzelf bijvoorbeeld in geen enkel café in mijn buurt binnen kan."

### Hoe ervaart u de app On Wheels?

"Met de On Wheels-app kun je horecazaken vinden die toegankelijk zijn voor rolstoelgebruikers. Ook als je ergens onverwachts tijd over hebt,

### ENKELE OPMEETTIPS

Uw eigen zaak opmeten duurt niet veel langer dan 5 minuten.

- 1) Houd uw meetlint steeds recht (het kan enkele centimeters verschil maken).
- 2) Als er meerdere treden zijn, meet dan de totale hoogte van de treden samen.
- 3) Meet steeds het smalste punt (bv. een uitstekende deurklink is een hindernis voor een rolstoelgebruiker. U meet dan vanaf de klink).
- 4) Verplaatsbare objecten tellen uiteraard niet mee.

kun je snel opzoeken in welke zaken in je buurt je binnen kunt."

### U bent zelf gaan opmeten, hoe hebt u dat ervaren?

"Opmeten gaat opvallend vlot. Zodra je doorhebt wat er opgemeten moet worden, duurt het niet zo lang. Soms moesten uitbaters wel eerst overtuigd worden voor er opgemeten mocht worden. De grote uitdaging is natuurlijk dat er zoveel zaken zijn om op te meten."

→ [www.onwheelsapp.com](http://www.onwheelsapp.com)

# EXIMIUS

TERRAS CREATIE • CREATION DE TERRASSE

ALBERT 1 LAAN 141 bus 3 • 3582 KOERSEL

T: 011/ 755.002 • F: 011/755.022

INFO@EXIMIUS.BE • WWW.EXIMIUS.BE



### PERGOTENDA in hout of aluminium

- Complete terrasoverkapping
- Windvast en regenvast
- Volledige afwerking met ramen, vloeren, ...



### VN-PLU parasols

- Vrijhangende parasols
- Leverbaar met verlichting, verwarming, audio



### CAFÉ AU LÄ windschermen

- Telescopische op en neer beweegbare windschermen
- Tot 210 cm hoogte



### TERRASVERWARMING BROMIC (GAS OF ELEKTRISCH)

- Exclusieve designtoestellen
- Keuze uit verschillende types en vermogens
- Gastoestel volledig in inox en glas (7 tot 12 KW)
- Elektrisch van 2.000 watt tot en met 6.000 watt



# VOOR IEDEREEN DIE ALS PROFESSIONAL REKENT OP PROFESSIONEEL ADVIES.

Van sommelier tot visspecialist:  
onze chefs begrijpen jou en  
verstaan hun vak. Jij & Metro.

→ | P.8



→ | GETAPT |

## BIERNIEUWS

DOOR HANS BOMBEKE

### BESTE CAFÉ TER WERELD?



Het was groot nieuws in de 'ernstige' pers: het beste café (In De Verzekering tegen De Grote Dorst) ter wereld staat in Eizeringen, een onooglijk dorpje in de buurt van Lennik (Vlaams-Brabant). Natuurlijk zijn we bijzonder fier op deze zoveelste keer dat een van onze horecazaken tot de beste ter wereld bekroond worden. Maar laat ons, als vaandeldragers van onze sector, toch even een en ander relativeren. Ratebeer.com is een wereldwijd netwerk van bierliefhebbers die steeds en overal waar ze komen bieren, brouwerijen, cafés en restaurants punten geven. Het gaat om ondertussen vele

duizenden die hun ervaringen delen en van wie die ervaringen dan samengebracht worden. Ze zijn dus nooit allemaal overal geweest. Toegegeven, dat is natuurlijk een beetje triviaal, maar we bedoelen maar: bij dat soort nominaties is er altijd 'verkleuring'. Aan de correctheid van de bevindingen twijfelen we niet. We kennen de bierkenners als een doorgaans open maar kritisch publiek. Echter, het zal hen allicht niet storen dat het cafeetje dat nu laureaat is, alleen op zondag en bij speciale gelegenheden open. Dat het verder een ietwat uit de hand gelopen hobby betreft - met overigens alle respect voor de initiatiefnemers -, zal de buitenlandse bezoeker worst wezen. Maar in hoeverre kun je nog van een echt café spreken? Iets waar de pers zich uiteraard geen vragen bij stelt...

De andere inlandse genomineerden kunnen we gelukkig wel tot

de 'reguliere' horeca rekenen: Kulminator (Antwerpen), Moeder Lambic Fontainas en Saint Gilles (Brussel) en 't Brugs Beertje. Bij de restaurants vinden we De Heeren van Liedekercke (Denderleeuw) terug, naast Nüetnienegough en Le Bier Circus (Brussel), Restaurant Drie Fontein (Beersel) en Bierbrouwerij Cambrinus (Brugge).

Vermelden we nog dat de bescheiden lambiekbrouwerij 3 Fontein tot op twee na beste brouwerij van de wereld werd uitgeroepen. Bij de brouwerijen vinden we nog de Struise Brouwers (Woesten, West-Vlaanderen), Alvinne (Moen, West-Vlaanderen) en Cantillon (Brussel).

Ongeacht de kritische noot is het een goede zaak: ons land blijft het niet alleen op het vlak van bier, maar ook op het vlak van bierspecialiteiten goed doen, zelfs bij de wereldtop behoren. En daar hebben ons toerisme en onze horeca alle baat bij!

### MAAND VAN DE HOPSCHEUTEN IN EN OM POPERINGE



Sinds mensenheugenis is Poperinge het centrum van de Vlaamse hopteelt. Ondanks dat in de streek Aalst-Asse initiatieven genomen worden om deze delicate teelt nieuw leven in te blazen, blijft Poperinge de hoptreek bij uitstek. Niet alleen zorgt deze slingerplant voor het 'groene goud' van onze brouwers, maar ook voor een uitgelezen gastronomische delicatessen: hopscheuten. In het Poperinge zijn er van de 19 hopteenten nog 9 die zich (ook) op hopscheuten toelagen. Overigens is Poperinge de enige Europese regio waar hopscheuten in verwarmde serres worden geteeld. Deze manier van werken zorgt ervoor dat de eerste hopscheuten al in december geoogst kunnen worden, en dat

daarmee de oogsttijd tot vier maanden verlengd werd. Hopscheuten uit volle grond worden immers pas in de periode eind februari-half maart geoogst.

Uiteraard wil de stad op toeristisch vlak volop inzetten op dit gastronomische hoogstandje en organiseert ze samen met Horeca Poperinge sinds 2008 een evenement dat deze voorjaarsgroente in de schijnwerpers zet. Van half februari tot einde maart serveren niet minder dan elf chefs hopscheuten volgens eigen invalshoeken. Deelnemers en verdere informatie vindt u op → [www.hopscheuten.be](http://www.hopscheuten.be). Maar ook daarnaast is er rond de hopscheuten een en ander te beleven. Zo kun je met een groep inschrijven op het 'Culinair doe-het-zelf Atelier' waarbij je zelf aan de slag gaat: enerzijds ga je zelf hopscheuten oogsten, om ze vervolgens samen klaar te maken. Bovendien wordt op vier verschillende dagen een Hopscheutenhappening voorgesteld waarbij je, naast verschillende toelichtingen over

hop en hopscheuten, uiteraard ook hopscheuten in verschillende toepassingen kunt proeven. In de namiddag staat dan een stadswandeling op het programma, met bezoek aan verschillende streekproducenten die werken met hop(-scheuten).

Voor wie tot aan de hooftijd in september het nodige over hop wil bijleren, raden we graag een bezoek aan de bezoekboerderijen aan. Vanaf het ogenblik dat de hop begint te schieten (ong. maart) is er steeds van alles te zien op en rond de hopteenten. Enkele telers zijn graag bereid u wegwijs te maken in de jaarcyclus van deze boeiende plant. Ga eens langs bij 't Hoppecruyt in Proven (→ [www.hoppecruyt.be](http://www.hoppecruyt.be)) of bij familie Lemahieu (057/33 36 68) in Vleteren. Ze vertellen u alles over de snelst groeiende plant ter wereld.

Meer info: Toerisme Poperinge, Eva Bouve: [eva.bouve@poperinge.be](mailto:eva.bouve@poperinge.be)

### ONLINE-BOOKINGTOOL BIEDT BIERBELEVINGEN AAN

Toerisme Vlaanderen gaat een online-bookingtool integreren in haar website voor activiteiten m.b.t. onze biercultuur. Zo zet Toerisme Vlaanderen het toeristische aanbod over bier sterker in de kijker en stimuleert het de individuele toerist om op bierverkenning te gaan.

De tool werd op initiatief van Toerisme Vlaanderen ontwikkeld door Stardekk. Individuele toeristen, en touroperatoren kunnen er gemakkelijk hun weg mee vinden naar het rijke aanbod rond bierbelevingen (brouwerijen, proeverijen, workshops, musea...) in Vlaanderen en Brussel. De tool is geïntegreerd op de internationale consumentenwebsite → [www.visitflanders.com](http://www.visitflanders.com). Ook de lokale toeristische organisaties, zoals provincies en steden, zullen de

beer booking tool opnemen in hun communicatie.

Brouwerijen, musea en horecazaken hebben zo een unieke tool om hun bierbeleving bekend en 'bookbaar' te maken. De tool voorziet niet in restaurant- en hotelreservaties, wel in een overzicht en participatie-aanbod over alle activiteiten rond Belgisch bier. De bookingtool geldt dus uitsluitend voor de bierbeleving. De tool is in eerste instantie gemaakt voor (brouwerij) bezoeken en bieractiviteiten die een zekere groepsgrootte vergen om economisch verantwoord te zijn. Het laat aanbieders namelijk toe om met de tool bepaalde time slots te creëren, te beheren en open te stellen voor het publiek zodat groepen gevormd kunnen worden op basis van individuele aanvragen.

Voordelen van de tool:

- De boekingen van bezoekers verlopen volledig geautomatiseerd.
- U kunt zelf uw beschikbaarheid bepalen.
- U kunt alle boekingen eenvoudig opvolgen in één systeem.
- Toerisme Vlaanderen ondersteunt en promoot deze tool via zijn internationale netwerk, newsletters en sociale media en genereert en op die manier extra visibiliteit voor uw aanbod.

Brouwerijen, biermusea en horecazaken die bierproeverijen of begeleide avonden organiseren, kunnen meer info krijgen en zich inschrijven op de tool via het contactformulier van Stardekk: → [www.stardekk.com/nl/contact](http://www.stardekk.com/nl/contact). De kostprijs voor deze tool bedraagt 100 euro per jaar

→ [www.visitflanders.com](http://www.visitflanders.com)

**YOU & METRO**





# TOPBAAN BIJ SUPERRIJKEN



Vincent Vermeulen

Het zijn meestal gefortuneerde families of staatsmannen die een butler in huis nemen. Een butler is het visitekaartje van het huis, hij of zij organiseert alle praktische zaken waarvoor de man noch de vrouw des huizes tijd heeft. Is dit werk een privilege en wordt de butler als gelijke beschouwd of is hij/zij slechts een veredelde slaaf?

huishoudelijk personeel, treedt op als persoonlijk assistent van de leden van de familie en neemt uitvoerende taken op zich."

De taken zijn zeer divers en kunnen variëren naargelang de familie waarvoor men werkt, van het tijdig ophalen van de kinderen, over het reserveren van een privévliegtuig tot het bereiden van

directeur van de School for Butlers. "Het is een zware opoffering, maar je verdient het niet alleen in geld terug maar ook in levenservaring."

## HOEVEEL VERDIENT EEN BUTLER?

Zo kan een butler tussen de 50.000 à 120.000 euro per jaar verdienen, naargelang zijn ervaring. Vaak hebben de allerrijksten onder ons niet één verblijf, maar meerdere en meestal verspreid over alle hoeken van de wereld. Het is aan de butler om ervoor te zorgen dat alles in orde is in elk verblijf vooraleer de gastheer aankomt. Het wordt beter betaald dan een standaardhorecajob, maar is

*Vincent Vermeulen: 'Butler zijn is een zware opoffering, maar je verdient het niet alleen in geld terug maar ook in levenservaring'*

het te duur voor de werkgever? "Nee, integendeel, het brengt hen geld op", aldus Vermeulen, "want stel je voor dat meneer zelf zijn kleren en eten moet organiseren, zijn kinderen moet gaan halen en noem maar op. Op het niveau van onze klanten is dat niet meer denkbaar. Een nettobedrag van 3.000, 5.000 of 6.000 euro per maand is voor deze gezinnen slechts een kleine bijdrage om zich professioneel te laten omringen en om hun huishoudens professioneel te runnen."



maaltijden. "Het is een job met veel verantwoordelijkheden en veel tijd voor een privéleven blijft er dan ook niet over", aldus Vermeulen.

## ZELFOPOFFERING VERSUS LEVENSERVARING

Butler worden is een beslissing die men niet licht moet nemen. Men moet namelijk 24 uur op 24 en 7 dagen op 7 beschikbaar zijn. Een keuze die je hele leven kan veranderen, maar een job die je naar alle hoeken van de wereld kan brengen. "Nieuwe rijken uit de Arabische wereld, China en Rusland zijn dol op butlers die opgeleid zijn naar het Engelse model", vertelt de



"Hiërarchie is er steeds, dat moet men niet ontkennen", zegt oprichter van de School for Butlers and Hospitality, Vincent Vermeulen. "Butlers worden niet als gelijken beschouwd, maar ook zeker niet als slaven. De ouderwetse butler die achter zijn meesters loopt met een zilveren schaal, is voorbij. Als butler maak je deel uit van een gezin, je maakt geboortes, sterftes, scheidingen... mee. Butlers zijn vaak de rechterhand van de heer of vrouw des huizes, zonder ons zou het huishouden vaak in duigen vallen. Een butler geeft leiding aan het



## DE WITTE LIETAER

COMPETENCE IN LINEN

**HORECATEL**  
6-9/03/2016  
Wallonie Expo  
Marche-en-Famenne

**YOUR PARTNER IN CUSTOM MADE HOSPITALITY INTERIORS**  
Badlinnen • Bedlinnen en toebehoren • Tafel- en keuklinnen  
Boxsprings en matrassen • Interieurtextiel  
[WWW.DWL.BE](http://WWW.DWL.BE)

krijgen we 50 à 60 aanvragen binnen. De helft daarvan zijn nieuwsgierige mensen, de rest wordt gescreend." Uiteindelijk worden er slechts 10 kandidaten per sessie toegelaten. Op basis van welke criteria worden ze uitgekozen? "De houding en uitstraling zijn belangrijk. Als je naar een interview komt in gescheurde jeans en sportschoenen, dan stellen we ons toch al een paar vragen. Ervaring, leeftijd, taal, geslacht... dat is allemaal minder belangrijk." Veertig procent van de kandidaten zijn vrouwen. Er kan moeilijk een profiel geplakt worden op de gemiddelde student. "De motivatie en de persoonlijkheid zijn vooral belangrijk. Mensen met oog voor detail, mensen die er echt voor willen gaan. Die zoeken we", besluit Vermeulen.

→ [www.schoolforbutlers.com](http://www.schoolforbutlers.com)

## Caroline Du Four



## UITSTRALING

Om het veeleisende beroep van butler te kunnen uitoefenen, is een ver doorgedreven opleiding voorzien. De cursus duurt vier weken en kost 6.980 euro. Vermeulen: "Per sessie

## BUTLERSCHOOL OPENT FILIAAL IN LONDEN

De School for Butlers and Hospitality opent een Londens filiaal. Groot-Brittannië wordt beschouwd als de bakermat voor butlers. Toch is er interesse in de Belgische knowhow omdat de talenkennis en flexibiliteit van de Belgen over het Kanaal geldt als een ware troef. De Belgische Butlerschool waagt het er dus op de Britse markt in te palmen. De school werd opgericht in 2013 en heeft al meer dan 40 butlers opgeleid voor zowel Belgische als buitenlandse families. De school heeft ook afspraken met luxeautomerken en -yachts en vijfsterrenhotels.

# ZO GEZEGD

*"Koken is de ideale sociale ladder, ongeacht de achtergrond. Iedereen kan starten als een commis en uitgroeien tot een succesvolle chef. Als je maar hard wil werken."*

**Alain Ducasse in *The Independent*.**

*"Doorzetten, doorzetten en nog eens doorzetten. Dat is het sleutelwoord in ons métier. En daarnaast is de passie voor het koken even belangrijk als vakbekwaamheid."*

[...]

*"Wat ik zo waardeer aan jullie gastronomie, is dat ze zo herkenbaar is en dat chefs consequent met kwaliteitsproducten werken."*

**Paul Bocuse in *Culinaire Ambiance*.**

*"Eten, koken, proeven, het is voor mij geen dagelijkse behoefte maar een onophoudelijke ontdekkingsstocht. Telkens maar op zoek gaan naar nieuwe smaken en texturen. Zowel thuis in de keuken als op restaurant. Zo werd 'op restaurant gaan' een hobby."*

**Foodblogger Kris Herrijgers in *Food bloggers voor food lovers*.**



# VISION 2016 INSPIREERT EN DAAGT UIT



© FlorisHeuer

Eind januari organiseerden Leaders Club België en Food Inspiration België Vision 2016 een inspiratiedag voor horecaondernemers. Onder de naam S-amen kwamen trendwatchers en ondernemers de toekomst en inspirerende concepten demonstreren aan 400 grote spelers uit de sector. Moderator Arjan de Boer van Food Inspiration maakte van S-amen een netwerkmoment van samenwerken met partners, collega's en klanten.

Heeft gastronomisch tafelen afgedaan en werken we niet langer meer met plezier een gastronomisch viergangenmenu naar binnen? Natuurlijk loopt het zo'n vaart niet. Het luxerestaurant blijft bestaan, maar daarnaast breken concepten door waar het snel, eenvoudig en niet duur moet zijn. Tijdens Vision2016 bleek eens te meer dat comfort food en fast casual de nieuwe trendsetters zijn. Wim Ballieu (Balls & Glory) heeft verschillende gehaktballenrestaurants in België en heeft nu de ogen op Nederland gericht. Jeroen Meus (Würst) doet het met worsten en David Claeys met hamburgers (Ellis Gourmet Burger) en sinds kort met pizza's met een Belgische toets (Otomat), met Duvel-gist in het deeg en Belgische ingrediënten als topping. Ook de catering gaat die toer op, bewijst Nederlander Jord Althuisen (Smokey Goodness), die barbecue etalleert op feestjes en events en steeds vaker de grens moet oversteken op vraag van Belgische klanten.

## GEZOND EN EIGEN KWEEK

Ook gezond doet het goed. Eric de Wagenaere (Coeur d'Artichaut) en Paul Florizoone (vegetarische restaurants Greenway) hebben een hart voor gezonde voeding en gunden een blik op hoe samenwerken in de sector.

De opvolging van de Belgische keizer van de chocolade Dominique Persoone lijkt verzekerd. Zijn zoon Julius volgt Ter Groene Poorte. Dominique heeft iets met bijtjes en honing, Julius met tomaten. Hij is actief bezig met het telen van zijn eigen tomaten.

Uit politieke hoek kwam Bart Tommelein, staatssecretaris voor

de Bestrijding van Sociale Fraude, zijn visie op een witte én rendabele horeca toelichten.

## TRENDWATCHERS

Geen blik op de toekomst van de horeca zonder trendwatchers. Tom Palmaerts (Trendwolves) en Herman Konings kijken al jaren met een kritische blik naar onze samenleving en alle processen en trends die daarin ontwikkelen. Tegelijkertijd voorspellen ze hoe ondernemers daar optimaal kunnen op inspelen.

**Tom Palmaerts** focust zich op de jongerencultuur of liever –culturen, want hij denkt liever in een cumulatieve vorm. Zo heeft hij het niet over de toekomst maar over futures. Er bestaat niet zoiets als één toekomstvisie. "En als je de toekomst dan al eens goed voorspelt, dan loopt het vaak fout met de timing. Vaak klopt het toekomstbeeld sneller aan de deur dan verwacht. Iedereen heeft nu de mond vol van technologie, maar niet alleen de technologie zal de toekomst bepalen, vooral de mensen en de cultuur."

## 'De toekomst is radicaal en onverwacht'

Palmaerts nodigt ondernemers uit om anders te denken, het mag gerust raw, dirty en ugly zijn. De futures zijn kleurrijk, psychedelisch en mindful mindfucking. "De Generation Y (tussen 25 en 35) die opgevoed is in een warme omgeving met vertrouwen dat alles mogelijk is, komt als volwassenen terecht in een wereld waar ze geen vat op hebben. Thuis op de sofa naar televisieprogramma's kijken biedt geen soelaas. Om iets te betekenen in dit leven moet je uit je kot komen. De jonge generatie (Generation Z) heeft dat goed begrepen. Zij zoeken niet langer naar een thuisgevoel maar naar een belevenis. De futures zijn dus radicaal en onverwacht. Dat kan gaan over op de top van je carrière de zaak stop te zetten (In de Wulf, Noma) tot dollen met de klanten. Een lift die niet naar de verdieping gaat waarvan je de knop indrukt, stoelen die niet te comfortabel zijn en zo aanzetten om te bewegen..."



Bart Tommelein

**Herman Konings** vat de toekomst samen als fear, uncertainty, doubt, greed. Hoe die negatieve gedachten omzetten in iets positiefs? "Door anders om te gaan met die gevoelens en ze aan te wenden om iets uit de grond te stampen."

## ANTROPOCENE GEDACHTEN

Al gehoord van antropocene gedachten? De mens als meerdere van de natuur. Klinkt onheilspellend, want voorbode van allerlei ongewenste manipulaties. "Maar je kunt de natuur ook positief manipuleren: een bacterie inzetten die afval opeet, biofuel, ongebruikte locaties exploiteren om eetbare dingen te kweken of te telen, ondergronds of in de oceaan. In de VS is er zelfs een project om oude metrostellen in zee te dumpen om vissen een goede biotoop te geven."

## ALGO-ALLERGIE

We tellen alles tegenwoordig. Algoritmen zijn overal, de wereld draait op een algo-allergie. Beangstigend voor sommigen, maar het biedt ook mogelijkheden. "De People Counter telt menselijke bewegingen in uw zaak. Zo kunt u duidelijk zien wanneer het het meest of minst druk is en uw personeelsbeleid daarop afstemmen. Maar push-berichten op Facebook, Spotify en Netflix maken de aha-erlebnis kapot, serendipiteit (het vinden van dingen waar je niet op zoek naar wa) valt weg.

Ten slotte hameren Tom Palmaerts en Herman Konings erop om geen aanspraak te maken op authenticiteit als het louter om een marketingstrategie gaat. Konings noemt het authenticiteitsacné. Haägen-Dazs dat in de VS met een promotiefilmpje komt aanzetten met een nation wide ambachtelijk ijs krijgt meteen de wind van voren. Consumenten geloven dat niet meer. Authenticiteit moet radicaler worden.

→ [www.foodinspiration.be](http://www.foodinspiration.be)  
→ [www.leadersclub.be](http://www.leadersclub.be)

## Katia Belloy



Tom Palmaerts



Arjan de Boer



Julius en Dominique Persoone



Herman Konings



Wim Ballieu en Paul Florizoone



Met kinderen op restaurant gaan is soms een heel avontuur. We weten nooit vooraf of ze rustig of druk gaan zijn en een restaurant is er niet altijd op voorzien. In de serie 'Kinderen klant' geven we u tips om uw restaurant (of café, of hotel...) kindvriendelijk te maken. Kindvriendelijk wil niet zeggen dat u een kinderrestaurant moet zijn waar kinderen baas zijn, wel waar kinderen als klant behandeld worden. Kindvriendelijk betekent dat u oog hebt voor de specifieke noden voor kinderen. Baby's kunnen bij u handig verschoond worden. Er zijn veilige en propere kinderstoelen voorhanden. Er is een kindermenu waar meer op staat dan curryworst of fish sticks. En vooral: kinderen worden niet buiten gekeken.

# CREËER EEN LEUKE SPEELOMGEVING MAAR BOUW VOLDOENDE VEILIGHEID IN

Wanneer we een uitstap plannen met het gezin, is het belangrijk dat de kinderen voldoende speelmodaliteiten voorhanden hebben of in elk geval gestimuleerd worden om te spelen of op ontdekkingstocht te gaan. Als ouder wil je niets liever dan dat je kind zich amuseert. Maar vooraleer je met een gerust gemoed je kind vrijlaat, is het essentieel te weten dat dit in een veilige omgeving kan. In onze serie 'Kinderen Klant' staan we stil bij de veiligheidsnormen omtrent speelterreinen en ontspanningsruimtes.

Een binnenspeeltuin of ontspanningshoek, trampolines, glijbanen en luchtkastelen: meer en meer horecazaken spelen in op het

bezoek van families met kinderen. Deze infrastructuur brengt uiteraard de nodige veiligheidsvoorschriften met zich mee. Licht u dus op voorhand goed in en denk na hoe u dit het best kunt implementeren in uw zaak. Want ook hier geldt: kwaliteit boven kwantiteit.

## VEILIGE OMGEVING EN INFRASTRUCTUUR

We willen kinderen absoluut niet beknotten in hun vrijheid. Integendeel, maar net als met de gezondheid is het beter te vermijden dan te genezen. Daarbij zijn er bepaalde zaken die extra aandacht verdienen zoals trappen, leuningen, losstaande voorwerpen, openstaande ramen en deuren. Zorg ervoor dat die op maat van kinderen zijn. Net zoals stopcontacten beveiligd moeten

zijn voor de allerkleinsten. Voor kinderen is het ook belangrijk dat bezienswaardigheden of attracties aangebracht zijn op lagere niveaus zodat ze een duidelijke inkijk hebben. Nieuwe ontwikkelingen zoals een ingebouwde trampoline en goed onderhouden toestellen met een zachte ondergrond creëren mee een veilige en attractieve speelomgeving. Zo bestaan er rubber- en zelfs kunstgrasstelegels voorzien van een valdempende onderlaag. Kunstgras heeft als voordeel dat het ook geschikt is voor buiten en slijtvast is.

## INFORMEREN EN TOEZICHT

Naast het verwelkomen van kinderen kunt u hen ook een rondleiding geven en op een positieve en ludieke manier duidelijk maken waar ze op moeten letten en wat kan of niet



kan. Zo zijn ze vooraf goed ingelicht en bovendien geeft u aan de ouders meteen de boodschap mee dat uw zaak veiligheid hoog in het vaandel draagt. Dat schept vertrouwen en helpt iedereen beter te ontspannen.

Indien mogelijk kunt u in deze ruimtes iemand (af en toe) toezicht laten houden. Een veilige omgeving zorgt voor tevreden klanten...

**Sam Paret**

# VOOR WIE DOL IS OP ARDENSE AUTHENTICITEIT AUX ECURIES DE LA REINE, ONTSPANNING VOOR JONG EN OUD



Het leven maakt soms gekke sprongen. Toen Lorenzo van Eyken uit Tremelo voor de eerste maal naar Stoumont op vakantie ging, had hij snel de smaak te pakken. Het eenvoudige leven te midden van een mooie natuur sprak hem aan. De bezoeken werden herhaald en op hun vaste stek ontstonden vriendschappen. Dat hij er een brasserie en vakantiepark zou openen die vandaag hun 20-jarige bestaan vieren, hield hij toen zelf niet voor mogelijk. Aux Ecuries de la Reine is intussen een begrip in de regio. Het staat voor genieten van eenvoudige dingen. Een formule die aanslaat, zowel bij jong als bij oud.

Toen Lorenzo van Eyken en zijn toenmalige partner aan hun avontuur begonnen, hadden ze weinig ervaring in het horecaleven. Lorenzo komt

uit de immobiëlesector en zag met het gebouw eerder daar een opportuniteit. Hij renoveerde het verouderde maar karaktervolle pand en zocht iemand die zijn visie deelde om er een sympathieke brasserie uit te baten. Toen bleek dat hij die niet meteen vond, besloot hij zelf de sprong te wagen. Stap voor stap werd het domein uitgebreid.

Een grote troef is zonder twijfel de Ardense authenticiteit van de streek, gecombineerd met een strategisch goede ligging. Lorenzo van Eyken: "Wij hebben uiteraard veel wielertoeristen. We liggen op het parcours van de wielerklassieker Luik-Bastenaken-Luik en tal van andere wedstrijden. Hier op een boogscheut van heb je legendarische hellingen als de Stocke, la Redoute en de Rosier. Dat trekt vele wielervrienden naar de streek. Greg Van Avermaet is overigens

klant bij ons en intussen een goede kennis. Ook het circuit van Spa-Francorchamps en de thermen zijn niet veraf en vele families met kinderen komen bij ons voor een bezoek aan Plopsa Coö in Stavelot."

## PARADIJS VOOR KINDEREN

Een gevarieerd publiek zorgt ervoor dat je je daaraan aanpast. Lorenzo kende de streek voor hij van start ging en wist dus wat er ontbrak. Vandaar de keuze om naast de brasserie Le Vert de Pommier eveneens in te zetten op vakantiewoningen waar iedereen zich thuis kan voelen. Voor de kinderen is Aux Ecuries de la Reine een waar paradijs: het domein biedt tal van ontspanningsmogelijkheden zoals een speeltuin, tafeltennis, vogelpik, een verwarmd openluchtzwembad, badminton, luchtkasteel, trampoline en petanque naast het restaurant. Binnen zijn er gezelschapsspelen en kinderfilms beschikbaar. Van Eyken heeft zelf kinderen en weet dus hoe hij het hen naar de zin kan maken. "Toen ik aan het avontuur begon, was er niets voor kinderen. Vandaar onze inspanningen, want we hebben niet alleen het restaurant, we bieden ook familiaal logement aan. Momenteel kijken we nog uit naar enkele



speeltoestellen om hen te laten ravotten. Maar het mag duidelijk zijn dat kinderen zich hier amuseren, zonder dat we een tweede Plopsa Coö beogen (lacht). Ik ben nu twintig jaar bezig en al die jaren had ik het plezier van veel gasten terug te zien komen. En wat mij het meeste voldoening schenkt, is dat kinderen die destijds met de ouders naar hier kwamen, nu hun eigen kinderen meebrengen."

*Als leek in het vak je weg zoeken, doe je met vallen en opstaan, hard werken en niet opgeven*

Hoewel het Aux Ecuries de la Reine en Le Vert de Pommier nu voor de wind gaat, was het allesbehalve een wandeling in het park voor Van Eyken. Als leek in het vak je weg zoeken, doe je met vallen en opstaan, hard werken en niet opgeven. Gelukkig kon hij rekenen op de steun van de buurt die blij was dat er een nieuwe en gezellige invulling kwam van de enige brasserie in het dorp. Want naast veel toeristen mag hij veel buurtbewoners ontvangen die er hun koffie komen drinken en een praatje maken. Zijn deuren staan voor iedereen open. Hij wil dat mensen zich op hun gemak voelen en genieten van eenvoudige dingen in het leven.

## LID HORECA WALLONIE

Toen zijn toenmalige partner drie jaar geleden vertrok, kwam er veel extra werk op zijn schouders terecht. Zijn lidmaatschap van Horeca Wallonie heeft hem alvast geholpen bij de administratie en het vinden van de juiste informatie.

In drukke periodes serveert Le Vert de Pommier tot 180 couverts. Om een breed publiek te behagen, bestaat de kaart uit veel seizoensgebonden en streekgebonden recepten. Nu en dan zetten ze ook klassiekers uit Vlaanderen op de kaart zoals asperges.

Aux Ecuries de la Reine beschikt over 7 kamers van 3 tot 6 personen, 6 appartementen van 2 tot 7 personen, 1 chalet van 13 personen en 6 woningen van 6 tot 11 personen. De brasserie Le Vert de Pommier heeft een zitcapaciteit van 80 personen. Het kan er dus best druk zijn. Van Eyken: "Het vraagt veel van mijn mensen, maar gelukkig kan ik rekenen op een goed team. De meesten van hen zijn hier al jaren aan de slag. Als je weinig verloop kent, moet het wel zijn dat het hier aangenaam werken is. Mijn vrije tijd spendeer ik graag met mijn kinderen. We genieten van de omgeving en hebben vaak niet veel nodig om ons te amuseren. In de regen op onze buik de helling afglijden, meer moet dat niet zijn..."

→ [www.auxecuriesdelareine.be](http://www.auxecuriesdelareine.be)

**Sam Paret**



# VERSE VIS PERFECT GEFILEEERD



Leverst uw visleverancier wat u bestelde? Controleert u dat? En is die vis vers? U denkt het wel, maar bent niet zeker. Dan moet uw team niet langer naar de vismijn in Oostende om alles te weten over vissoorten, portioneren, fileren, kwaliteit

en versheid. Vanaf nu vindt de tweedaagse opleiding ook plaats in Antwerpen en Anderlecht. Na de opleiding 'Vis - soorten & kwaliteiten, fileren & versnijden' kunt u vis beoordelen op kwaliteit, moeiteloos kuisen, fileren en versnijden.

## WAT KUNT U VERWACHTEN TIJDENS DE OPLEIDING?

Vis op maat laten fileren en portioneren door uw leverancier is een groot gemak. Toch heeft het ook enkele nadelen. Zo kunt u moeilijk de kwaliteit van de vis achterhalen en bent u ook niet zeker dat u de soort hebt gekregen die u vroeg. Tijdens de opleiding leert u:

- hoe u de versheid van vis kunt beoordelen,
- over de kenmerken van verschillende vissoorten,
- hoe u het mes hanteert,
- hoe u vis kuiset,
- rond- en platvis fileert.

## WAAR & WANNEER?

In Anderlecht: woensdag 13 april en donderdag 14 april 2016  
In Antwerpen: woensdag 11 en donderdag 12 mei 2016

## VOOR WIE ZIJN DE OPLEIDINGEN?

De opleidingen zijn gratis en enkel toegankelijk voor werknemers in de horeca (PC302). Werkgevers kunnen de opleidingen volgen als ze ook personeel inschrijven op een van de opleidingen uit het volledige opleidingsaanbod:

→ [www.fanvanhoreca.be/opleidingen/](http://www.fanvanhoreca.be/opleidingen/) werknemers.

## INSCHRIJVEN?

Surf naar → [www.fanvanhoreca.be/opleidingen/werknemers](http://www.fanvanhoreca.be/opleidingen/werknemers) en kies voor de rubriek 'Keuken en bediening'.



## OPLEIDINGSOVERZICHT 15/03 – 15/04:

Opleiding	Locatie	Datum
Gecertificeerd bierschenker	De Pinte	15/03/2016 & 22/03/2016
HACCP - Maak er werk van (basiscursus)	Antwerpen	15/03/2016
Leiding geven	Brugge	15/03/2016 & 22/03/2016
Tapas	Antwerpen	15/03/2016
Leermeester in de horeca - Basiscursus	Leuven	16/03/2016 & 23/03/2016
Barista - Level 2	Dendermonde	16/03/2016
Reputatiemanagement en beleving	Oostende	16/03/2016
Slowjuicer, Roner, Droogtoren & Smokey	Antwerpen	16/03/2016 & 23/03/2016
Theesommelier	Genk	16/03/2016 & 23/03/2016
Bar basics	Brugge	17/03/2016
Gin & Tonic	Leuven	21/03/2016
Ontbijt, van sleur tot moneymaker	Antwerpen	21/03/2016
Sushi, sashimi en maki	Genk	21/03/2016
Thermodyne - Moduline & Big Green Egg	Kuurne	21/03/2016
Goed beheer van je cafe	Gent	21/03/2016
Sprezzatura - cocktailflair & fine techniques	Antwerpen	21/03/2016
Barista - Van koffieboon tot degustatie	Boortmeerbeek	22/03/2016
Brandbestrijding - refresh	Ranst	22/03/2016
Broodjes	Antwerpen	22/03/2016
Omgaan met agressie in de horeca	Hasselt	22/03/2016
Soezen en brioches	Merelbeke	22/03/2016
Je website ontwerpen en omgaan met beoordelingssites	Oostende	23/03/2016
Optimaal verkopen aan de hotelreceptie	Gent	24/03/2016
Financieel beleid - de financiële documenten vlot begrijpen	Gent	30/03/2016 & 6/04/2016
Bar basics	Gent	11/04/2016
Barista - Level 1	Boortmeerbeek	11/04/2016
Broodjes	Genk	11/04/2016
Gepimpte klassiekers	Antwerpen	11/04/2016
HACCP - Maak er werk van (basiscursus)	Hasselt	11/04/2016
Wijn in de praktijk - een praktische kijk op de wijnen van jouw zaak	Leuven	11/04/2016 & 18/04/2016
Yieldmanagement - optimaal rendement uit elke hotelkamer	Antwerpen	11/04/2016 & 18/04/2016
Cocktails - Level 2	Leuven	12/04/2016
Excel - De handigste functies	Genk	12/04/2016
Facebook en Google plus voor beginners	Antwerpen	12/04/2016
Meer en beter verkopen in de bediening	Genk	12/04/2016
Salades	Gavere	12/04/2016
Texturen	Antwerpen	12/04/2016 & 19/04/2016
Goed beheer van je cafe	Brugge	12/04/2016
Financieel beleid - de financiële documenten vlot begrijpen	Kortrijk	13/04/2016 & 20/04/2016
Omgaan met veranderingsprocessen	Antwerpen	13/04/2016 & 20/04/2016
Pasta	Antwerpen	13/04/2016
Texturen	Merelbeke	13/04/2016 & 20/04/2016
Vis - Soorten & kwaliteiten, fileren & versnijden	Anderlecht	13/04/2016 & 14/04/2016
Bedrijfseerstehulpverlener	Gent	14/04/2016 & 19/05/2016
Facebook toepassingen /instagram, Twitter en linkedin voor beginners	Mariakerke (Gent)	14/04/2016
Word - instapmodule	Brugge	14/04/2016

Deze opleidingen zijn georganiseerd door Horeca Vorming Vlaanderen. Deze opleidingen zijn gratis toegankelijk voor werknemers uit Paritair Comité 302, en voor werkgevers wiens werknemers hier ook gebruik van maken. Meer info op [vormingvlaanderen@horeca.be](mailto:vormingvlaanderen@horeca.be) of → [www.fanvanhoreca.be](http://www.fanvanhoreca.be)

## Zummo

### Het unieke perssysteem van Zummo.

De Zummo sinaasappelpersen worden gekenmerkt door het unieke "hand made" perssysteem. Dit systeem is uniek vanwege de uitstekende smaak, het optimale rendement, de hoge kwaliteit, de betrouwbare werking, de logische bediening en de eenvoudige reiniging. Ontdek het zelf!



T +31 30 608 41 41 - M 0476 76 13 16 - [www.woertman.be](http://www.woertman.be) - [info@woertman.be](mailto:info@woertman.be)

**CRISCOL**  
FRITUUROLIE

De referentie!



HORECATEL  
2015  
Stand 4e22



s.a. Aigremont n.v.  
Fabriek de Marguerite - Margueritefabriek

s.a. Aigremont n.v. - B-4400 AWIRS-FLEMALLE  
Tel : +32 (0)4 273 71 00 - [www.aigremont.be](http://www.aigremont.be)





# OPLEIDINGEN HORECA ACADEMIE, VOORJAAR 2016



Horeca Vlaanderen biedt u, met steun van het Agentschap Ondernemen, de Horeca Academie aan. Verspreid over heel Vlaanderen brengen we kosteloze, kwaliteitsvolle opleidingen voor horecaondernemers. Het doel van deze opleidingen is het versterken van het ondernemerschap in de sector. De lesgevers zijn professionelen met een gedegen ervaring en voeling met de sector.



## OPLEIDING IN DE KIJKER:

### WAKE-UP sessie voor hotels

Tevreden toeristen zijn de beste ambassadeurs voor het uitdragen van een warm, gastvrij en open Vlaanderen. Met het initiatief 'Kwaliteit in hotels' zet Toerisme Vlaanderen, in samenwerking met Agentschap Ondernemen en Horeca Vlaanderen, specifiek in op het verhogen van de klanttevredenheid en het verbeteren van de concurrentiekracht van hotels in Vlaanderen.

De kwaliteitstoolkit voor hoteliers vindt u terug via [kwaliteit.toerismevlaanderen.be](http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be). Hoteliers vinden er nuttige instrumenten die de kwaliteit van hun service en dienstverlening verder helpen optimaliseren. Deze toolkit is dynamisch en blijft daardoor steeds up-to-date voor de snel veranderende sector.

Via dit platform kunnen hoteliers ook mystery visits aanvragen. Soms is het voor toeristische ondernemers moeilijk hun product te bekijken door de ogen van hun bezoekers. Dat is nochtans noodzakelijk om de tevredenheid van klanten te verhogen. Mystery visits leveren gerichte feedback op en geven een objectief beeld van hoe een bezoeker uw service en personeel ervaart.

De toeristische sector is constant in beweging en de toolkit moet dus ook mee evolueren met de nieuwste trends. We houden de vinger aan de pols via een task force en netwerk van partners die zich engageren om samen ondersteunend materiaal op

## HOE BIJBLIJVEN MET DE NIEUWSTE TRENDS?

De eisen en verwachtingen van de gasten zijn vaak onvoorspelbaar. U bent een speelbal op sociale media. De laatste technologische trends zijn niet meer te volgen. Het is duidelijk: de hotelsector is in volle ontwikkeling. Er verandert veel, en bovendien in hoog tempo: denk maar aan de invoering van het nieuwe logiesdecreet of de razendsnelle evolutie van sociale media als communicatie- en managementtool in de horeca.

Wil u mee zijn? Schrijf u dan in voor een van de Wake-up sessies. U krijgt er tekst en uitleg bij volgende vragen:

- Wat met Tripadvisor en andere reviewsites?
- Een nieuw logiesdecreet: Wat betekent dit voor mij?
- Wat kunt u leren van uw concurrenten?
- Hoe laat ik een nieuwe werknemer snel renderen?
- Mist u geen kamerovernachtingen?
- Benut u wat de overheid u aanbiedt?

U krijgt frisse ideeën voor uw bedrijf en u weet hoe u aan de slag kunt met al het ondersteunende materiaal uit de toolkit. Dit is een instrument ontwikkeld door Toerisme Vlaanderen ter ondersteuning van de hotelsector. U vindt er op één plek al het bestaande ondersteuningsmateriaal voor logies bij elkaar. Zo werkt u aan uw kwaliteit en verbetert u uw concurrentiepositie.

De Wake-up sessies zijn een initiatief van Toerisme Vlaanderen in samenwerking met Horeca Vlaanderen.

**Praktisch**  
Dinsdag 15 maart Antwerpen  
Maandag 21 maart Oostende  
Donderdag 28 april Gent

**Aanvang** 14 u. – Einde 17 u.

→ [www.horeca-academie.be](http://www.horeca-academie.be)



maat van de hoteliers uit te bouwen. Het netwerk staat open voor iedereen die wil meewerken aan de realisatie van deze doelstelling. Interesse om hieraan deel te nemen? Neem dan contact met Griet Geudens via [griet.geudens@toerismevlaanderen.be](mailto:griet.geudens@toerismevlaanderen.be).

### ANDERE OPLEIDINGEN VAN DE HORECA ACADEMIE

#### STORYTELLING IN UW ZAAK: WIE HET BESTE VERHAAL VERTELT WINT!

Donderdag 24 maart Leuven  
Donderdag 21 april Antwerpen  
Dinsdag 26 april Brugge

**Aanvang** 14 u. – Einde 17 u.

#### HET BELANG VAN ACHTERGRONDmuziek IN HORECA: HOE U KLANTEN BINDT (OF NET WEGJAAGT)

Woensdag 16 maart Brugge  
Maandag 11 april Leuven

**Aanvang** 14 u. – Einde 17 u.

#### ELEKTRONISCH BETAALVERKEER IN HORECA: OPTIMALISEER EN BESPAAR OP ELEKTRONISCHE BETAALVERRICHTINGEN

Dinsdag 22 maart Aalst  
Donderdag 14 april Hasselt  
Dinsdag 19 april Oostende  
Maandag 25 april Leuven

**Aanvang** 14 u. – Einde 17 u.



AGENTSCHAP ONDERNEMEN

U kunt zich inschrijven via  
→ [www.horeca-academie.be](http://www.horeca-academie.be).  
Voor meer informatie kunt u terecht bij Horeca Vlaanderen via  
02/213 40 10 of [info@horeca.be](mailto:info@horeca.be)



# IDEK



HORECA- EN INTERIEUR- INRICHTING VAN A TOT Z



KWALITEIT EN STIJL IN CONCEPT EN REALISATIE

B.v.b.a. IDEK staat samen met een eigen ontwerpteam en professionele medewerkers in voor de volledige planning, het realiseren van uw verbouwingen, het maatwerk van uw meubilair, de uitvoering van uw schrijnwerk, schilder- en decoratiewerk, verlichting, sanitair, verwarming en ventilatie.

Wij garanderen een optimaal resultaat in verhouding met het beschikbaar budget. Ook vertrekkende van bestaande plannen wordt steeds naar de beste oplossing gezocht.



[www.idek.be](http://www.idek.be)

Europaweg 35 - 9620 Zottegem  
Tel. 09/360 24 34 - GSM: 0495/22 46 30  
[idekbvba@telenet.be](mailto:idekbvba@telenet.be) - WWW.IDEK.BE



# EINDELIJK TERRASJESTIJD!

## EEN DOORDACHTTE INRICHTING LOKT EN HOUDT KLANTEN



Sommige terrassen spreken meer aan dan andere, wat resulteert in een dichtere bezetting. Wie wil nadenken over en investeren in zijn terras en klanten, kan hier zeker zijn voordeel uit halen.

Een absolute must bij terrasmeubilair is stabiliteit en veiligheid. Je kunt het jezelf gemakkelijker maken door te kiezen voor tafelonderstellen die zichzelf stabiel stellen. Zo maak je een einde aan regeldoppen en onstabiele tafels. In het verlengde van veiligheid staat een toegankelijk terras voor oudere mensen, minder mobiele mensen en rolstoelgebruikers. Parasolvoeten die in de grond zijn verwerkt, kunnen daar zeker een waardevolle rol in spelen. Een polyvalente parasolvoet met ruimte voor een gsm of zonnebril kan ook een optie zijn. Zorg ervoor dat tenminste een aantal tafels gemakkelijk bereikbaar zijn voor minder mobiele mensen en voldoende tussenruimte hebben. Dat zal er ook voor zorgen dat het personeel snel, vlot en zonder ongevallen met volle plateaus en warme schotels tussen de tafels kan laveren. Vermijd niveauverschillen en een oneffen ondergrond als kiezel, zand... Die ondergrond is niet alleen onstabiel maar bovendien moeilijk te onderhouden. Alle restjes die op de grond vallen, vermengen zich met de

kiezels of het zand en het ziet er niet uit. Een gemakkelijk te onderhouden vloer in polibeton, klinkers of tegels is een must. De klant moet ook het gevoel krijgen dat de horecazaak voor hem zorgt en hem efficiënt beschermt tegen het weer. Plastic, goedkopere materialen en parasols die snel kapot gaan of doorregenen zijn slechte reclame voor de zaak.

*Door het terras in zones op te delen, kun je verschillende klanten aantrekken op verschillende momenten van de dag*

### VERWARMING ZONDER ENIG MINPUNT

Qua verwarming spreekt een mooi vormgegeven lange golf infraroodverwarming steeds meer tot de verbeelding op het terras. Dankzij de lange golf is er geen vervelend oranje licht en is de warmte-uitstraling zeer aangenaam. Dit systeem is ook heel energiezuinig en de lampen moeten niet meer vervangen worden.

### HUISELIJK EN GEZELLIG

Veel uitbaters kiezen ervoor om de

uitstraling en sfeer van het terras zelf te bepalen, meestal in het verlengde van het interieur van de zaak zelf. Dat gebeurt onder andere door steeds meer reclame op parasols, stoelen, tafels en windschermen te weren. Zo wordt het keuzegamma voor eigen kleuren, vormen en materialen ook groter. Natuurlijke kleuren blijven wel nog steeds het meest in trek, al steken ook hevigere kleuren als terracotta, pistachegroen en pacific blue de kop op. Hybride materialen laten zich ook zien: laminaat afgewerkt met houten randen, hout behandeld met een duurzame urethaan finish, cement afgewerkt met echte steen ...



Je zag het al in het interieur, nu zet de huiselijke sfeer zich ook door op het terras. Aantrekkelijk aangeklede lange tafels en banken in natuurlijke materialen doen terugdenken aan gezellige familieavonden thuis en kunnen nu ook gereconstrueerd worden met vrienden of het gezin.

Wat parasols betreft, zet de trends naar alle-weer-parasols zich sterk door. De parasols moeten beschermen tegen de zon én tegen de regen. Dat uit zich ook in de afmetingen, aangezien grote parasols de regen beter afschermen. Oversized parasols zien er niet alleen stijlvol uit, ze beschermen ook tegen de weersomstandigheden. Zo moeten klanten niet meteen vluchten zodra het wat spettert.

### KIES NAARGELANG UW OMGEVING

Bij het kiezen van terrasmeubels kun je niet rond duurzame, gemakkelijk te onderhouden materialen. De meubels mogen ook niet te omvangrijk of te zwaar zijn (zowel voor het personeel als voor de klant), moeten zonder schade stapelbaar en comfortabel zijn, zonder al te relaxerend te zijn (toch zeker bij eetgelegenheden). Test ze zelf uit door er zelf eens in te zitten. Kies ook voor materialen die er niet meteen verweerd en versleten uitzien door slecht weer of felle zon. Wie aan de kust is gelokaliseerd, moet extra op zijn hoede zijn, aangezien zelfs geanodiseerd aluminium (normaal gezien vrij goed beschermd tegen corrosie en erosie) en roestvrijstaal regelmatig moeten worden afgewassen met zoet water. Gegoten aluminium, geweven polyethyleen en versterkte polymeren zijn stevig en weerbestendig. Teak is ook bijzonder sterk, maar moet wel geolied en vernist worden ter bescherming. Als tafel is teak minder interessant, aangezien alcohol, suiker en vet



vlekken zullen maken en de tafels kleverig zullen doen aanvoelen.

### TERRASZONES

Door je terras in zones op te delen, kun je verschillende klanten aantrekken op verschillende momenten van de dag of hen door de hele avond/dag loodsen zoals het aperitieven, dineren, nakeuvelen bij koffie en blijven hangen met een pintje. Denk bijvoorbeeld aan een loungegedeelte met zetels,

je klanten kunt vermenigvuldigen. Voorzie voldoende bedienend personeel met handterminals. Die besparen niet alleen de tijd van je klanten, maar ook van je personeel, doordat het heen en weer geloop beperkt blijft. Maak minstens 1 personeelslid verantwoordelijk voor het terras zodat alle zones er netjes en aantrekkelijk uitzien. Lig je terras dicht bij een straat, maak dan ook een deel van de straat schoon zodat



een eetgedeelte met zittafels en een lossere zone met statafels. En waarom buiten geen bar inclusief lange toog met eventuele barkruks installeren? Dit kan ook helpen om grote terrassen gezelliger te maken. Ook in open lucht kan sigarettenrook storend zijn. Houd hier rekening mee door een deel van het terras rookvrij te maken.

Durf echt te kiezen voor karakter. Dat kan bijvoorbeeld aan de hand van herkenbare kleuren, een eigen terrasinrichting, evenementen met een dj of live-optredens, een uniek dranken- en snackaanbod, gezelschapsdieren of een kleine shop waarin je verkoopt wat in de keuken wordt gebruikt (bv. olijfolie, pesto, pasta...) Een kleine oppervlakte hoeft je niet tegen te houden om het geheel aantrekkelijk te maken. Je kunt bijvoorbeeld in de hoogte werken met een verticale tuin. Om in de sfeer te blijven, kun je kiezen voor kruiden, hop, kiwi's...

### AANGEPASTE KAART

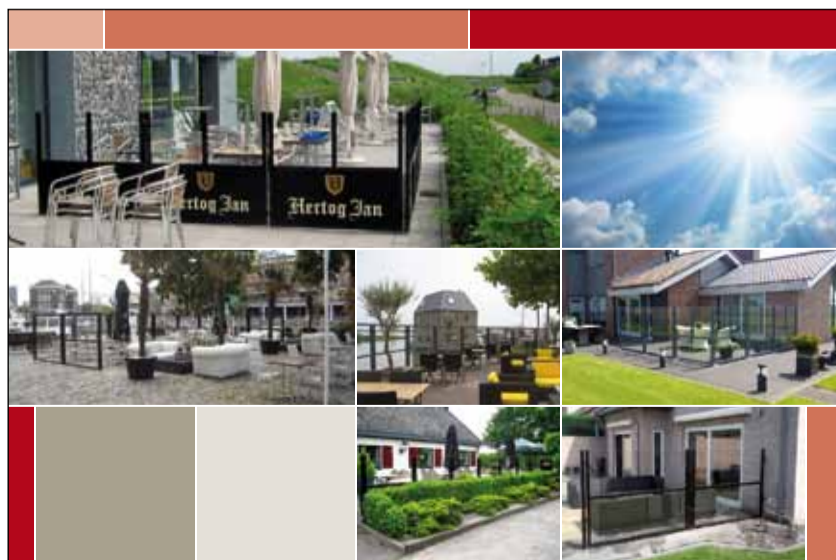
Zie een terras dus zeker als het verlengde van je zaak, en kapitaliseer in het feit dat je zo de oppervlakte en

klanten niet in een onappetijtelijke omgeving moeten lunchen of dineren.

Houd in de gaten wat goed verkoopt op het terras. Vaak zijn dat lichte drankjes, witbiertjes, biertjes met weinig of geen alcohol, cocktails (al dan niet met een laag alcoholpercentage), bijzondere frisdranken, verse limonades, ijskoffies, ice teas, fruitsappen, suikervrije dranken... Deze bestsellers kun je in de verf zetten of promoten bij de dagfavorieten. In een ijssemmer kunnen verschillende biertjes gekoeld blijven, waardoor klanten sneller bediend zijn. Aan een tafel bierliefhebbers kun je de bierflessen van 75 cl zeker ook promoten.

Serveer, indien mogelijk, zeker ook maaltijden op het terras. Kan dat niet, ga dan na of tapas, soep of snacks lucratieve opties zijn. Je kunt de bestelopties op het terras beperkt maar toch interessant houden door verschillende gerechten te laten roteren.

**Lore D'hont**



**ALU-SCHERMEN.EU**  
TERRASBOUW

**Van Oers Group BVBA**

Rijkmakerlaan 5  
2910 Essen  
www.alu-schermen.eu  
info@alu-schermen.eu



# UW ZAAK IN DE KIJKER

Horeca beweegt. Moet bewegen: een nieuwe zaak, een nieuwe inrichting, een origineel thema... vele redenen zijn goed om uw zaak in de kijker te zetten. Voor onze leden, die weten wat professioneel horecamanagement is, reserveren wij daarom graag ruimte in deze krant. Mail of stuur per post uw nieuwe projecten en wij selecteren er de meest innoverende uit.

## L'AVENIDA, GREAT FOOD ON SMALL DISHES

Vindt u het vaak zo moeilijk om te kiezen tussen al die lekkere gerechten op restaurant? Bij L'Avenida in Hasselt heeft men daar een oplossing op gevonden. Je betaalt een vast bedrag om een bepaalde tijd in het restaurant te vertoeven en de kleine hapjes passeren voor uw neus en u neemt er zoveel u wenst. Zowel voor lunch (30 euro) als voor diner (35 euro) kan men een uur lang bordjes à volonté kiezen. Voor de echte lekkerbekken is er 's avonds en op feestdagen ook een formule van twee uur voor 50 euro. Dranken (frisdrank en water, wijn, pils, koffie, prosecco) zijn in de prijs inbegrepen. De hapjes worden op een lopende band geplaatst waarrond de gasten plaatsnemen.

### Zaakvoerder Patrick Vandebosch:

"We wilden het zo eenvoudig mogelijk houden en toch kwalitatief hoogstaand. Het zijn echt leuke hapjes en we krijgen goede commentaren van de klanten. Bijkomend voordeel is dat we besparen op personeelskosten. Er hoeven geen bestellingen opgenomen te worden en de klant bedient zichzelf."

→ [www.lavenida.be](http://www.lavenida.be)



L'Avenida

## HOTEL PRINSENHOF: BESTE KLEINE HOTEL EN HOTEL MET BESTE SERVICE

Hotel Prinsenhof heeft voor het derde jaar op rij de titel 'Beste kleine hotel van België' gekregen van Tripadvisor. De Travellers' Choice Award wordt jaarlijks toegekend op basis van ruim 250 miljoen beoordelingen op de website. Van de 1.854 reizigers die een beoordeling schreven, waren er 1.631 die het hotel uitstekend vonden.

Hotel Prinsenhof, bekroond met het Q-label, werd in 2014 en 2015 door bezoekers van de Tripadvisor-website ook al uitgeroepen als beste kleine hotel. Vandaag behaalt het Brugse hotel ook in de categorie 'Hotels met de beste service' de eerste plaats.

"We zijn zeer verheugd met deze prijs. Het is een mooie bekroning voor al het werk van het afgelopen jaar. Gastvrijheid en klantentevredenheid liggen ons na aan het hart. Het doet deugd dat onze bezoekers daar ook zo over denken.", aldus zaakvoerders **Thierry Lemahieu** en **Katrien Soenen**.

→ [www.prinsenhof.com](http://www.prinsenhof.com)

## NA 43 JAAR LATEN UITBATERS TRIO'S OVER

Luc Multael (keuken) en zijn vrouw Nancy (zaal) stonden 43 jaar aan het roer van Gentse vaste waarde restaurant Trio's, waar traditie en klantvriendelijkheid hoog in het vaandel werden gedragen. Op de kaart Gentse specialiteiten, de tafels werden gedekt met witte tafelkleden en stoffen servetten. Vele bereidingen werden nog à la minute in de zaal versneden of geserveerd. Ze waren al die jaren actief lid van Horeca Vlaanderen.

Het echtpaar nam het restaurant over van de ouders van Luc, die het op hun beurt overnamen van hun zus/schoonzus. Een familie waar de horeca dus door de aderen stroomt. Luc en Nancy werkten als tiener al in de horeca. **Luc Multael**: "We zijn voor dit vak geboren. Het contact met de klanten geeft zeer veel voldoening. Je moet dit vak met hart en ziel doen. De klanten hebben afscheid van ons genomen met cadeautjes en bloemen. Dat doet enorm veel plezier."

Het is met pijn in het hart, maar nu gaan ze genieten van hun pensioen, het familiale leven en de kleinkinderen. De overnemers, die burens zijn van Luc en Nancy, hebben er een Argentijns restaurant van gemaakt onder de naam Argenvino. Luc heeft er alle vertrouwen in en draaide nog af en toe mee in hun concept. Als gouden tip gaf hij mee om lid te worden van Horeca Vlaanderen. Argenvino zal er nog veel voordelen van ondervinden.

→ [www.argenvino.net](http://www.argenvino.net)

Hebt u ook iets nieuws te melden en bent u lid van de Federatie? Laat het ons weten. Mail: [krant@horeca.be](mailto:krant@horeca.be) adres: Anspachlaan 111/4, 1000 Brussel. Vergeet niet uw lidnummer en eventuele foto's toe te voegen.



Hotel Prinsenhof



Hotel Prinsenhof



Trio's



L'Avenida



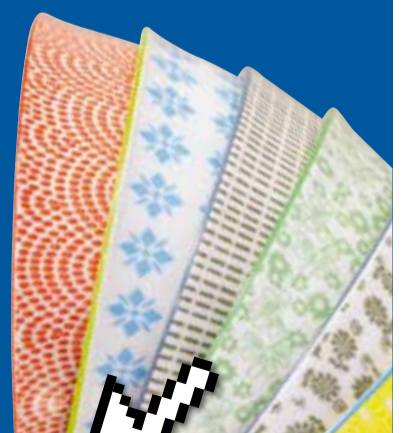
Trio's



L'Avenida



**PORSELEIN - GLASWERK - INOX - ...**  
Kwaliteit aan de beste prijs



[www.horeca-totaal.be](http://www.horeca-totaal.be)



# CLUB PROSPER MONTAGNÉ ZOEKT BESTE MAÎTRE VAN BELGIË

## STAMCAFÉ MAAKT GELUKKIG



Het goede verloop van de wedstrijd is in handen van Alain Thoon (provoost van de maîtres d'hôtel Club Prosper Montagné, ex-maître d'hôtel van Goedendag en La Villa Lorraine, zaalleerkracht in de Hotelschool Ter Duinen). Alain Thoon wordt bijgestaan door het zaalcomité: Valerio Caprini (maître d'hôtel Sea Grill), Chris Lanckriet (maître d'hôtel Comme Chez Soi), Norbert Vanmoortel (ex-maître d'hôtel Goedendag en De Snippe en zaalleerkracht in Hotelschool Ter Groene Poorte) en Cédric Wautier (maître d'hôtel La Villa Lorraine).



Vlnr. Cédric Wautier, Norbert Vanmoortel, Valerio Caprini, Alain Thoon, Joachim Boudens, Robert Van Landeghem en Chris Lanckriet.

**Gastronomische Club Prosper Montagné gaat voor het eerst op zoek naar de beste maître d'hôtel van het land. De wedstrijden voor Eerste Kok en Eerste Sommelier van België zijn al jaren een gevestigde waarde.**

Joachim Boudens, maître d'hôtel van driesterrenrestaurant Hertog Jan, is ambassadeur van het concours. Deze nieuwe wedstrijd staat open voor alle in België werkende zaalmeesters. Het doel is het beroep en de expertise van

maître d'hôtel in de schijnwerpers te plaatsen. De finale zal plaatsvinden op 3 oktober in Spermalie in Brugge. De finalist van België kan nadien als officiële vertegenwoordiger van ons land deelnemen aan internationale zaalwedstrijden.

Net zoals de wedstrijden 'Eerste Kok van België' en 'Eerste Sommelier van België' is 'Eerste Maître d'hôtel van België' erkend door de minister van Middenstand. "Dat betekent dat de titel wettelijk beschermd is en beschouwd

wordt als de hoogste professionele onderscheiding in zijn soort in België", zegt **Robert Van Landeghem**, voorzitter van Club Prosper Montagné.

### PRESELECTIE

De preselectie bestaat uit het beantwoorden van een twintigtal vragen, het schrijven van een thesis over de gastronomische aspecten van een bepaalde streek in België, het samenstellen van een restaurantkaart en het creëren van een eigen cocktail. Tijdens de finale worden de vijf finalisten beoordeeld op o.a. hun voorkomen, talenkennis en organisatietalent, hun kennis inzake de etiketteregels, het in goede banen leiden van een telefonische reservatie, de ontvangst van gasten, het correct dekken van een tafel, het aanbevelen en serveren van dranken, de vaardigheid om een menu spontaan te kunnen aanpassen, de kennis van Belgische kazen en allerhande versnijdingen.

*Het wedstrijdreglement vindt u terug op [www.club-prosper-montagne.be](http://www.club-prosper-montagne.be). De inschrijvingen lopen tot 1 juni 2016, eveneens via de website.*

**Katia Belloy**

Wie een stamcafé heeft en daar regelmatig iets gaat drinken, wordt daar beduidend gelukkiger van. Dat is de conclusie van de Universiteit van Oxford. Ze hebben meer vrienden en zijn meer tevreden met hun leven. Hoe kleiner en persoonlijker het stamcafé, hoe gelukkiger de gasten.

Uit onderzoek blijkt dat vaste klanten minder drinken dan mensen zonder een vaste stek. Het geluk is dus niet te danken aan de roes van de alcohol, wel aan de sociale contacten. Vriendschap is een van de belangrijkste factoren die invloed hebben op ons geluk. Zulke vriendschappen moet je niet virtueel onderhouden maar face-to-face. Hoe meer we online zijn, hoe minder echte vrienden we hebben.

Op café gaan en een echt gesprek voeren met mensen is dus goed voor de gezondheid. Het onderzoek wees ook uit dat bezoekers van stamcafés minder ziek zijn.

**Leo Vernimmen**

**ISPC**  
THE HORECA SPECIALIST from A to Z



## We hebben een boontje voor smaak!

Bij ISPC gaat een nieuwe dimensie van smaak voor u open.

De pittigste kazen, de heerlijkste wijnen, knapperige groentjes, sappig fruit en vlees, vis en gevogelte afkomstig uit alle uithoeken van de wereld: in ISPC maakt u kennis met een nieuwe dimensie van smaak. Laat u op sleeptouw nemen door onze specialisten ter plaatse en ontdek onze ambachtelijke streekproducten. Laat u verleiden door hun verhalen. Over hun herkomst, hun talrijke smaakcombinaties en variaties en overrompelende nuances. Onze specialisten hebben geen geheimen voor u en geven u advies op uw maat. Mogen wij ook u verrassen?





# DE VERNIEUWDE KOERS VAN NH HOTEL GROUP



De van oorsprong Spaanse hotelketen NH Hotel Group ontstond in 1978 en groeide sindsdien uit tot een wereldwijde hotelgroep met vooral vier- en vijfsterrenhotels. Van de bijna 400 hotels die de groep rijk is, liggen er elf in België. Eric Buitenhuis, regional operations director voor de Benelux, Frankrijk, Groot-Brittannië en Afrika, ontvangt ons in het pas gerenoveerde NH Collection Brussels Centre.

NH Collection Brussels Centre werd vorig jaar gerenoveerd en in september 2015 heropend. Het historische en iconische gebouw uit 1929 was altijd al een hotel. Vandaag telt het 241 kamers, vijf ruime en lichte vergaderzalen en een restaurant en terras met een adembenemend panoramisch uitzicht over Brussel. We zitten meteen volop in het segment waar NH Hotel Group voor staat: upper upscale hotels, comfortabel en luxueus.

NH Collection is het premium 'merk' van NH: vier- of vijfsterrenhotels in unieke of historische gebouwen en op de best mogelijke locatie. NH Collection Brussels Centre is het eerste NH Collection hotel in België en het 47ste wereldwijd. Naast NH Collection heeft NH Hotel Group nog drie andere brands. De NH Hotels zelf zijn drie- en viersterrenhotels in een stedelijke omgeving. Met het designmerk nhow mikt NH Hotel Group op het onconventionele: hotels die een speciale ervaring bieden, continu verrassen en nieuwe vormen van eigentijdse architectuur uitstralen. Hesperia tot slot zijn de luxueuzere vakantieplaatsen van NH Hotels, die je doorgaans in zonnige vakantiebestemmingen vindt.

## TECHNOLOGIE

Sedert 2014 pakt NH Hotel Group uit met een nieuwe visie, een nieuwe strategie en een herpositionering van zijn hotels. **Eric Buitenhuis:** "NH Hotel Group rolt sedert 2014 een strategisch vijfjarenplan uit. De keten voert op heel wat vlakken veranderingen door om de beleving van de gasten te verbeteren en naar een groeiscenario te gaan. In dat veranderingsproces is de voorbije drie jaar al 227 miljoen euro geïnvesteerd. Wereldwijd zijn al 68 hotels gerenoveerd en de

belangrijkste bestemmingen van de keten breiden voortdurend uit."

Het strategisch vijfjarenplan is ook voor de ruim 20.000 medewerkers van NH Hotel Group een mooie ontwikkeling. "Belangrijk daarbij is bijvoorbeeld het informaticasysteem. We hebben ons technisch systeem in de hotels helemaal vernieuwd: een nieuw pms-systeem, een nieuw backofficesysteem en nu maken we werk van de distributie. Vandaag speelt technologie een grote rol. Gastvrijheid wordt niet bepaald door technologie, maar ze kan wel helpen om alle systemen op elkaar af te stemmen. En die systemen zijn er uiteindelijk om de beleving voor de gasten te verbeteren. Het nieuwe IT- en reserveringssysteem zorgt ervoor dat je als gast in elk NH Hotel wordt herkend, waar ook ter wereld je incheckt. Ook ons beloningssysteem - NH Hotel Group Rewards, een incentive om de loyaliteit van de klanten te belonen - is nu geïntegreerd in ons nieuwe informatiesysteem en werkt heel performant."



## VISIE

NH Hotel Group lanceerde in 2014 bij de herpositionering van de hotels meteen ook een nieuwe visie: "Ooit, als iemand een reis naar een stad overweegt, een overnachting of een vergadering, zij het voor het plezier of voor zaken, zal hij zich altijd afvragen: Is er een NH Hotel in mijn plek van bestemming?" Aan die visie koppelt de groep meteen ook een nieuwe missie: onvergetelijke ervaringen aanreiken, trots zijn op de dienstverlening, ernaar streven om de beste te zijn, niet de grootste, iedereen is verantwoordelijk voor de resultaten, we geven om onze mensen en onze mensen geven om de gasten, we zijn actief in de gemeenschappen waarin we leven, we zijn jong van geest en we genieten van wat we doen.



Eric Buitenhuis

De ongeveer vierhonderd hotels in 29 landen zijn vooral geconcentreerd in Europa, Zuid-Amerika en Afrika. Ook in China doet NH Hotel Group dit jaar haar intrede. De elf hotels in België stellen zowat vijfhonderd mensen tewerk en ze beheren in totaal 1.600 kamers. Wereldwijd telt de groep ruim 57.000 kamers. Daarin verblijven jaarlijks ruim 16 miljoen gasten en ze worden in de watten gelegd door ruim 20.000 NH-werknemers. De meeste hotels zijn in eigendom of lease bij de groep zelf.

*'Gastvrijheid wordt niet bepaald door technologie, maar ze kan wel helpen om alle systemen op elkaar af te stemmen'*

## GEEN FRANCHISE

"Wij dragen graag zelf de verantwoordelijkheid voor wat er binnenkomt en overblijft. Franchise komt nauwelijks voor, maar wereldwijd zit ongeveer een kwart in een managementcontract. Voor de meeste NH Hotels zijn we evenwel zowel eigenaar als beheerder."

## Kunnen andere hotels aansluiten bij de groep en welke zijn dan de criteria?

"Niets is onmogelijk, maar wij bepalen dat zelf. Wij willen bijvoorbeeld graag een hotel in Antwerpen dat binnen onze portfolio past. We hebben elf hotels in België. Alleen al in het Brusselse runnen we zeven hotels met in totaal 1.200 kamers. Dat is 7% van de totale hotelmarkt in Brussel."

## Aan welke criteria zou een hotel in Antwerpen moeten voldoen?

"Het zou bij voorkeur dicht bij het centrum moeten liggen, vergelijkbaar met een van onze hotels in Brussel. En om rendabel te zijn, is 50 kamers een minimum. Een hotel met 100 tot 200 kamers zou leuk zijn. En wij zitten natuurlijk in het hotelsegment upscale en upper upscale: vier sterren of meer zijn dan toch wel een voorwaarde. We houden ons ook aan ons principe van branding: elk hotel staat voor een bepaalde keuze, een zekere look and feel. Dat is meer dan alleen maar een naam. Daar hangt een belofte aan vast. Het moet dan ook duidelijk zijn dat we natuurlijk willen investeren in hotels die ons merkenconcept ondersteunen. Hotels die daar minder goed in passen, gaan er misschien uit, maar net zo goed komen er nieuwe bij. Het plaatje moet altijd kloppen."

## SCHAALVOORDELEN

**Jullie halen ook voordelen door gezamenlijke aankopen, een gezamenlijk humanresourcesbeleid, informaticabeleid enz?**

"Dat is allemaal gecentraliseerd, maar we zijn in verschillende business units ingedeeld: Spanje, Italië, Centraal-

Europa, Zuid-Amerika en de cluster Benelux, Frankrijk, Engeland en Afrika. Elke business unit heeft zijn eigen infrastructuur en naargelang het onderdeel wordt de zaak wereldwijd gecentraliseerd, per business unit of per land. Ons IT-systeem geldt voor het hele bedrijf wereldwijd. Maar aanbestedingen, aankoop van producten en diensten wordt vaak nog per land uitgesplitst om ervoor te zorgen dat we overal precies de service krijgen die we nodig hebben. Het hele systeem wordt uiteindelijk wel samengebracht in het hoofdkwartier in Spanje. Ook voor human resources verschilt dat een beetje. Vorming en opleiding bijvoorbeeld worden centraal uitgedacht, maar lokaal in praktijk gebracht."

## De hoteldirecteuren in elk hotel zijn verplicht om de gezamenlijk aangekochte producten en diensten ook daadwerkelijk af te nemen?

"In principe wel. Dat is inherent aan onze organisatie en elk hotel doet daar normaal voordeel bij. Soms neem je een product af, maar soms heb je meer speelruimte, omdat



bijvoorbeeld alleen de leverancier geselecteerd werd. Dan heb je nog wat keuzemogelijkheid bij de afname van producten. In veel hotels werken we ook met lokale producten, zoals typische gerechten uit de omgeving. Zo sluit het aanbod van de hotels nog beter aan bij de verwachtingen van onze gasten."

Luc Vander Elst





The  
**ITALIAN**  
TEMPERAMENT  
IN OUR BREAD



**vandemoortele**  
ANNO 1899  
**Risso**  
Vinaigrette



DRESS TO IMPRESS...

LINEA  
**NEW**



**Lanterna**<sup>®</sup>  
GUSTO E TRADIZIONE ITALIANI



**BASIS**  
VINAIGRETTE  
401723

**BIESLOOK**  
VINAIGRETTE  
73000058

**THOUSAND ISLANDS**  
VINAIGRETTE  
4317

Lanterna<sup>®</sup> is een merk van **vandemoortele**

BEZOEK ONS OP

**HORECATEL**  
06-09.03.2016  
Wallonie Expo S.A.  
stand 2AB2



13-15.03.2016  
KortrijkXpo • stand 235

**TAVOLA**  
2016

**vandemoortele**

Vamix nv • Maatschappelijke zetel: Moutstraat 64, B-9000 Gent  
Commerciële dienst: Ottergemsesteenweg-Zuid 806, B-9000 Gent  
Tel. 09 240 17 41 - Fax 09 240 17 94 • [www.vandemoortelefoodservice.be](http://www.vandemoortelefoodservice.be)

[f /VANDEMOORTELEPROFESSIONAL](https://www.facebook.com/vandemoorteleprofessional)



# 'IK WIL NIET ALLEEN KOKEN, IK WIL OOK LÉVEN!'



Johan Segers

© Michael De Lausnay

"Johan Segers ('t Fornuis, Antwerpen) beheerst de klassieke keuken tot op het bot én tot op de graat. Deze vaste waarde in de Belgische gastronomie sluit geen compromissen en gaat voluit voor dagverse producten. U krijgt bij hem dus geen kaart maar wel suggesties van de dag, stuk voor stuk hommages aan de klassieke keuken." Zo luidt de mening van de inspecteurs van de Michelin-gids. Bijna 40 jaar staat Johan Segers (66) aan 't fornuis, 30 jaar draagt hij een ster. Maar van ophouden wil hij niet weten.

**Nogal wat sterrenchefs klagen steen en been of ze geven hun ster terug. Van uw generatiegenoten zijn er al heel wat gestopt...**  
"... of ze zijn dood."

**Maar u bent niet van plan te stoppen: u gaat gewoon door.**  
"Zolang ik er plezier aan heb, zolang ik er zin in heb, ga ik door. En zolang ik het kan rondkrijgen natuurlijk. Maar ik wil niet alleen koken in 't Fornuis, ik wil ook naar Kiefer gaan kijken in het Centre Pompidou in Parijs. Ik wil leven met mijn familie, ik wil samenzijn met mijn vrienden. Misschien is dat wel de reden dat ik het zo lang en met volle goesting volhoud."

**Heel wat sterrenchefs krijgen de zaken niet meer rond, draaien met verlies. U horen we niet klagen.**  
"Dat het moeilijker dan vroeger is, dat is een feit. De loonkost is zeer belastend en in de horeca heb je nu

eenmaal altijd handen en mensen nodig. Voor bepaalde types van keukens heb je veel handelingen nodig, en dat betekent een hogere kostprijs en een hogere verkoopprijs. Op dat punt moet je de juiste balans vinden. Ik versta heel goed dat sommige collega's het niet makkelijk hebben. Ik heb het geluk dat het restaurant onze eigendom is, dat we niet hoeven af te betalen, dat we een stevige basis hebben. Ik hoef ook geen rijkdom, in de betekenis van geld. Rijkdom zit voor mij in andere waarden: het samenwerken met een team, het omgaan met mensen. Elke dag krijg ik toffe mensen over de vloer met wie het fijn is om een gesprek te voeren. Dat is voor mij rijkdom. We draaien moeilijke uren, geven enorm veel in onze stiel, maar we krijgen er ook veel voor terug."

*'De loonkost is zeer belastend en in de horeca heb je nu eenmaal altijd handen en mensen nodig'*

**Een stevige basis en het juiste evenwicht vormen dus een sine qua non om te slagen?**

"Dat denk ik wel. Zoals in de keukens: met een goede fond en een evenwichtig recept, sta je al een heel eind ver. Wij hebben stap voor stap de zaak opgebouwd vanuit een duidelijke culinaire visie die al die jaren quasi dezelfde is gebleven. Ik ben alleen

wat fanatieker geworden (lacht). We hebben er ook steeds naar gestreefd een evenwicht te vinden en te bewaren, een evenwicht ook tussen werk en privé. Wij sluiten de zaak zaterdag en zondag. Als je 41 jaar getrouwd wil blijven, dan moet je ruimte laten voor je familie."

**In al die jaren is er wel veel veranderd: de boeken, de tv-programma's... Toch hebt u ook niet aan die verleiding kunnen weerstaan.**

"Ja, maar toch. Ik denk dat ik 30 jaar bezig was toen ik een boek realiseerde, samen met mijn vriend Dirk De Prins. En als ik met een tv-programma ben begonnen, was dat omdat ik iets wou vertellen, mijn respect en mijn passie voor het goede product wou meegeven, iets wou wakker maken. Ik zie dingen, ik wil weten wat er allemaal rondom mij gebeurt. Als je in de vismijn die oude vissersboten ziet liggen waarmee ze op zee gaan, dan besef je hoeveel schade ze daarmee aanbrengen aan de zee, aan de natuur. Ik vind dat je daar als chef vragen mag bij stellen. Neem nu een varken, zo'n intelligent en fantastisch dier, dat je in de keuken bovendien voor 100 procent kunt gebruiken. Als dat dier goed behandeld en graag gezien wordt, dan is dat vlees twee keer zo lekker. Maar als je dan vaststelt dat varkensboeren met verlies werken en afhankelijk zijn van subsidies, in welke sfeer werken die dan? Die discussie wou ik aan bod laten komen op tv."

**Is het dan nog mogelijk om goede producten te vinden?**

"Wij, als chefs, vinden de goede producten bij producenten die gepassioneerd met hun vak bezig zijn. Maar belangrijker is de vraag: kan het gezin nog het goede product vinden voor de keukens van alle dag. De familiale keukens is immers de belangrijkste keukens. Het moet toch een streven zijn om elke dag gezond te eten."

**Hebt u de indruk dat de druk toegenomen is voor de jonge chefs van vandaag?**

"De druk op die jonge chefs is zeker een stuk groter geworden. Ook door toedoen van de pers. Over ons werd vroeger amper geschreven. Dat is nu helemaal anders geworden. Zo sta je als chef zelf voortdurend in de belangstelling. Maar je doet er ook goed aan om jezelf als 'ik' wat weg te cijferen. Een keukens staat of valt met het team. Samenwerking is voor mij belangrijker dan het individu. Ik ben niet de man die alles weet, ik ben voor dialoog."

**Is het vanuit die redenering dat u ook al jaar en dag lid bent van Horeca Vlaanderen?**

"Inderdaad, ik geloof in de sterkte van een groep. Het is belangrijk om een platform te creëren, wil je als vereniging iets te vertellen hebben en druk kunnen uitoefenen. Wij hebben niet dezelfde sterkte als een spoorvakbond die alles lam kan leggen. Wij zijn stuk voor stuk individuele zelfstandigen. Juist daarom is het belangrijk om ondersteund te worden door een

koepelorganisatie als de Horeca Vlaanderen."

*'We draaien moeilijke uren, geven enorm veel in onze stiel, maar we krijgen er ook veel voor terug'*

**Een paar jaar geleden hebt u ook aan schaalvergroting gedaan: u opende achter de hoek een tweede restaurant, Te Kook...**

"Dat vandaag alweer gesloten is. Ik heb Antwerpen achteruit zien hinken, maar zie de jongste jaren weer vooruitgang. Ik wou een klein steentje bijdragen met een nieuw

**U zegt dat Antwerpen achterop aan het hinken was?**

"Ja. Men zegt wel dat de Antwerpenaar chauvinistisch is, maar is dat wel zo? De jongste jaren werden we voorbijgereden door steden als Gent, Kortrijk, ja zelfs Genk. Toen ik mijn eerste stappen in de horeca zette, had Antwerpen zoveel toprestaurants, je kon ze met de vingers van twee handen niet tellen. Dat had alles te maken met de aanwezigheid van een topcliënteel uit de maritieme en de diamantsector. In de haven zijn de voorbije jaren vele bedrijven verkocht en hebben nu een zetel in Singapore of elders, het diamantlandschap is grondig veranderd. Daardoor hebben vele toprestaurants klappen gekregen en zijn er vele verdwenen. De heropleving is nu wel ingezet, denk ik. Maar zoals ik al zei: we moeten chauvinistischer worden. Kijk naar Amsterdam, die stad



concept. Helaas, dat is niet gelukt. We zijn er niet in geslaagd een solide basis tot stand te brengen en hebben de stekker moeten uittrekken. Ja, mislukken is niet plezierig, maar je moet daar nuchter bij blijven. Soms voel ik me achttien, maar soms ook mijn echte leeftijd. (lacht)."

**U hebt vier kinderen. Ziet u een van hen 't Fornuis voortzetten?**

"Neen, ze volgen allemaal hun eigen weg in verschillende domeinen: marketing, boekhouding, fiscaliteit, milieu... 't Fornuis eindigt met mij. En dat vind ik niet erg. Kinderen moeten gelukkig zijn, ze moeten hun eigen leven opbouwen en niet per se in de voetsporen van hun vader treden. De kinderen moeten doen wat ze graag doen en aan hun gezin denken."

heeft mijlen voorsprong genomen, op gastronomisch gebied, ook op vlak van cultuur: het Rijksmuseum, het Van Gogh Museum het Stedelijk Museum. Wij hebben toch ook Rubens, wij hebben de kathedraal, de Zes van Antwerpen, hedendaagse kunstenaars, Sidi Larbi Cherkaoui... Het laatste grote Rubensjaar dateert echter al van 1977. Toen kwam de wereld naar Antwerpen. Maar dat is veel te lang geleden. En toch zie ik de toekomst niet somber in. Een stad evolueert in golfbewegingen. En als je beneden bent aanbeland, kun je alleen nog de weg naar boven bewandelen."

*'t Fornuis, Reyndersstraat 24, 2000 Antwerpen, tel. 03/233 62 70*

**Henk Van Nieuwenhove**





# Het beheer van uw zaak hebt u in de vingers

Prijslijsten en menu's opstellen

Beheer van bestellingen

Kassa-systeem

Betalingen ontvangen



## Alles-in-één oplossing

Worldline stelt **Resto Box** voor, de totaaloplossing voor uw horecazaak die alles op zich neemt: van de opvolging van bestellingen tot en met elektronisch betalen.



**Meer info?** Neem contact met ons op **02 723 00 03** code **S103** (ma-vr, 9 - 17 u.), surf naar [resto-box.be](http://resto-box.be) of stuur een e-mail naar [infosales@worldline.com](mailto:infosales@worldline.com)

**Horecatel**  
EN ZIJN GASTRONOMISCHE PALEIS

Ontdek onze nieuwe betaaloplossingen en **geniet uitzonderlijke beursvoorwaarden.** Breng ons een bezoek tijdens **Horecatel** van **6 tot 9 Maart** in **Marche-en-Famenne.**



**worldline**  
e-payment services

an atos company



# VROUWEN WETEN WAAROM



Sofie Vanrafelghem

**Bier louter een mannenzaak? Ach, kom nou. Bierconsulente Sofie Vanrafelghem weet wel beter en samen met haar duizenden vrouwen die het edele vocht naar waarde schatten. Voor wie er durft aan twijfelen: vrouwen zijn betere proevers! Een interview tussen pot en pint.**

**U bent vooral bekend geworden als de jongedame die brandhout maakt van een aantal clichés: dat bier een mannenzaak is, dat vrouwen enkel van zoete fruitbieren houden, dat je van bier dik wordt...**

"Ja, dat soort clichés berust op misvattingen. De voorbije jaren heb ik al voor meer dan 200 vrouwenverenigingen gesproken en dat heeft mijn visie alleen maar versterkt. Vrouwen lusten heus wel bier, van pilsbier tot speciaalbieren, en zijn bovendien zéér goede proevers. De wetenschap bevestigt dat met de vaststelling dat vrouwen circa 30 procent meer smaakpapillen hebben dan mannen. Vrouwen koken

ook vaker dan mannen en hebben een betere neus voor kruiden. Het idee dat bier dik maakt – en dat vrouwen er dus beter af kunnen blijven – is helemaal een fabeltje."

**Dat vrouwen bier kunnen proeven, dat wordt ondertussen wel aanvaard. Dat vrouwen in de geschiedenis ook een belangrijke rol hebben gespeeld in het bierbrouwen is nieuw voor mij.**

"Dat historisch feit werd inderdaad onder het stof weggemoffeld. In onze middeleeuwse steden waren het de begijnen die voor de zieken zorgden in de hospitalen. Om ervoor te zorgen dat de zieken weer op krachten kwamen, maakten zij stooftoppen klaar én brouwen zij donker bier dat rijk was

*'De interesse voor bier is een gigantische beweging die in de hele wereld opkomt'*

aan vitaminen. Brouwerij Het Anker in Mechelen heeft deze vergeten geschiedenis weer onder de aandacht gebracht. Samen met de stedelijke toeristische dienst hebben ze vanuit dat historisch verhaal een heel programma ontwikkeld rond vrouwen en bier."

**En zo kwamen ze onvermijdelijk terecht bij Sofie Vanrafelghem. U bent 33 en een autoriteit in bier. Uw opleiding liet nochtans niet vermoeden dat u zythologe en biersommelier zou worden.**



© FARMBOY-JANOPDEKAMP

"Mijn studies gingen een heel andere richting uit. Eerst heb ik een bachelor in de Rechten behaald, nadien een master in de Communicatiewetenschappen. Zoals vele studenten heb ik tijdens mijn studies bier leren kennen, maar ik had er geen vermoeden van hoeveel verschillende smaken en aroma's er zijn. Westmalle Tripel moet zowat het eerste bier geweest zijn dat mij echt een vonk gaf. Het is eigenlijk als beginnend journalist dat ik af en toe artikels over bier heb kunnen schrijven. Ik ben daar vanzelf ingerold. En zo kreeg ik de smaak te pakken en ben ik een hobbybrouwersopleiding gaan volgen bij brouwerij Alvinne in West-Vlaanderen."

**En toen ging het heel snel. U bent**

**ondertussen een internationaal gewaardeerde proever geworden.**

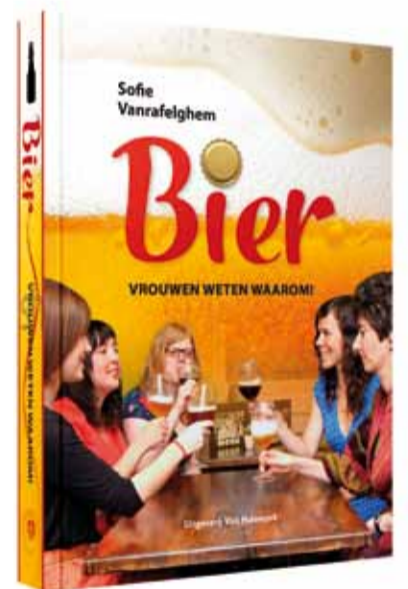
"Het afgelopen jaar werd ik uitgenodigd voor enkele belangrijke internationale biercompetities, waaronder de World Beer Cup, de meest prestigieuze wedstrijd in de wereld. Er zijn 200 juryleden, maar een veelvoud van dat aantal staat te springen om erbij te zijn. Ik beschouw het dan ook als een grote eer. Ik heb ondertussen een nieuwe uitnodiging op zak voor de Beer World Cup die in april in Philadelphia wordt gehouden."

**Denkt u dat u uw hele leven met bier zal bezig zijn?**

"Ik vind het fantastisch om te vertoeven in die wereld van gepassioneerde mensen. De interesse voor bier is een gigantische beweging die in de hele wereld opkomt. Door mijn job als bierconsulente zie ik hoe het eraan toe gaat in bars en cafés en dan weet ik ook dat er nog heel veel werk op de plank is inzake het samenstellen van een bierkaart, het opleiden van de tappers, het promoten van bier in restaurants, welk bier bij welke gerechten... Volgens mij staan we nog maar aan het begin van een geweldig avontuur. En ik denk wel dat ik me daar een heel leven zou kunnen aan wijden. (lacht)"

**En hebt u ook een geprefereerd biertje?**

"Da's een moeilijke. Er is zoveel lekkers te proeven. Er zijn vele duizenden bieren zodat het niet mogelijk is er de absolute voorkeur te geven. Het hangt ook af van het moment, van de stemming van de dag. Als je dan toch aandringt: een Orval mag je mij altijd en overal schenken. En als ik in Mechelen kom, drink ik met plezier een Hopsignoor."



Sofie Vanrafelghem schreef het boek *Bier? Vrouwen weten waarom, uitg. Van Halewyck, 19,95 euro.*

→ [www.sofiesworld.be](http://www.sofiesworld.be)

**Henk Van Nieuwenhove**

## STAD IN VROUWENHANDEN



Onder de noemer 'Bier in Vrouwenhanden' heeft de stad Mechelen een zogeheten belevingsgids uitgegeven. Mechelen staat niet alleen bekend als kinderstad, maar loopt ook te pochen met de sterke vrouwen uit haar geschiedenis, Margaretha van Oostenrijk en Margaretha van York, om er slechts twee te noemen. De trigger voor Bier in Vrouwenhanden moeten we echter in het Begijnhof vinden, waar brouwerij Het Anker het

nobele werk van de begijntjes voortzet, met name bier brouwen.

De belevingsgids laat de liefhebber van het edele vocht likkebaarden, neemt hem mee voor een stevige degustatiewandeling in de stad, vergezeld van historische vaak ook smeuge verhalen en geeft nuttige tips over wat waar te proeven. Opmerkelijk is ook de getuigenis van Claire Leclef, sterke vrouw achter brouwer Charles Leclef, die in

2005 ter gelegenheid van het event 'Mechelen. Stad in Vrouwenhanden', samen met andere brouwersvrouwen bij de ketel stond om het bier Margriet te creëren. "We staken er een vrouwelijke touch in door te werken met gedroogde bloemen", zegt de Mechelse bierbrouwster.

- De belevingsgids 'Bier in Vrouwenhanden' is verkrijgbaar op de dienst Toerisme van de stad Mechelen, naast het stadhuis, voor de prijs van 3,5 euro.
- Het toeristische programma 'Bier in Vrouwenhanden' werd in oktober 2015 geopend met een driedaags Bierfestival op de Grote Markt van Mechelen. Het hele jaar door staan tal van activiteiten op het programma: een geleide bierwandeling met gids, een culinaire wandeling rond het thema food & beer pairing, winkelen met shops & hops, workshops met zythologe Sofie Vanrafelghem, én CuliGolf wat staat voor een 6 holes golftocht gecombineerd met een culinaire ontdekkingsreis.

## SOFIE VANRAFELGHEM VERKOZEN TOT BIER PERSOON VAN HET JAAR

Tijdens de vierde editie van de Beeraards was kon iedereen in verschillende categorieën opnieuw een stem uitbrengen via de website.

De resultaten:

- Biercafé van het jaar: Het Bourgondisch kruis
- Bierrestaurant van het jaar: Heeren van Liedekercke

- Bierfestival van het jaar: Winters Bierfestival Vichte

Dit jaar wist Sofie Vanrafelghem voor de tweede maal (eerste maal in 2013) de award van Bier Persoon van het Jaar binnen te halen. Als biersommelier en bierauteur vecht ze al jaren om ons Belgisch bier wereldwijd, maar vooral in eigen land op de kaart te zetten.



# BOTER IN DE HOOFDROL BISTRO AUTOUR DU BEURRE



In Frankrijk is le beurre Bordier een begrip. De artisaan gekarde boter ligt in tal van speciaalzaken en prijkt op de beste restauranttafels. Maar Jean-Yves Bordier ging nog een stapje verder en richtte zijn eigen Bistro autour du Beurre op in Saint-Malo.

In de Bistro autour du Beurre zijn de bereidingen – hoe kan het ook anders – op basis van boter. En die heeft Bordier in verschillende smaken: met algen, yuzu, piment d'Espelette, venkelzaadjes, framboos, gember, gezouten... Op de tafel

*Met 35 jaar ervaring op de teller is Jean-Yves Bordier nu uitgegroeid tot de referentie voor boter en kaas in Frankrijk en daarbuiten*

van de Bistro krijg je maar liefst acht verschillende soorten boter, in conische vorm genereus op een plateau geserveerd, waarmee je naar hartenlust het brood kunt smeren. De keuken van chef Steve Delamaire is gebaseerd op streekproducten. Hoewel boter soms onterecht de reputatie heeft ongezond te

zijn, toont de chef met zijn verse bereidingen met tal van groenten en vis hoe ook boter thuis behoort in een uitgebalanceerde keuken.

De Bistro in het hartje van historisch Saint-Malo straalt geschiedenis uit. Ruwe muren, houten tafels. Design en brocante gaan er hand in hand. Tal van oude ambachtelijke boterattributen decoreren de zaal.

## OPGEGROEID MET BOTER

Als zoon van een boter- en kaasproducent groeide Jean-Yves Bordier op tussen het beste van wat van koemelk gemaakt kan worden. Hij leerde de stiel van zijn vader en hield nauw contact met de ambachtslui. Met 35 jaar ervaring op de teller is Jean-Yves Bordier



nu uitgegroeid tot de referentie voor boter en kaas in Frankrijk en daarbuiten. Ook in België krijgen zijn producten voet aan de grond in speciaalzaken.

Zijn kazen worden geaffineerd in zeven speciaal natuurlijk gelaten kelders. Voor zijn boter ging hij de mosterd halen bij de traditionele boterkarners uit de 19de eeuw. Hij perfectioneert hun technieken en vertaalt ze naar onze moderne tijden, wat resulteert in natuurlijke boters met volle smaak. De boters bestaan voor 90% uit biomelk, gekarnd en langdurig manueel gedraaid (malaxé).

→ [www.lebeurrebordier.com](http://www.lebeurrebordier.com)

Katia Belloy



## PUBLIREPORTAGE

# Hovicon International B.V. Hygiëne en gebruiksgemak in de horeca en grootkeuken

Hovicon International B.V. heeft een groot assortiment sausdispensers voor uiteenlopende toepassingen in onder andere restaurants en catering. De dispensers zijn op maat en met verschillende doseersystemen leverbaar.



Bij aanvang in 1964 was Hovicon gevestigd in Amsterdam, kort na de start verhuisde het bedrijf naar Vijfhuizen in Noord-Holland. In de vijftig jaar dat Hovicon bestaat heeft het zich ontwikkeld als specialist in doseerapparatuur voor onder andere de horeca. Het productieprogramma bevat een uitgebreid assortiment en is afgestemd op diverse segmenten en wensen van de markt.

Hovicon levert aan importeurs in landen over de hele wereld. Maar de producten worden ook gedistribueerd via groothandelaren in horeca apparatuur.

### Internationale vakbeurzen

De activiteiten van Hovicon zijn internationaal en worden ondersteund door deelname aan de internationale vakbeurzen in onder andere Duitsland, België, Frankrijk, Spanje en Italië. Daar kunnen de potentiële klanten uitstekend zien wat Hovicon te bieden heeft. Wie met etensbereiding te maken heeft, weet dat hygiëne een ontzettend belangrijke factor is en daarom onmisbaar.

Hovicon heeft een stevige voet in de markt. In de periode dat het bedrijf bestaat, vijftig jaar, heeft het zich een positie weten te verwerven zowel nationaal als internationaal welke toonaangevend genoemd mag worden.

### Drukknopdispensers

De drukknopdispensers zijn geschikt voor doseren van koude sauzen, sauzen met kleine stukjes, dressings en siropen.

Dispensers zorgen voor hygiëne en efficiency en een juiste dosering zorgt voor veel gebruiksgemak. De dispensers kunnen passend voor of compleet met emmers, RVS of kunststof containers geleverd worden en zijn tevens verkrijgbaar met aandrukschijf. De drukknopdispensers zijn verkrijgbaar in diverse doseringen: 5, 12,5, 20, 25 en 30 ml.

### Sauzenbars

De dispensers voor sauzen, dressings en siropen zijn geschikt voor warme en koude toepassingen en worden gebruikt in onder andere snackbars, restaurants en catering.

Onze dispensers zijn leverbaar met hevel- of drukknopsysteem. De RVS of plexiglas sauzenbars worden geleverd met RVS of kunststof containers met verschillende inhoud.

### Heveldispensers

Heveldispensers zijn geschikt voor doseren van warme en koude sauzen, sauzen met kleine stukjes, dressings, siropen en voor bijvoorbeeld het vullen van berlinerbollen en croissants. De dispensers voor warme sauzen zijn hittebestendig tot 120°. De dosering is eenvoudig in te stellen tot maximaal 40 gram. De dispensers kunnen passend voor of compleet met emmers, RVS of kunststof containers geleverd worden.



**Hovicon International B.V.**  
Postbus 40  
2140 AA Vijfhuizen  
Nederland

**T. +31 (0) 23 558 1988**  
**F. +31 (0) 23 558 3606**  
**E. [sales@hovicon.com](mailto:sales@hovicon.com)**  
**[www.hovicon.com](http://www.hovicon.com)**



Te koop: kassa CASIO QT 2100 (€ 100) - PASTAKOKER/FRITEUSE op voet (€ 200) - BANNIERMAST (geanodiseerde vlaggenmast, conisch, met inox set waartussen reclamebord kan opgehangen (€250) wgrns stopz. regio Veurne GSM 0478661869

Regio De Haan, over te nemen instapklare tea-room restaurant 20 en 45 zitplaatsen en zonnig terras, met stokeage ruimte en woonst. Ideale zaak voor koppelt, dit wegens ziekte. Info 050/288701 veerteldstemaif.be

Brasserie restaurant over te nemen in west Vlaanderen (Meulebeke) volledig ingericht, mogelijkheid om te wonen. Tel. 0472781715 jarobli@telenet.be

Regio Diksmuide: over te nemen, succesvolle, brasserie-tearoom, instapklaar met zonnig terras. Toeristische locatie, eveneens ruime woonst ter beschikking. Ideaal vr. koppelt. Tearoom en restaurant: 60 pers., terras 40 pers. Wegens medische redenen. Info: detapperij@telenet.be

Te huur: Hotel/restaurant (kasteel) met 20 kamers en restaurant (200 zitplaatsen). Ligging: Wallonie, in een van de grootste vakantie-domeinen van België. Solliciteren met beroepsreferenties: ludo.maertens@lhirondele.be

Over te laten: restaurant, Grote Markt, Lier; 36 zitplaatsen binnen en 24 buiten. Topligging. Overname handelsfonds. Prijs overeen te komen. Inlichtingen na telefonische afspraak. 0475/93.25.20 Wegens gezondheidsredenen.

Te koop: Handelspand met verhuurd appartement (3slpk en ruim terras). Gelegen in het centrum van Tongeren nabij de grote markt. Ideaal voor (it.) restauraantuitbating en traiteur. Ruime kelder. Hoge afwerkingsgraad. Volledig gerenoveerd. Inlichtingen: 0479/49.03.47



## HORECA ECHO

In Horeca Echo van maart leest u meer over volgende onderwerpen:

- FAV: omzendbrief over de bewaartemperatuur en -duur van levensmiddelen.
- Wat kunt u doen als een klant annuleert of gewoon niet komt opdagen (no-show)?
- Bijverdiener als gepensioneerde werknemer: nieuwe grensbedragen vanaf 1/1/16
- Verplichting van de werkgever om info over tewerkstellingsmaatregelen te geven aan z'n overlegorganen
- Nieuw logiesdecreet
- Flexijobs: raamovereenkomst
- Sociale Inspectie
- Tip: Nieuwe forfait extra's
- Tip: Tonkabonen: verboden te gebruiken?
- Tip: ecocheques: lijst met ecologische producten en diensten vernieuwd.

Horeca Echo is een publicatie exclusief voor de leden van Horeca Vlaanderen, Horeca Brussel en Fédération HoReCa Wallonië.

## BETAALBARE BOEKHOUDING EN FISCALITEIT OP MAAT

WWW.MOENSACCOUNTANCY.BE  
0476/45.94.00  
w.moens@moensaccountancy.be  
ZEVENDAGWAND 11 | 9200 DENDERMONDE

**HORECA VLAANDEREN MOCHT IN JANUARI 2016 ONDER MEER DE VOLGENDE LEDEN VERWELKOMEN. DE FEDERATIE DANKT DEZE LEDEN. SAMEN ZULLEN WE WERKEN AAN EEN BETERE EN RENDABELERE HORECA:**

Affligem, De Hophoeve - Antwerpen, Ciro's - Antwerpen, De Vagant - Antwerpen, Jerom - Antwerpen, Schnitzel - Asse, Eethuis Snacksken - Avelgem, De Lekkerbek (Frituur) - Baarddegem, Koken Met Klaas - Baarte-Hertog, Het Smokkelbroodje - Betsela, Le Cirque - Berchem, Kornel - Bilzen, De Gouden Tak - Blankenberge, Captain Investments - Blankenberge, Estaminet - Blankenberge, Huisje Van Majutte - Blankenberge, Mansarde - Blankenberge, Sportwereld - Blankenberge, Venitien - Boechout, Grand Mere Bistro - Boom, Hotel Domus - De Haan, Mi Gusto (Trattoria) - De Haan, Pallieterhof - Duffel, 42 Brasso - Duffel, 42 Saga - Duffel, Ambrosia Fijnkeuken - Eeklo, Fr-Eeklo - Eeklo, Frituur Salt - Eeklo, Mimosa - Eksaarde, 't Ou Huys - Geel, De Geele Peper - Geel, 't Belshof - Genk, Bar Moustache - Genk, Bruno Genk-Noord - Genk, Het Klooster - Gent, B&B Artimisia - Gent, Cafe Plan B - Gent, Cafe 't Zuiden Van Europa - Gent, Chat Noir - Gent, De Roerkuip - Gent, Frituur Bargie - Gent, Le Gout Avant Tout - Gent, Quatremaisons Cafe - Gent, Rembert Notte - Gent, Revue - Gentbrugge, Team-Work - Glabbeek, Effeto Farfalla - Ham, Via Malta - Handzame, De Flitspaele (Resto - Frituur) - Hasselt, Copain - Hasselt, Hollywood Studio - Herentals, Wolfstee - Herenthout, Le Beau Bistro - Heule, Fruy Finest Food Catering - Heusden-Zolder, Saporì Del Sud - Hoboken, Kamiel - Hoeselt, Traiteur Mas - Knokke, Lady Ann (Brasserie & Tea-Room) - Koksijde, Hotelschool Ter Duinen - Koksijde, Sea Horse - Kortrijk, Casa Verdi (Taverne) - Kortrijk, Souffleur (Eet- En Sfeerkafee) - Laarne, Kamoen Bistro - Lembeke, De Pollepel - Lennik, Relaks Café - Leopoldsburg, Hotel Au Prince Royal - Lommel, Melchior - Lommel, Traiteur Jelle En Roel - Lovendegem, De Oude Kale - Maasmechelen, Brasserie De Witte - Maasmechelen, Vuchterhoës - Massemen, Bikkebik - Mechelen, Stassart 11 - Merelbeke, Fritshop - Moerbeke, Gigi's - Moerbeke Waas, Fahrheit - Mol, B&B Tsjjker - Nederzwalm, Aire De Repos - Oostakker, Nt Works - Oostende, Au Roy Henry - Oplabbek, De Refter - Pollinckhove, De Lisodde - Roeselare, Flores (Brasserie) - Scherpenheuvel, Bar Cesar - Sint Niklaas, Balerdon - Sint Niklaas, Chavino Wine & Spirits - Sint Niklaas, Le Petit Cafe - Sint-Katelijne-Waver, Bamboo Inn - Stabroek, Chalet De Rode Loop - Steendorp, Sportexplosion Volley Temse - Tienen, Ristorante Roma - Tienen, The One For You - Vorseelaar, De Schranshoeve - Wenduine, Callista (Hotel En Loungebar) - Wenduine, Stevens - Wevelgem, Alfa - Wilrijk, Cafe Ripa - Wilrijk, De Comptoir - Wingene, Beet (Catering) - Zemst, Brasserie Oud Sempst - Zoersel, Cafe 't Plein

**WORD NU LID!**  
**EN GENIET VAN TAL VAN VOORDELEN**

- Gratis eerstelijns juridisch advies
- Onmiddellijke beschikking over officiële documenten
- Nieuwsbrieven, Flashes, Horeca Echo
- Gratis infosessies
- Sabamkorting
- Jaarlijkse korting van 50 euro bij ISPC
- Jaarlijkse korting van 50 euro bij HANOS
- Jaarlijkse korting van 50 euro bij Metro
- Voordeeltarief op CCD betalingen bij Europabank
- En nog zoveel andere ledenvoordelen

**KENNIS IS MACHT**  
Elke horecaondernemer wordt voortdurend geconfronteerd met nieuwe reglementen, meer administratie, bijkomende lasten. Degelijke en correcte informatie, kort op de bal, is dan ook van groot belang. Horeca Vlaanderen maakt er een punt van de leden tijdig en duidelijk te informeren over wat er reilt en zeilt in de sector.

**AANTAL IS MEER MACHT**  
En dat is niet het enige. De Federatie verdedigt uw belangen door dik en dun. En hiervoor hebben we u nodig. Hoe sterker de beroepsvereniging, hoe meer middelen, hoe meer macht en hoe meer redenen de politiek en de overheid hebben om naar ons te luisteren en onze eisen in te willigen.

**JAARLIJKSE LIDMAATSCHAPSBIJDRAGE\*:**  
Geen personeel: € 100  
1 tot 4 werknemers: € 160  
5 tot 9 werknemers: € 220  
10 tot 19 werknemers: € 300  
20 tot 49 werknemers: € 400  
50 of meer werknemers: € 1.200  
\* 100% fiscaal aftrekbaar

**Nog geen lid van uw beroepsvereniging? Sluit u dan vandaag nog aan bij Horeca Vlaanderen!**

Bent u momenteel nog niet aangesloten bij Horeca Vlaanderen? Schrijf dan vandaag nog uw lidmaatschapsbijdrage over op rekeningnummer BE78 7350 1047 6186 en schrijf in de mededeling uw e-mailadres. Wij zullen dan snel contact met u nemen.

\* Krijgt u wel maandelijks de Horeca Vlaanderen Krant maar niet de Horeca Echo? Dan bent u nog geen lid van Horeca Vlaanderen.

Aarzel niet en vraag een infopakket aan via [www.horecavlaanderen.be](http://www.horecavlaanderen.be) (klik op 'lid worden'). Of word vandaag nog lid.

**Verantwoordelijke uitgever**  
Filip Vanheusden

**Redactie**  
Verduyn Publishing, Katia Belloy  
Anspachlaan 111/4, 1000 Brussel  
tel.: 0473/92 75 04 - fax: 02/213 40 11  
krant@horeca.be

**Redactiemedewerkers**  
Willem Bonneux, Lore D'hont, France Gavroy, Régine Kerzmann, Sam Paret, Luc Vander Elst, Henk Van Nieuwenhove, Ludwig Verduyn, Leo Vernimmen

**Adverteren?**  
Elma Multimedia  
Bedrijvenlaan 1, 2800 Mechelen  
tel.: 015/55 88 88 - fax: 015/55 88 40  
info@elma.be  
www.elma.be

Contactpersoon  
Steven Hellemans  
s.hellemans@elma.be

Horeca Vlaanderen Krant is een publicatie van Horeca Vlaanderen.

**Cette publication est également disponible en français sur simple demande.**

De verantwoordelijke uitgever streeft ernaar zorgvuldig en correcte informatie te verschaffen. Gelet op deze middelenverbintenis, wijst de verantwoordelijke uitgever elke aansprakelijkheid af voor fouten of onnauwkeurigheden in de inhoud van deze uitgave en voor schade van welke vorm dan ook die voortvloeit uit het gebruik van de aangeboden informatie. Niets uit deze uitgave mag in enige vorm of op enige wijze worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de verantwoordelijke uitgever.

De adverteerders zijn uitsluitend zelf verantwoordelijk voor de inhoud van hun publi-reportages en advertenties. Deze publi-reportages en advertenties weerspiegelen niet noodzakelijk de opinie van de verantwoordelijke uitgever en/of van Horeca Vlaanderen vzw, Horeca Brussel of Fédération HoReCa Wallonie.







# VAN DAELE C. BVBA

## CONTINENTAL<sup>®</sup> DISPENSERS

VAN DAELE C. BVBA  
Nachtgalenlaan 31  
8400 Oostende  
Tel. 059 32 33 60  
GSM. 0486/47.32.17  
vandaele.dis@telenet.be  
www.sausdispensers.be  
www.hovicon.com

**Uw Partner voor kwalitatief hoogwaardige  
DISPENSERS uit ROESTVRIJSTAAL en KUNSTSTOF  
Praktisch! Hygiënisch! Economisch!**



**WIJ NODIGEN U UIT VOOR EEN BEZOEK AAN  
ONZE STAND 5 E 11 PALEIS 5 OP HORECATEL**



**FABRIKANT  
HOVICON INTERNATIONAL B.V.**

P.O. Box 40 - 2140 AA Vijfhuizen - Holland - E-mail: sales@hovicon.com  
Tel. 00-31-23-5581988 - Telefax 00-31-23-5583606 - Website: www.hovicon.com