



Food Academy PRESS



Food Academy

Het horecaonderwijs legt een mooie basis voor de latere carrière, maar het is in de praktijk dat je de kneepjes van het vak leert. Om de leerlingen (nog) dichterbij de praktijk te brengen werd de Food Academy Creativity Award opgericht.

Bedoeling van de award is om met de hele klas laatstejaars een uniek restaurantconcept te creëren, inclusief businessplan en marketingstrategie. Uit de inschrijvingen werden twee finalisten geselecteerd en die mochten zich op 20 februari komen verdedigen voor een professionele jury in de Food Academy Club. De jury had vooral oog voor originaliteit, diepgang en haalbaarheid van de voorgestelde concepten, maar ook de rentabiliteit werd onder de loep genomen. "Het was leuk om te zien hoe die teams echt hebben samengewerkt aan de opdrachten", zegt initiatiefneemster Ilse Duponcheel. "In de latere horeca-carrière is net die samenwerking essentieel. Je voelt dat die jongeren ervoor gaan en dat enthousiasme werkt zeer aanstekelijk."

De eerste prijs ging naar 'De Verse Keuken' van de afdeling grootkeuken van VTI Spijker in Hoogstraten. Het concept bestaat uit een verswinkel gecombineerd met een aantal keukens. De klant doet eerst zijn aankopen in de winkel, en kan dan in één van de keukens de gerechten zelf bereiden of dat laten doen door een kok. Ook voor de tweede prijs stond een winkel annex keuken-concept centraal. Met hun idee 'Finesse-Plus' kon KTA Diksmuide de jury overtuigen. De leerlingen bedachten een culinaire slagerij, met daarnaast winkelverkoop en een verbruikerszaal. Een 'green taxi' kan de gerechten ook thuis afleveren of de klant kan 24/24 terecht in de automaat. "Opvallend was dat alle deelnemers mee waren met de laatste trends", vertelt Ilse Duponcheel. "Ze verwerkten allen in hun concept take-away, vers en gezond. Bovendien hadden verscheidene concepten een educatief facet: namelijk de klanten ook zelf leren koken."

De winnende klas mag op 1 april de Palmes d'Or van de Leaders Club in Frankrijk bijwonen. De klas met de tweede prijs mag op trendtour in Antwerpen. Alle deelnemers gingen met een Magnum Duvel, het boek 'De smaak van België' en een abonnement op Horeca Magazine naar huis.

Ook volgend jaar zal de Food Academy Creativity Award opnieuw speuren naar originele concepten.

La formation hôtelière est une bonne base, mais c'est l'expérience sur le tas qui permet d'apprendre les ficelles du métier. Le Creativity Award de la Food Academy vise à mettre les élèves (encore) plus en contact avec celle-ci.

L'objectif de cette récompense est la création, par une classe complète d'élèves de dernière année, d'un concept de restaurant exclusif, plan d'entreprise et stratégie marketing inclus. Deux finalistes, sélectionnés parmi les inscrits, ont pu défendre leur projet devant un jury professionnel lors du Club Food Academy, le 20 février. Le jury était surtout attentif à l'originalité, la richesse et la faisabilité des concepts soumis, ainsi qu'à leur rentabilité. « Quel plaisir de constater la collaboration étroite dans ces équipes », admire la responsable de l'initiative, Ilse Duponcheel. « Cet esprit d'équipe sera justement essentiel à leur future carrière horeca. La motivation de ces jeunes est palpable et leur enthousiasme très contagieux. »

Le gagnant est le concept « De Verse Keuken » du département cuisines de collectivité du VTI Spijker d'Hoogstraten. Il consiste en un magasin de produits frais associé à plusieurs cuisines. Le client commence par faire ses achats en magasin, puis peut les préparer lui-même ou les faire préparer dans l'une des cuisines. Le deuxième prix est allé à un autre concept axé sur un magasin/cuisine. La « Finesse-Plus » du KTA de Diksmuide a séduit le jury. Les élèves ont imaginé une boucherie culinaire, complétée d'un espace de vente et d'une salle de consommation. De plus, un taxi « vert » offre de livrer les produits à domicile et un distributeur automatique est accessible 24h sur 24.

« Tous les participants étaient remarquablement au fait des dernières tendances », explique Ilse Duponcheel. « Tous intègrent à leur concept les aspects fraîcheur, santé et plats à emporter. Différents projets présentent en outre une facette éducative: l'apprentissage de la cuisine aux clients. »

Le 1er avril, les lauréats pourront assister aux Palmes du Leaders Club en France et les vainqueurs du deuxième prix feront la tournée des tendances à Anvers. Tous les participants sont repartis chez eux avec un Magnum Duvel, le livre « De smaak van België » et un abonnement à Horeca Magazine. L'année prochaine, le Creativity Award de la Food Academy sera à nouveau à l'affût de concepts originaux.

■ ER

Food Academy, p/a Dolce Far Tutto

Napoleonkaai 49, 2000 Antwerpen

☎ 03 233 72 60

foodacademy@dolcefartutto.com - www.dolcefartutto.com



WILRIJK

Aanpak Food Academy blijkt zegen voor restaurantuitbaters

«Voor het eerst hebben wij leren denken als zaakvoerders», zegt Chanti Scherms die samen met Eric Exelmans taverne Shamrock in de Letterkundestraat in Wilrijk uitbaat. «Dat heeft Food Academy me geleerd en dat vind ik heel belangrijk. Ik heb nu het gevoel: het spelen is gedaan, van nu af gaan we hier werken met een duidelijke visie.» Zo luidde de eerste reactie van Chanti op het einde van een heel intense dag samenwerken met de Antwerpse Food Academy.

Toen Eric Exelmans in mei stopte met zijn baan bij Agfa Gevaert, kreeg hij te horen dat hij zou gebeld worden door Dolce Far Tutto, een Antwerpse consultancybedrijf voor de horeca. «Ik werkte tijdens het weekend bij Agfa. De rest van de week hielp ik mijn vrouw hier in de taverne. Bij Agfa wisten ze dat ik verder wilde in de horeca, vandaar dat telefoontje.»

BRAINSTORMEN

Eric en Chanti kregen Ilse Duponcel en Raymond Bens van Dolce Far Tutto een week geleden over de vloer. «We hebben met zijn vieren een dag lang zitten brainstormen over wat wij nu eigenlijk willen met onze zaak. Ilse heeft goede ideeën over presentatie en marketing. Gediplomeerd kok Raymond is sterk in het beheersen van de foodkost en het creëren van nieuwe gerechten.» Precies een week later, tijdens de wekelijkse sluitingsdag, kwamen Raymond en Ilse terug naar Wilrijk. «Samen met onze chef Ri-



Van links naar rechts: chef Richard, Chanti en Eric van Shammy's en Ilse en Raymond van Food Academy.

chard Janssens zijn we een hele dag aan het werk gegaan», vertellen Chanti en Eric. «Richard en Raymond hebben in de keuken vijf nieuwe gerechten en een reeks toffe desserts uitgedacht. Ilse heeft een nieuwe kaart voorgesteld en werkt nog aan een nieuw logo. We kregen een boel concrete tips en tricks aangereikt. Niet slecht als je al zes jaar bezig

bent: we kijken nu met frisse moed naar onze eigen zaak. We gaan de naam veranderen.»

SHAMMY'S

Chanti en Eric hebben al een nieuwe naam bedacht. «Overal in Vlaanderen bots je wel op een Shamrock. Wij gaan onze zaak Shammy's noemen. Wij hebben een taverne en een bierpub waar

we meer dan 115 Belgische bieren schenken. Bier degusteren en koken met bier wordt ons nieuwe verhaal.»

De consultatiedag van Dolce Far Tutto en de werkdag van Food Academy kostte Eric en Chanti meer dan 600 euro. «Het was elke eurocent waard», besluit Chanti. «Het voelt aan alsof wij een nieuwe zaak hebben gekregen.» (FM)



Metropool

AUTEUR: BRIAT

Langs de De Keyserlei



Het welbekende restaurant Fouquets (*1980) op de hoek van de De Keyserlei en de Annoessensstraat sloot zijn deuren. Dat zal wel vooral te maken hebben met het feit dat het aanbod niet meer appelleert aan de wensen van de vele dagelijks passerende consumenten. Een goede ligging volstaat niet. Recentelijk ging vijftig meter verder een rieuwe vestiging van The Foodmaker open. In een licht en kleurrijk interieur bestaat het aanbod uit een wisselend assortiment van gerechten bereid met verse ingrediënten puur natuur zonder toevoeging van kleurstoffen of bewaarmiddelen. Alle dagen vers, want hetgeen overblijft wordt 's avonds opgehaald door sociale instellingen. The Foodmaker komt zelfs consumenten letterlijk tegemoet door levering naar wens op kantoor. Het bedrijf ontwikkelde daartoe een instructiefilmpje op www.thefoodmaker.com.

Het bedrijf levert op locatie van de klant eveneens breakfast, buffetformules met een water van sandwiches, salades, pasta's en desserts: sandwiches & baguettes-trays. Voor 3 tot 5 personen zijn er zowel favoriete als klassieke en seizoensgebonden als vegetarische baguettes.

Succes van Pré-Soirée

Goed geïnspireerd door een voorbeeld dat hij in Parijs had leren kennen, lanceerde de ondernemende Thierry Peeters vijf jaar geleden een nieuwe fullformule onder de naam Pré-Soirée. Sindsdien staan klanten twee woensdagavonden per maand na de werkuren in de rij voor Café Local aan de Gedempte Zuidendijk om een gezellige avond door te brengen. Er wordt gedronken, gedanst, enzovoort tot op een redelijk uur. Om middernacht precies gaat de zaak onherroepelijk dicht, zodat eenieder de volgende dag tijdig op zijn werk kan verschijnen. De sfeer is niet te vergelijken met die van de traditionele discotheken. Doorgans is er een lichte meerderheid van vrouwen en veelpartijen zijn er nog niet genoteerd. Iedere keer duiken er nieuwe gasten op, wat de vaste klanten dan weer leuk vinden. Al bij al heeft Thierry Peeters met zijn formule een schot in de roos gedaan. Niet verwonderlijk dat zijn concept intussen binnen en buiten de Metropool al nagevolgd werd.

Te zijner tijd zijn er bedrijven die wel eens willen gebruikmaken van zo'n Pré-Soirée als incentive mede door de zekerheid van het sluitingsuur.

The Bistro aan de Wapper

Twintig jaar geleden creëerde de familie Diehlens The Bistro op de mooiste locatie die een horeca-ondernemer kan dromen: een verkeersvrije zone tussen het Rubenshuis en het Koninklijk Paleis, d.w.z. de rustige zone tussen de shoppersparadijzen Schuttershofstraat en Meir.

De zaak is alle dagen van de week doorlopend open vanaf 7.30 uur en de keuken werkt van 11 uur zonder onderbreking tot 22 uur en op vrijdag en zaterdag zelfs tot 23 uur. Uiteraard is de creatie van de familie Diehlens een drukbezochte pleisterplaats. Vanaf de opening zijn er tot de middag allerlei ontbijtformules, dan volgt in de loop van de dag een uitgebreid aanbod van voorgerechten, soepen, pasta's, sla's. Gasten kunnen eveneens kiezen uit meer dan twee duizend vlees- en visgerechten. Prijzen vanaf 9,80 euro voor Crasas Salad tot 20,50 euro voor côte à Tos. Daarbij is er keuze uit frietjes, kroketten, rijst, aardappelen, gratin. Elke dag zijn er twee menüs met keuzemogelijkheden à 24 euro. Als stroelgerechten worden tomaat-garnalen, paling in het groen en koolrijf met prauwen in trappist geserveerd. 's Middags verschijnen taarten, pannekakelen, sorbets, enz. In The Bistro werken vijftig personeelsleden, daarvan heeft een aantal een anciënniteit van meer dan tien jaar. Manager Wim Jacobs en keukenschef Ralf Ponilau zijn al sedert de opening aan het etablissement verbonden.

Caféplan van Antwerpen

Onlangs verscheen een eeg nuttig drukwerk voor horecabezoekers in Antwerpen onder de vorm van een veelkleurig recto en verso bedruk

caféplan van 60 cm x 95 cm. Alle vierhonderd uitgaansgelegenheden van 't Stad zijn met een nummer aangeduid op het stratenplan en in aparte lijsten nog eens met tekst over de bieren van 't vat, de specialiteiten van 't huis en de muziek die men speelt. Dan zijn er nog een aantal dokwerkerscafés in het noorden en andere voornamelijk uitgaanszaken buiten het plan apart vermeld. Dat caféplan is het lovenswaardig product van de Gentse firma Smeyers en zonen & Edmond Cocquyt, gemaskt naar een idee van Edmoed Cocquyt. De geconsolideerde informatie wordt omringd door een krans van rijkelijk tot de verbeelding spelende afbeeldingen.

Het plan werd gedrukt op 65.000 exemplaren en is te verkrijgen bij de toeristische dienst en in 250 cafés. Een berde jonge gasten heeft alle gelegenheden geïnventariseerd. „Het resultaat werd op een proper plan gezet. Zonder zever. Samè”. Hierna een voorbeeld van vervoording: „Nr 181, Tafeltje Rond, klein nachtcfé, sluit nooit voor 6 uur 's ochtends, Maes en De Koninck, stampvol horecavolk die hier hun pinton komen drinken na het werk.” Apart zijn er ook 24 goede definities van de diverse cafetypes: van volkscfé en bruin café tot curieus café en doorzakcfcé.

De hoofdredacteur doet terecht een gemotiveerde oproep tot de consumenten om het echte caféleven te steunen: „Antwerpenaars! Tevel cafés worden gesloten! (...) Een evolutie ten kwade als ge 't ons vraagt! Voor ons is het cafébezoek namelijk heilig!”

Downloaden of bestellen van caféplannen van Antwerpen en andere Vlaamse centrumsteden is mogelijk via website www.caféplan.be

175 jaar De Koninck

Het amberkleurig bier van de (enige) Antwerpse brouwerij De Koninck wordt door doorwinterde liefhebbers en kenners meestal een „Bollele” genoemd wegens de vorm van het bekeervormig glas. Ter gelegenheid van het 175 jaar bestaan werd er voor de nieuwe generatie consumenten een elegantier glas gecreëerd met een „Handje” als kenteken. De naam is afkomstig van een grenspaal die ooit aan de grens tussen Antwerpen en Berchem stond. Meneer Modeste Van den Bogaert leidde 50 jaar het familiaal bedrijf, dat nu geleid wordt door zijn zonen Bernard en Dominique. Tijdens het jubileumjaar worden in de nieuwe fles Gusto 1833 twee biëten gelanceerd en gericht op de begeleiding van verfiende eemalen thuis en op restaurant: Ruby Red en Golden Blond met hergisting en onder kurk. Er is ook een boek in de maak met recepturen waarin bekende chefs hun wandeling voor de producten van De Koninck tot uiting brengen.

Peterschapsdiner in Piva

Het Provinciaal Instituut Piva programmeerde voor de laatste dag van februari 2008 een gastronomisch diner met 200 deelnemers, waarbij de dienst werd verzeeerd door de leerlingen van de eerstejaars met de hulp van zevendejaars in de keuken.

De leerlingen serveerden aan hun ouders onder meer een soepje van zeevruchten en kalkoenroumetos tegen een democratische prijs. Het gebouwen werd gesponsord door de vereniging van convenienceproducenten.

Bedoeling was de leerlingen te leren omgaan met de convenienceproducten, waarvan het aanbod en de kwaliteit de jongste jaren enorm zijn toegenomen. Piva is van oordeel dat het gebruik niet mag ontbreken tijdens de opleiding van leerlingen. Daarmee beschikt de efficiënt werkende kok over middelen om meer uren van zijn dag te winnen. Voedingmiddelen die een hogere bewerkingsgraad hebben ondergaan, laten de gebruiker toe stappen in de bereiding over te slaan.

Sponsors van het Peterschapsdiner waren Pinguin, groenten; Luosa, aardappelproducten; Kelvin (vis, Colruyt); Delino, sausen; Vandemoortele, Vanix, Banquet d'Or; Delic, zuivelproducten; Pere Olive; Moortgat, Duvel.





De Food Academy Creativity Award wil de laatstejaars leerlingen van hotelscholen zo veel mogelijk met de praktijk in aanraking laten komen via de creatie van een uniek restaurantconcept, inclusief businessplan en marketingstrategie. Winnaar werd de afdeling grootkeuken van VTI Spijker. Hun concept combineerde een verswinkel met een aantal keukens. De klant doet eerst zijn aankopen in de winkel, en kan dan in één van de keukens zelf de maaltijd bereiden of dat laten doen door een kok. Als prijs kreeg de klas op 1 april een reisje naar Parijs, waar de leerlingen de Palmes d'Or van de Leaders Club Frankrijk bijwoonden.

Palmes de la Restauration

In het magnifieke kader van het Théâtre du Merveilleux in Paris-Bercy kwamen zo'n 500 horecaprofessionals bij elkaar. Negen genomineerde concepten werden met een film voorgesteld. De Palme d'Or ging naar Christian Constant voor zijn concept 'Les Cocottes'. De Palme d'Argent ging naar Jérôme Taleb voor 'Première Etoile' en de Palme de Bronze naar Stéphane Gross voor 'Déclinaison Chocolat Bar'. In Les Cocottes wordt alles geserveerd in gietijzeren stooftjes aan een lange bar langs een open keuken. In die cocottes blijven de gerechten uiteraard zeer lang warm en geven hun aroma's ook langere tijd af. Bovendien hoeven er geen borden gedresseerd te worden, wat dan weer kostenbesparend werkt. Bij traiteur La Première Etoile worden alle ingrediënten vooral gedoseerd en verkocht samen met het recept. De klant haalt ze af en maakt de gerechten thuis klaar, wat niet langer dan een half uur zou mogen duren. Déclinaison Chocolat Bar in Straatsburg is de eerste chocoladebar in Frankrijk. De uitgebreide kaart laat toe om warme of koude chocoladespecialiteiten te proeven. Ook andere suikerwaren en thee zijn verkrijgbaar.

Belgische Palmes d'Or

Op 13 oktober 2008 organiseert de Leaders Club België zijn eigen Palmes d'Or. Bedoeling is om het horeca-ondernemerschap in een positief daglicht te plaatsen. Creatief talent is er in België immers meer dan voldoende. Maar, zoals uittredend voorzitter Ilse Duponcheel stelt: "De Belgen zijn veel te discreet en bescheiden. Het wordt dus hoog tijd om een eigen platform te creëren voor de Belgische horeca-ondernemers met vernieuwende concepten en ideeën." De wedstrijd staat open voor alle horecaconcepten die innovatief, leefbaar en trendy zijn.

FOOD ACADEMY



VTI Spijker naar de Palmes d'Or vers les Palmes d'Or

Le « Food Academy Creativity Award » veut que les élèves de dernière année des écoles hôtelières mettent le plus vite possible la main à la pâte via la création d'un concept de restaurant unique, y compris le plan « business » et la stratégie marketing. Le lauréat en a été la section « grande cuisine » de VTI Spijker. Leur concept a combiné un magasin de produits frais et plusieurs cuisines. Le client commence par faire ses achats dans le magasin, puis peut lui-même préparer le repas dans une des cuisines ou le faire faire par un chef. Le prix était un voyage à Paris pour toute la classe, le 1er avril dernier, et les élèves ont assisté aux Palmes d'Or du « Leaders Club » de France.

Palmes de la Restauration

Quelque 500 professionnels de l'horeca se sont retrouvés dans le cadre magnifique du « Théâtre du Merveilleux » à Paris-Bercy. Neuf concepts nominés ont été présentés avec un film. La Palme d'Or est allée à Christian Constant pour son concept « Les Cocottes ». La Palme d'Argent à Jérôme Taleb pour « Première Etoile » et la Palme de Bronze à Stéphane Gross pour « Déclinaison Chocolat Bar ». Aux « Cocottes », tout est servi dans des cocottes de fonte à un long bar devant une cuisine ouverte. Naturellement, dans ces récipients, les plats restent longtemps chauds et ils délivrent leurs arômes plus longtemps encore. En outre, il ne faut pas dresser les assiettes, ce qui permet d'épargner des frais. Chez le traiteur « La Première Etoile », tous les ingrédients sont dosés au préalable et vendus avec la recette. Le client va les chercher lui-même et prépare les plats chez lui, ce qui ne peut pas durer plus d'une demi-heure. Le « Déclinaison Chocolat Bar » à Strasbourg est le premier bar chocolatier de France. La carte étendue permet de goûter des spécialités de chocolat chaudes ou froides. D'autres produits sucrés et des thés sont également disponibles.

Palmes d'Or belges

Le 13 octobre 2008, le « Leaders Club » de Belgique organise ses propres Palmes d'Or. Le but est de mettre en valeur l'entreprenariat dans l'horeca. N'y a-t-il pas en Belgique des talents créatifs en suffisance ? Mais comme le dit le président démissionnaire Ilse Duponcheel : « Les Belges sont beaucoup trop discrets et modestes. Il est donc grand temps de créer une plate-forme spécifique pour les entrepreneurs horeca belges qui ont des concepts et des idées innovantes ». La compétition est ouverte à tous les concepts horeca qui sont innovateurs, praticables et tendance.

FR

Food Academy, g.o. Bona Via 100

Napoleonkaai 49, 2000 Antwerpen
tel. 03-233.72.60, fax 03-234.14.64
foodacademy@dolcefarututto.com - www.dolcefarututto.com
www.lescocottesdeconstant.com - www.premiere-etoile.com
www.declinaison-chocolat.com



Food Academy
PRESS



Tapas et bières

En collaboration avec les bières Duvel Moortgat et la firme Dolce far tutto, l'ISPC (grossiste réservé aux professionnels de l'Horeca) vient de lancer ce qui sera probablement bientôt une nouvelle mode dans les brasseries belges: les Hoppas, un néologisme construit à partir du mot 'hoppe' (houblon en flamand) et de la finale du mot 'tapas'. Les hoppas sont destinés à être servis avec de la bière suivant les règles bien précises du food pairing, selon lesquelles les produits alimentaires et les boissons ayant des composants moléculaires communs sont mis en parallèle pour une dégustation toute en harmonie. De fait, chaque bière développe une palette aromatique qui lui est propre, autant de notes olfactives et gustatives en rapport avec les ingrédients qui ont servi à la produire: coriandre, cumin, fruits, herbes, poivres, épices exotiques...

Quelques exemples d'accords mets-bière: tartare de veau aux orties et poires + Duvel; javanais de pommes de terre et tête pressée + chouffe; filet de hareng et fromage de Maredsous + Maredsous brune; aiglefin au miel de trèfle + Maredsous blonde. L'imagination est au pouvoir, sans oublier les audacieuses combinaisons de cocktails à base de bières!